



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES**

RUBRO FERRETERÍAS DEL AA.HH. SAN PEDRO - PIURA,

2017

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

MAGALI ELITA GARCÍA CALLE

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA- PERÚ

2017



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES**

RUBRO FERRETERÍAS DEL AA.HH. SAN PEDRO - PIURA,

2017

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

MAGALI ELITA GARCÍA CALLE

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA- PERÚ

2017

HOJA DE FIRMA DE JURADO EVALUADOR Y ASESORA

Mgtr. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS
PRESIDENTE

Mgtr. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO
SECRETARIO

Lic. Adm. .MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA
MIEMBRO

Dra. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO
ASESORA DE TESIS

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme las fuerzas suficientes para lograr mi propósito de ser profesional.

A los empresarios de las MYPE, por brindarme su apoyo suficiente al darme la información.

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos por el apoyo que me han brindado, para lograr realizarme profesionalmente.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro – Ferreterías del AA. HH. San Pedro – Piura, año 2017; se trabaja las variables capacitación y la competitividad, siendo la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal. Las unidades económicas son 05 MYPE comerciales de servicio rubro ferreterías donde la muestra está conformada por los 12 trabajadores en la variable capacitación y 56 clientes; en la variable competitividad, se utilizó la técnica de la encuesta piloto para determinar la proporción positiva de p; la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Las principales conclusiones son: los beneficios son el logro de las metas del personal el 92% lo indicaron así de todos los encuestados, el 75% están preparados para poder resolver los problemas que se presenten. La transmisión de conocimiento el 100% así lo indica, el incremento de habilidades y actitudes lo afirman el 83% de los encuestados, siendo las fases de mayor impacto las actitudes y la información. Los factores de la competitividad identificados es la imagen de la institución siendo que el 91% de los encuestados así lo afirman, el precio en un 86% y la calidad del servicio y el producto en el 77%; los elementos determinados es la evaluación constante al personal el 93% de los encuestados lo refieren, y el 86% de los clientes encuestados consideran que los trabajadores están preparados para trabajar en equipo.

Palabras clave: Capacitación, Competitividad, MYPE,

SUMMARY

The present research work had as general objective to determine the characteristics of the training and the competitiveness of the commercial MSE - AA Hardware Stores. H H. San Pedro - Piura, year 2017; the variables training and competitiveness are worked, being the methodology of descriptive type, quantitative level, non-experimental design, and cross-section. The economic units are 05 commercial MYPE of hardware service, where the sample is made up of 12 workers in the training variable and 56 clients; in the competitiveness variable, the pilot survey technique was used to determine the positive proportion of p; The technique of data collection is the survey, and the instrument is the questionnaire. The main conclusions are: the benefits are the achievement of the staff's goals, 92% indicated that of all respondents, 75% are prepared to be able to solve the problem that arises. The transmission of knowledge 100% so indicates, the increase of skills and attitudes are affirmed by 83% of the respondents, the phases of greatest impact being attitudes and information. The competitive factors identified are the image of the institution, with 91% of the respondents saying this, 86% price and 77% quality of service and product; The elements determined is the constant evaluation to the staff 93% of the respondents refer it, and 86% of the clients surveyed consider that the workers are prepared to work as a team.

Keywords: Training, Competitiveness, MSE,

TABLA DE CONTENIDO

HOJA DE FIRMA DE JURADO EVALUADOR Y ASESORA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
SUMMARY	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
I.- INTRODUCCIÓN	1
II.- REVISIÓN DE LA LITERATURA	25
2.1 ANTECEDENTES.....	25
2.1.1 VARIABLE CAPACITACIÓN	25
2.1.2 VARIABLE COMPETITIVIDAD.....	33
2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN	40
2.2.1 CAPACITACIÓN	40
2.2.2 COMPETITIVIDAD.....	48
III.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	59
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	59
3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	59
3.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	59

3.1.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	60
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	60
3.2.1	POBLACIÓN.	60
3.2.2	MUESTRA	61
3.2.3	CRITERIO DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN	62
3.3	DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	64
3.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	66
3.5	PLAN DE ANÁLISIS	66
3.6	MATRIZ DE CONSISTENCIA	67
3.7	PRINCIPIOS ÉTICOS	67
IV.-	HIPOTESIS	68
V.-	RESULTADOS.....	68
5.1	RESULTADOS	68
5.1.1	VARIABLE 1 CAPACITACIÓN.....	68
5.1.2	VARIABLE 2 COMPETITIVIDAD.....	72
5.2	ANÁLISIS DE RESULTADOS.	76
VI.-	CONCLUSIONES.....	89
VII.-	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
	ANEXOS.....	100

ANEXO 1. CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES Y CLIENTES DE MYPE	101
ANEXO 2. CONSULTA DE JUICIO DE EXPERTOS	106
ANEXO 3. CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS	109
ANEXO 4. ANTECEDENTES	110
ANEXO 5. RESULTADOS DE TABLAS	113
ANEXO 6. DIAGRAMA DE GANTT	115
ANEXO 7. RESULTADOS POR OBJETIVOS	116
ANEXO 8. CONSTANCIAS DE VALIDACIÓN DE JUICIOS EXPERTOS Y CONSULTA DE JUICIOS EXPERTOS	118
ANEXO 9. ÁLBUM FOTOGRÁFICO	129
ANEXO 10. TURNITIN	132

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Toma de decisiones	68
Tabla N° 2 Confianza para el desarrollo	69
Tabla N° 3 Solución al problema	69
Tabla N° 4 Lograr las metas	69
Tabla N° 5 Buena comunicación	69
Tabla N° 6 Transmite conocimiento	70
Tabla N° 7 Conocer las normas	70
Tabla N° 8 Capacitación cuando ingresa	70
Tabla N° 9 Espíritu de trabajo.....	71
Tabla N° 10 Buenas relaciones	71
Tabla N° 11 Desarrollará habilidades	71
Tabla N° 12 Satisfecho con su trabajo	71
Tabla N° 13 Se involucra e identifica	72
Tabla N° 14 Satisfacción con la capacitación	72
Tabla N° 15 Precios de los productos	72
Tabla N° 16 Se encuentran organizadas	73
Tabla N° 17 Servicio que brindan.....	73
Tabla N° 18 Posicionar la imagen.....	73
Tabla N° 19 Constante innovación	73
Tabla N° 20 Rapidez a los cambios	74

Tabla N° 21 Líder absoluto	74
Tabla N° 22 Evalúe al personal.....	74
Tabla N° 23 Control sobre los precios	75
Tabla N° 24 Comunicación y acercamiento	75
Tabla N° 25 Desarrollan trabajo en equipo.....	75

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Factores Internos.....	8
Cuadro N° 2 Características de las micro, pequeñas y medianas empresas de acuerdo a los niveles de ventas	11
Cuadro N° 3 Población de las Unidades Económicas.....	61

I.- INTRODUCCIÓN

La presente investigación proviene de las líneas de investigación denominadas: caracterización de la capacitación, competitividad, financiamiento y la rentabilidad en las MYPE, línea que ha sido asignada para la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote y comprende el campo disciplinar: promoción de las Micro y Pequeñas Empresas - MYPE.

La contribución de la administración moderna en este mundo globalizado lleva al desarrollo a las micro- pequeñas empresas desde luego en ambientes de expectante competitividad, no se puede negar que es un tema desde hace mucho tiempo se ha convertido en un hecho real y muy significativo, pero se tiene que reconocer que es poco estudiado, de ahí el interés para llevar a cabo esta investigación: Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro – ferreterías del AA. HH. San Pedro – Piura, año 2017, (Rubio, 2020)

El acelerado desarrollo en el que se encuentra Piura, obliga al crecimiento de las diferentes sectores comerciales, la necesidad de recursos, para atender necesidades, de la construcción, la electricidad, la fontanería, la ingeniería y otras que se encuentran en el campo de dominio de las ferreterías. El ambiente dinámico de este rubro requiere de conocimiento, habilidad, tecnicismo y aplicación de diferentes campos del marketing para apoyar y fortalecer las toma de decisiones tan necesarias para poder converger en la multiplicidad de artículos y líneas que se ofrecen en las ferreterías.

Hoy en día los emprendedores tienen grandes retos que enfrentar ante este mundo tan enteramente globalizado y mayores amplitudes de competitividad por la diversidad de capacidades, ingenio, creatividad e iniciativa de las personas, así mismo no se puede dejar la tecnología, infraestructura, ahora tienen que generar valor, ser competitivas y sobre todo contribuir en el crecimiento del país. En la actualidad la problemática de las MYPE de la región Piura se ha caracterizado por su crecimiento económico y el factor fundamental en el desarrollo económico y social de la región, lo cual ha generado un interés notable por realizar este estudio de investigación para analizar elementos que contribuyan a la MYPE para que sean más sostenibles y competitivas.

La investigación se desarrolla en el Asentamiento Humano Denominado San Pedro, ubicado en el Distrito de Piura, entre las avenidas Gullman y Avenida Circunvalación, tienen una existencia por más de 40 años, cuenta con escaso servicio de protección por parte de Serenazgo, su centro de salud denominado San Pedro – Piura, cuenta con camas para internamiento, las 24 horas del día, perteneciente a la red de salud de Piura Castilla, Además tienen una Institución Educativa denominada “San Pedro” creada mediante Resolución Directoral N° 196 del 13 de mayo de 1982 con el nombre de Complejo Educativo N° 14967. Es un asentamiento Humano con bastante sentido comercial y servicios en especial predomina los servicios de talleres de moto taxis, talleres de mecánica, tiendas de abarrotes, farmacias y ferreterías que son el tema central de la investigación, se instalan con el propósito de generar empleo y satisfacer diferentes necesidades de la construcción, materiales eléctricos, fontanería y diferentes artículos

componentes del rubro; siendo un pueblo en auge de crecimiento, dando de esta manera una mejor calidad de vida a las personas.

El sector ferretero en el distrito de Piura, específicamente en el Asentamiento Humano San Pedro, está en crecimiento, por ello la urgente necesidad de conocerlo desde los diferentes aspectos de la gestión micro empresarial, donde los emprendedores hacen todo lo humanamente posible por sobresalir frente a la férrea competencia del mercado globalizado en el segmento del distrito de Piura. Peter Drucker, considerado por décadas el padre de la administración moderna, opinó que el recurso económico de una sociedad ya no es el capital, ni los recursos naturales, ni el trabajo, ni la tierra. Hoy en día en este mundo globalizado, es y seguirá siendo por siempre, el conocimiento. De otro lado Bill Gates, el empresario reconocido en el mundo por su éxito, afirma que la educación es la gran palanca de la sociedad y toda mejora que se produzca en ella significa un gran paso adelante en la igualdad de oportunidades empresariales

Frente a las dificultades que se les presentan, las MYPE siguen generando una buena parte del empleo y desempeñan un papel fundamental en el desarrollo productivo. El proceso de globalización, ejerce fuertes presiones sobre ellas, pero también les ofrece nuevas formas de organización y estrategias empresariales, como redes empresariales incorporándolas eficientemente a cadenas de valor agregado, logrando mejor calidad de sus productos y mayor acceso a mercados más competitivos. Estas representan oportunidades de desarrollo al sector que han sido escasamente desarrolladas. (Albirena Eyzaguirre, 2004)

La presente investigación da a conocer la problemática que actualmente enfrentan las MYPE dedicadas al rubro ferreterías, ya que se encuentran afectadas por la llegada de grandes inversionistas internacionales tales como: Maestro Home center, Sodimac y Promart, las cuales brindan un mejor servicio a sus clientes, de tal modo que cuentan con la variedad de productos, realizan promociones, campañas publicitarias, capacitan a su personal, cuentan con playas de estacionamiento y tienen una infraestructura amplia y moderna, lo que les permite tener una mayor acogida y ser los líderes en el mercado y quienes resultan afectadas son las MYPE de Piura.

Los emprendedores dedicados al rubro ferretería del AA. HH. San Pedro del Distrito de Piura, se encuentran en desventaja, son unidades económicas que nacieron para resolver el problema familiar y de muchas familias en el campo de la construcción de sus hogares y acciones complementarias, primando en ello la facilidad de tener cerca establecimiento comercial que le venda un producto casi al mismo importe que en el mercado central, lo que representa economía en movilidad y el alto riesgo en el desplazamiento, es decir crecen solucionando la inmediatez de cada cliente, en algunos casos el cliente es exigente y busca algo diferente, novedoso, que le llame la atención y al no satisfacer sus expectativas se ven impactados por las organizaciones internacionales, lo que les va a generar una baja demanda de mercado, trabajan con proveedores que les ofrecen productos de bajo precio mas no se atreven a buscar proveedores que les brinden productos de mejor calidad, entre ellos se encargan de abastecer a las MYPE.

Las MYPE comerciales de ferreterías se preocupan por el beneficio que aportan a sus dueños o accionistas en segundo plano, siendo el cliente por

excelencia que ocupa el primer lugar, buscando no solo perpetuarse, sino ir a más personas y con un mayor y mejor servicio y producto. Esto les permite ofrecer a sus clientes, de una manera integrada, un producto más eficiente, logrando con ello conseguir a su vez una mayor “cuota de cliente”, a la vez que consolida una mayor fidelización. (Sánchez, 2007)

Las MYPE dedicadas al rubro ferreterías se ven obligadas a mantenerse en constante capacitación y a estar acorde con la tecnología, para poder subsistir, debido a que existe una gran competencia en el mencionado rubro, por esta razón es necesario que las MYPE mantengan un alto índice de competitividad para liderar el mercado. Así, las Micro y Pequeñas Empresas enfrentan obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados (Arinaitwe, 2006). Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas (Sauser, 2005).

Siguiendo la investigación es relevante tocar los factores piramidales de toda organización, por pequeña o grande que esta sea, por ello conocer el factor interno y externo de las ferreterías del Asentamiento Humano San Pedro, permitirá fortalecer la investigación.

A nivel de ambiente interno, en lo relacionado a la gestión de la administración, la planificación, segmento de mercado, y capacidades.

En lo que respecta a la gestión de la administración estas MYPE valoran poco el sentido de las relaciones internas, los canales de comunicación, el corto número de trabajadores hace que esta fluya dentro del lenguaje comunero y se descarta el lenguaje técnico, y corporativo que siempre debe existir en las organizaciones. El conocimiento es amplio en cuanto a los elementos que ayudan en la buena gestión de una administración como: buena cadena de abasto, definir competencias, división del trabajo, especialización de tareas, control.

En cuanto a la planificación de sus actividades esta deviene de la necesidad del consumidor, es decir se adquiere más los productos de mayor movimiento cerrando el campo de acción del propio negocio. Privilegian la actividad comercial desde la atención cara a cara, conscientes que el cliente tiene un alto valor dado que siente que son respetados y valorados, porque se le tiene en cuenta como persona. Factor que aprovechan para lograr conocer, fidelizar y atender rápidamente a este consumidor que finalmente es muy sensible y receptivo; desarrollan la innovación ingresado a la tecnología, que permitan hacer pagos on-line o a través de tarjetas financieras. Hacen grandes esfuerzos para la realización de diagnósticos y poder identificar: (a) Oportunidades.- la demanda por productos de la construcción y el hogar, movido por el dinamismo del sector construcción y por los cambios en las tendencias de consumo del cliente; (b) Amenazas.- trabajan en evitar la presencia de nuevas pequeñas empresas competidoras, utilizando publicidad agresiva de sus productos y mejores canales de distribución, reducción de precios con márgenes difíciles de superar. (c) Fortalezas.- Una de las principales fortalezas es el servicio personalizado, a la amistad entre el cliente y el ferretero. Otra fortaleza son las pequeñas refacciones

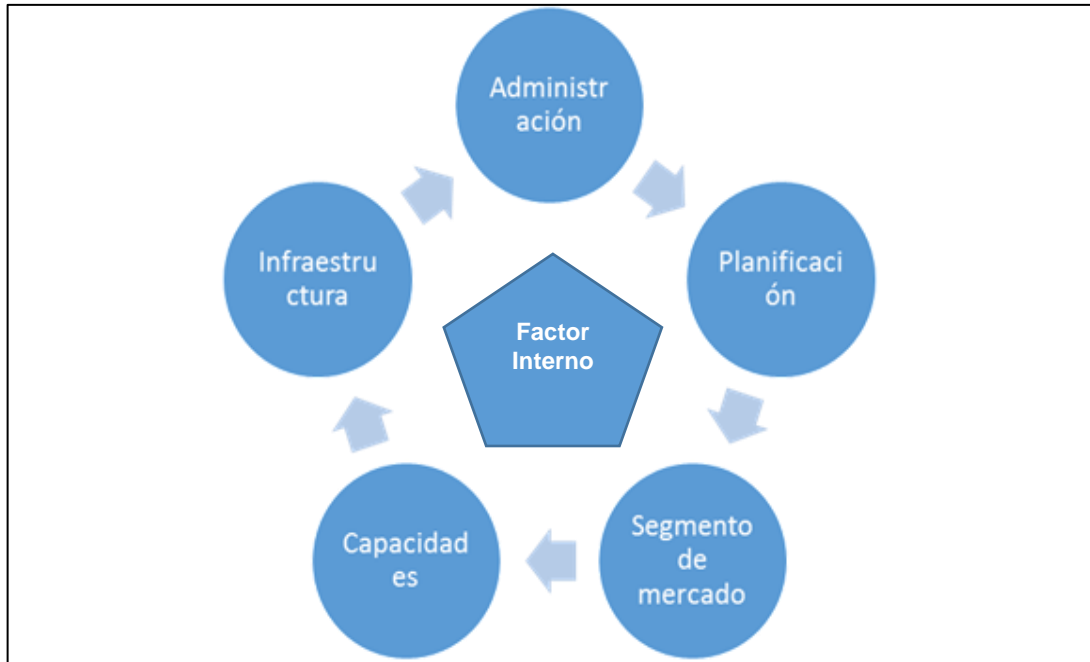
que se realizan en el hogar de un momento a otro, y (d) Debilidades.- poca conciencia en el manejo responsable de los recursos, ausencia de una cultura de capacitación en gestión de negocios. (Pymes – Proyectos de Inversión, 2013)

Definido tienen el mercado y su segmento, identifican con claridad el lugar, espacio donde realizan el intercambio de productos, ambos mercados de comprador y de vendedor, tienen capacidad de compra adecuada, se internan en dar la mejor calidad, tratan de manejar lo mejor posible los costos dado que el segmento de consumidores son de una economía baja media y baja.

En cuanto a capacidades existe falta de capacitación en los trabajadores, y los propios dueños, ya que solamente los empleados reciben sugerencias de sus jefes, mas no reciben un curso de capacitación que les ayude a desarrollar su trabajo eficientemente; Una ferretería usualmente cuenta con 2 a 3 personas. Una o Dos personas se encargan de despachar la mercadería y la otra del cobro.

En cuanto a la infraestructura las MYPE cuentan con una infraestructura no muy organizada, ya que generalmente son pequeños y desordenados, les falta orden, el aprovechamiento técnico de los espacios, las señales de seguridad se encuentran ubicadas en sus respectivos lugares ya que es un requisito y no cuentan con playa de estacionamiento. De manera individual no dejan ver que tengan la capacidad de poder aprovechar sus fortalezas, y alianzas estratégicas que se pueden generar. El poder de negociación con sus proveedores es bueno les permite adecuarse a la necesidad del cliente, en relación al precio, la calidad, la oportunidad, la entrega y el plazo establecido (Mendoza, 2008).

Cuadro N° 1 Factores Internos



Elaboración propia

En el último censo de empresas realizado en el Perú, se logró determinar la existencia de 3'220,000 empresas, cada una tiene más de dos (2) trabajadores, de este total el 98% son MYPE y 1.5% son PYME; estos dos grupos de unidades económicas hacen el 99.5% de fuerza empresarial y logran un crecimiento del Producto Bruto Interno del Perú, se han visto en la necesidad de ser más competitivas y mejorar sus niveles de producción, mejorar sus procesos productivos, optimizar la gestión de sus procesos, adecuarse a los nuevos cambios, tienen claro que deben, mejorar y ser más eficientes y eficaces competitivas. (Villarán, 2010)

Según el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, (2015), determinó que en el Perú se identificaron tres tipos de unidades económicas, que vienen contribuyendo en la generación de trabajo, búsqueda de

una mejor calidad de vida de las personas, y brindar satisfacción y bienestar a los clientes, identificando y priorizando sus necesidades, a saber:

- MYPE de Subsistencia: vienen a ser todas aquellas que no tienen capacidad generadora de utilidades, presentan niveles bajos de ventas, cuentan con muy poca tecnología y más bien utilizan la rudimentaria, estas son el mayor porcentaje en el País.
- MYPE de Acumulación: tienen capacidad de gestión, para la recuperación de su capital inicial invertido, optan por reinvertir en el crecimiento de la empresa desde todo nivel, demuestran capacidad de poder ser buenas generadoras de trabajo de forma sostenible en el tiempo.
- MYPE de Nuevos emprendimientos: vienen a ser todas aquellas empresas generadas para aprovechar oportunidades del mercado, mediante la identificación de una necesidad del entorno. Tienen las mejores opciones de poder convertirse en empresas competitivas que se articulan a procesos y redes de desarrollo local, regional e internacional.

Respecto al ambiente externo: es aquel que la empresa no puede modificar, tampoco tiene decisión alguna sobre él, es decir el gerente no los puede controlar, entre los elementos más comentados e interrelacionados, son: políticos, legales, condiciones económicas, tecnología, sociales y culturales y demográficos. Se tiene que el **factor político legal**, el cual está constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como la Presidencia del Consejo de Ministros- PCM, Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Registros Públicos, LA Sunat, las

municipalidades; dichas instituciones cumplen acciones de cumplimiento de la regulación de la norma.

El estado en su rol regulador y promotor dicta la Ley N° 30056 – Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial; en su título II. Establece medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. El fundamental objetivo de la ley es la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), impulsa el emprendimiento y permite la mejora de la organización empresarial junto al crecimiento sostenido de las unidades económicas Mype. (Diario El Peruano, Ley 30056).

Las unidades económicas MYPE deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías: a) Microempresa aquellas que realizan ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias, en adelante UIT; b) Pequeña empresa aquella cuyas ventas anuales son superiores a 150 UIT, y hasta el monto de 1700 UIT, y finalmente c) Mediana empresa aquella cuyas ventas anuales son superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300UIT. (Diario El Peruano, Ley 30056).

El Estado promulgo la Ley que establece el Régimen Mype Tributario-RMT, donde • Los contribuyentes con ingresos anuales de hasta 1700 UIT tributarán con tasas del 10% (hasta 15 UIT) y 29,50% (para más de 15 UIT) de manera progresiva, resultando una tasa menor a la prevista para el Régimen General del Impuesto a la Renta (29,50%) y acorde a su capacidad para

contribuir al Fisco. De otro lado • Los sujetos que inicien actividades durante el 2017 y aquellos que provengan del Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), durante el ejercicio gravable 2017, la SUNAT no les aplicará las sanciones referidas al llevado y exhibición de libros contables y presentación de las declaraciones determinativas previstas, a fin de crear condiciones favorables para su acogimiento, contenido en, • El régimen promueve la formalización e implica un alivio en las cargas tributarias de más de 700 mil contribuyentes. En el sector del Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS debido a la creación del Régimen MYPE Tributario, se efectúa ajustes en la legislación de NRUS mediante la eliminación de las categorías 3, 4 y 5, y la posibilidad que las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) puedan acogerse al NRUS, empero estos contribuyentes, podrán optar por permanecer en el NRUS, o acogerse al Régimen Especial del Impuesto a la Renta o Régimen MYPE.

Cuadro N° 2 Características de las micro, pequeñas y medianas empresas de acuerdo a los niveles de ventas

Características.	Ley N° 28015		Decreto Legislativo N° 1086		Ley N° 30056	
	Trabajador	Ventas Anuales	Trabajador	ventas anuales	Trabajador	ventas anuales
La Micro empresa	de 1 a 10	hasta 150 UIT	de 1 a 10	hasta 150 UIT	de 1 a 10	Monto máximo de 150 UIT
La Pequeña empresa	de 1 a 50	de 150 UIT hasta 850 UIT	de 1 a 100	de 150 UIT hasta 1700 UIT	de 1 a 100	de 150 UIT hasta 1700 UIT
Mediana empresa						de 1700 UIT a 2300 UIT

Fuente las Leyes
Elaboración propia

Todo ello bajo el argumento de la última ley N° 30056 creada por el Congreso de la República en julio del 2013, “Ley que modifica diversas leyes

para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”. (Escalante, 2016)

Las MYPE emprendedoras son las más propicias a vincularse al **comercio exterior** en los rubros de producción de pequeña escala, como las artesanías y otros productos, de alguna forma existe optimismo en la participación de la demanda internacional, sobre todo en el caso de productos de ferreterías que no tienen una demanda frecuente y la naturaleza del producto exige. (Panizo, 2015) Las MYPE materia de investigación en algunos casos se involucra en el tema de la internacionalización pero como importadores de productos, en razón de la demanda de los consumidores, acorde a sus necesidades reales.

Según el Ministerio de **trabajo y promoción del empleo** (2002) las MYPE son la fuente de trabajo, en un marco de la legislación laboral del Perú, son consideradas como las principales generadoras de empleo, además aportan considerablemente al producto bruto interno (PBI), por eso los especialistas la consideran muy importante en el desarrollo del país, las personas buscan la mejor calidad de vida para su familia es por eso que deciden superarse en el sector que mejor conocen y les sea favorable, las MYPE, no sólo tienen la necesidad de ser competitivas internamente, sino que la globalización les exige buscar la

competitividad externa y consolidarse como un sector de desarrollo sostenido en la economía, fomentando las alianzas estratégicas, la subcontratación y otros mecanismos que en su conjunto busquen el liderazgo en equipo para mejorar el progreso del sector comercio.

La protección y conservación del **medio ambiente** es un problema que afecta a todos, ayudarnos en la protección del medio ambiente en nuestra ciudad es responsabilidad de cada emprendedor y ciudadano como trabajador. La actitud y actuación del empresario debe ser comunitaria con los trabajadores en beneficio de los propios clientes y del ambiente mismo. Las MYPE en investigación no efectúan control de los envases de los productos, por ello no están en condiciones de elegir los envases pocos contaminantes o que estos sean fáciles de reciclarse y exponerse al ambiente, de otro lado estas MYPE no tienen un plan de contingencia para el control de medio ambiente es decir no planifican una logística inversa. De entre los envases existentes en el mercado, el vidrio, el papel y el cartón son los más fáciles de reciclar. Opta por comprar productos con estos envases.(Bartra, 2002)

En nuestro país, esta protección se hace evidente a nivel constitucional desde 1979 cuando se regula por primera vez en el Artículo 123° el derecho de todos los peruanos a habitar en un ambiente saludable. El Cap. 79 Art. 123°: "Todos tienen el derecho de habitar en ambiente saludable, ecológicamente equilibrado y adecuado para el desarrollo de la vida y la preservación del paisaje y la naturaleza. Todos tienen el deber de conservar dicho ambiente. Es obligación del Estado prevenir y controlar la contaminación ambiental." luego de la Cumbre de la Tierra que se dio en Río de Janeiro en 1992, esta protección se amplió

mediante sendos artículos expresados en la Carta Política de 1993. Este proceso continúa hasta el día de hoy mediante el proceso de Reforma Constitucional establecida mediante la Ley 27600 del 15 diciembre 2001. (Bartra, 2002)

Hablando de la **estabilidad de gobierno**, Según cifras del INEI, en el IV Trimestre del 2013 las personas naturales crearon 42,468 empresas, a nivel nacional. Dice también el INEI que el 29.5% de las nuevas empresas declararon que su negocio era el comercio al por menor, un 15% adicional era para “comercio al por mayor” y un 14.6% para “otros servicios”. En ese mismo IV Trimestre hubo 16,312 empresas de personas naturales, que salieron del mercado. En este caso, el 19.6% y el 15.9% fue por comercio al por mayor y al por menor, respectivamente, mientras que un 15.9% dado de baja fue en el rubro “servicios prestados a empresas”. (Campodónico, 2016)

Al III Trimestre del 2015. Hubo 42,768 “altas” (casi igual que en el 2013) pero hubo 21,519 “bajas”. Lo que nos da una relación de 2 a 1: por cada dos empresas que nacen, una muere. Agreguemos que el comercio mayorista y minoristas siguen siendo predominantes. Quizá el más conocido es Mohammed Yunus (quien ganó el Premio Nobel), con su planteamiento de micro préstamos, sobre todo a mujeres, en su Bangla Desh natal. Muchos de estos enfoques tienen relación con Hernando de Soto y el tema de formalización de la propiedad de los activos de los pobres. En el Perú, el mercado de los micros finanzas es considerado una de los más avanzados del mundo. Hace dos años había 39 empresas micro financieras, entre las cuales se encuentran las Cajas Rurales y Municipales, las Ed Pymes y otras financieras que otorgan créditos a la pequeña y microempresa. (Campodónico, 2016)

Según el **factoreconómico** estos sectores comerciales han podido llegar a tener una mayor relevancia. Por ello, es que se entiende que las MYPE deben cumplir un papel destacado con una nueva concepción de la competencia y competitividad, en especial la relevancia del criterio de "especialización flexible" que contempla la capacidad de las empresas para responder en la forma adecuada a los cambios en el mercado internacional, adaptándose a los tipos de bienes producidos, cantidad y calidad de mano de obra, insumos, etc. Hasta el mismo proceso productivo debe replantearse. (Córdova, 2012)

Piura tiene grandes **ciclos de actividades económicas** que se encuentran divididas en tres sectores diferentes. Zonas dedicadas a la actividad industrial, sobre todo actividades pesqueras, petroleras y derivados, y de cuatro valles desérticos; Chira, bajo y medio Piura, San Lorenzo y Alto Piura, hay presencia de una fuerte actividad comercial y de servicios. En los últimos años, la economía peruana ha crecido en su economía. El Producto Bruto Interno (PBI), creció entre el 2003 al 2012, a una tasa promedio anual del 6,5 %. El presidente del BCR, Julio Velarde (2013), refirió que la demanda interna creció 7.1% en el primer semestre, tasa incluso superior a la del primer semestre de 2012. Esa expansión fue explicada principalmente por la inversión pública, que pasó de una caída de 18,0% a un incremento de 20,8%, en que destacaron el dinamismo de los gastos de inversión de los gobiernos regionales y locales. (Ministerio de Economía y Finanzas, (2013)

Piura aporta un 4.2% de valor agregado bruto nacional, aunque su aporte en varios sectores económicos es mayor en términos proporcionales; 43.7% de la pesca, 5.5% de la agricultura y 6.8% de la manufactura. Otro

aspecto donde Piura destaca es la gravitación poblacional con 1.7 millones de habitantes es la segunda región con mayor número de habitantes, al albergar 6.1 % de la población local del país. (Vera 2013)

La principal actividad económica de Piura es la manufacturera que representa el 20.8% del valor agregado bruto regional. Esto se debe a la refinación de petróleo, al procesamiento pesquero y poco a poco al procesamiento de la creciente producción frutícola y biocombustibles. Otras actividades importantes son el comercio con 17.2%, los servicios 15.9% y la agricultura, la caza y la silvicultura 9.9% en conjunto. Además la región cobija a tres de las principales cajas municipales a nivel nacional, que son la Caja Piura, Caja Sullana y Caja Trujillo. (Vera 2013)

Las MYPE específicamente las del rubro de ferretería, se ha tenido en consideración algunos puntos económicos para una mejor caracterización siendo estos: ciclo económico de la familia el cual depende de la opción de ingreso en la familia, el comportamiento de la economía del país sujeta a la no inflación y/o adecuadamente controlada, de forma que no agrave la capacidad de ingreso del comprador y por ende se garantiza un flujo de venta y económico en el negocio, el costo real de las mercaderías acercando a la clase media alta y baja, a la clase baja del poder de adquisición, siendo la economía de gobierno una garantía de sostenibilidad en su desarrollo y crecimiento. (Córdova, 2012)

La gobernabilidad hace que las actividades micro empresariales constituyan el pilar del crecimiento de la civilización, considerándolo el motor natural del desarrollo, frente a un carismático emprendedor de un pequeño

negocio decidido entrar al mercado dominante, para lo cual maneja estrategias y se alimenta de conocimiento que le permita manejar adecuadamente la oferta y la demanda, administrando el manejo del precio frente a sus costos fijos. (Olavarría, 2014)

En la participación del sistema financiero los créditos en se han visto grabados por sendos **interés**, en el año 2014, los créditos corporativos representaban un 56%, los de consumo e hipotecarios un 34% y las Pymes un 10%. Es evidente que las Pymes, se han convertido en factor importante en la economía peruana, pero es conveniente indicar que las Pymes todavía no están listas para participar en el comercio internacional de una economía globalizada, pues sus niveles tecnológicos no le permite actualmente adaptarse a los nuevos flujos de información. (Zúñiga, 2016)

El Estado en la persona jurídica del Ministerio de Economía y Finanzas- (MEF) constituyó el programa especial de apoyo financiero a la Microempresa y Pequeña Empresa – (PRONPYME) del Banco de la Nación, autorizándole a suscribir convenios de uso compartido de su infraestructura y agencias con estas entidades. La Asociación de Pequeños y Medianos industriales del Perú – (APEMIPE) estima que el programa financie a más de 100,000 microempresas y pequeñas empresas en el país. El estado peruano tiene la responsabilidad de promover el acceso a las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, para que estas tengan un mayor potencial de desarrollo, realizar nuevas y más eficientes operaciones, ampliar el tamaño de sus operaciones y acceder a créditos en mejores condiciones. Otras entidades autorizadas como: Corporación Financiera de Desarrollo – (COFIDE); Las Ed pymes, Cajas Municipales y Cajas

Rurales, donde el Banco de la Nación sea la única oferta bancaria – (UOB).
(Aspilcueta, 2015)

Otro de los elementos del factor económico es la **inflación**, es generadora del incremento de los precios de bienes y servicios. Recientemente el presidente del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), Julio Velarde, señaló que se estará por encima del rango meta que es de 3%. Para medir la inflación se utiliza el Índice de Precios al Consumidor (IPC) los cuales reflejan el crecimiento porcentual de la canasta básica. En la economía peruana hay cuatro tipos de productos, explicó el economista Jorge González Izquierdo, que son: (i) los importados, (ii) los productos que compiten con las importaciones, (iii) los productos que se exportan y (iv) los productos que ni se exportan ni compiten con las importaciones, como por ejemplo los profesionales. “Cuando el precio del dólar sube impacta directamente a las tres primeras categorías, ello genera el incremento de la inflación. Sin embargo todo ello afecta primordialmente al ciudadano de a pie con el alza en el precio de los alimentos, de las medicinas y de la ropa; y a los empresarios con el precio de las maquinarias importadas y con el precio de las materias primas importadas”, Además de encarecer los bienes de consumo importado y los bienes de capital, el alza del dólar impacta en todos aquellos bienes que no se manufacturan localmente como por ejemplo los automóviles, bienes tecnológicos, o farmacéuticos. el tipo de cambio tiene el efecto pernicioso a generar dificultades en la capacidad de pago de quienes tienen deudas en dólares e ingresos en soles, lo que llamamos como riesgo cambiario crediticio, señala el fundador de MC&F Consultores. (Ríos, 2015)

Según las proyecciones de la Tasa de Desempleo, realizadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, en el año 2015 el departamento de Piura tienen una población mayor de 1'800,000 habitantes, de lo cual el 5.9% del total nacional, siendo la tercera región más poblada del país, representando un crecimiento promedio anual del 2008 al 2015 del 6.3%. La Población Económicamente Activa – PEA al 2012 era de 893,3 personas. El Banco Central de Reserva del Perú en su informe al 2015 da a conocer la tasa de desempleo urbano, considerando los valores más altos se tiene que en el grupo de edad de 14 a 24 años la tasa de desempleo era del 11.2%, a nivel de región natural, en la costa urbana la tasa de desempleo era del 4.6%, en la sierra urbanas del 4.1%, en la selva urbana del 3.0%, a nivel de sexo la tasa de desempleo al 2015 en hombres era del 4.2% y de mujeres el 4.5%. (Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Nacional de Hogares).

En cuanto a los grados de reguladores de la competencia en el caso de los centros comerciales del rubro de ferretería del AA.HH. San Pedro, no existe un regulador de los precios que promueva la competencia, en ellos no existe regulador dado la ley de la libre competencia, práctica que se convierte en lícita, para ello el mejor regulador de competencia entre ellos, es el mejor precio, la buena atención, el mejor servicio, la mejor calidad de los productos, todos y cada uno de estos elementos se llaman defensores de la neutralidad de la competencia. En muchos de los casos utilizan un lenguaje corporativo, para reducir el conflicto de competitividad entre ellos. (Calderón, 2015)

A nivel de la Integración, cooperación y alianzas entre empresas, el estado peruano, ha establecido marco normativo para el desarrollo productivo

empresarial, apoyando la gestión y al desarrollo empresarial, para ello existen sistemas de procesos de calidad para 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. En el caso específico de las MYPE de servicio del rubro ferretería del AA- HH. San Pedro, el segmento de mercado es nacional y escasamente la presencia de turistas internos y externos, Las alianzas estratégicas permiten a una empresa buscar una oportunidad más rápidamente, aprovechando los recursos y el conocimiento de la otra parte. (El Peruano – Ley 30056)

En el contexto del **factor socio-cultural** las MYPE tienen importancia fundamental en la generación de empleo, como en la guerra contra la pobreza, conocer más profundamente el sector de las ferreterías implica y significa conocer las oportunidades de este negocio, que ofrecen un interesante margen de rentabilidad al ofrecer herramientas, manuales, materiales de construcción y otros de la ingeniería y demás especialidades. La cultura de una ferretería emprendedora se centra en tratar de conocer y dominar el local, la mercadería, la logística, orden de los depósitos, conocer bien a sus proveedores y principalmente a sus clientes que siempre estén fidelizados, con esto tienen culturalmente lo básico para emprender el camino de crecimiento. Los cambios en las actitudes, gustos, preferencias, hábitos, valores y creencias de las personas sobre lo que necesitan consumir; los cambios en la forma de vida. (Guía Básica, 2016).

En su mayor parte, las MYPE son caracterizadas socioculturalmente de tipo tradicional, es decir, los empresarios de las ferreterías, aun manejan algunas ideas basadas en servicios que no incluyen mayor innovación y nuevas tecnologías; además de la pobre cultura tributaria y resistencia al cambio, para crear emprendimiento innovador se requiere del incremento de planes de capacitaciones técnicas y por parte de las universidades en cuanto a una mayor investigación sobre las MYPE. (Lozano, 2013)

Los emprendedores de las MYPE del AA.HH. San Pedro, dan vital importancia a la expresión de lo que significa el servicio al cliente, desde esta perspectiva orientan sus actuaciones con responsabilidad de construirlas de manera inspiradora y que impacte en el cliente, generando alegría y felicidad en la interrelación dando respuestas a sus inquietudes y producir emociones positivas, numerabilidad con la finalidad de dejar en la mente del cliente una huella imborrable del negocio y sus integrantes, el factor sorpresa es utilizado al margen de las pocas o casi nulas políticas de la empresa estas no son un obstáculo para corregir sus errores. (El Peruano, 2010).

La Región de Piura, es bendecida, está ubicada en la costa y sierra norte del Perú, su superficie abarca los 36 mil kilómetros cuadrados, siendo en la actualidad la segunda región más poblada del país. La historia de Piura está ligada al desarrollo del cultivo del algodón desde épocas muy ancestrales. En sus ciudades, se observa el crecimiento de la manufactura, el comercio y los servicios, los cuales le dan gran representatividad en la actividad económica de la región, su futuro es promisorio con un crecimiento sostenido, que permite elevar el bienestar

de la mayoría de su población. Las ferreterías materia de la investigación le dan a esta zona piurana una cobertura particular. Ello se manifiesta al mostrar fuertes convicciones en el desarrollo del negocio y la población, en todos los campos, sobre todo en el de la educación. (Banco Central de Reserva del Perú, 2008).

Así mismo se considera el **factor tecnológico**, en la actualidad, podemos decir que las formas de hacer comercio han cambiado mucho en estos últimos años con la ayuda del internet. Los emprendedores que estén conectados al internet pueden comprar y vender desde esta línea y ofrecer sus productos en la red a nivel regional, nacional e internacional en cualquier parte del mundo. Utilizan con mucha habilidad la **transferencia de tecnología** para generar incremento de sus ventas. Las Mype unidades económicas, en especial las ferreterías del AA.HH. San Pedro, cuentan de manera adecuada en números de equipos, por la misma razón que están en crecimiento. Convirtiéndose su fuerza de ventas en una fortaleza para ingresar a nuevos segmentos con las ventas al mercado. (Aguirre, 2011).

Ahora bien, estas Mype aun considerando baja **la tasa de obsolescencia**, recurren al uso de nuevos factores tecnológicos en general, incorporando mejoras de algunos de los procesos de innovación de la empresa. Una de las que tiene mayor importancia es el Internet, de manera que las Mypes adopten sistemas electrónicos (software) que faciliten el manejo administrativo de su rotación inventarios, ingresos, costos, documentación, logística y administración contable, dado que aumenta la versatilidad, contribuyendo de manera satisfactoria a cubrir las necesidades de las MYPE. (Yamakawa y otros, 2010)

El emprendedor de las MYPE, por lo general al inicio de sus operaciones, no cuenta con un plan de negocios, sistemas y procesos de compras, ventas, distribución, almacenamiento, control, de igual manera sucede en la contratación de personal, se realiza sin tener en cuenta un perfil de cargo o puesto. Generalmente, es el propietario quien realiza todas las funciones convirtiéndose en multifuncional. Por otro lado, este emprendedor, se caracteriza por no calcular correctamente el tiempo y no llevar un control de sus ingresos y egresos y consumen los ingresos en cuestiones personales, ajenas al negocio. Además el 91% de los emprendedores peruanos esperan recuperar rápidamente el monto invertido en un tiempo máximo de 2 años (Sánchez, 2011).

Las MYPE peruanas y piuranas poseen una administración independiente procedente de la capacidad y experiencia de su propietario(s), operan en un ámbito local, poseen escasa especialización en el trabajo, no emplean técnicas de gestión, dependen en gran medida de la mano de obra familiar, su actividad no es intensiva en capital, pero sí en mano de obra, sin embargo no cuentan con mano de obra fija o estable, tienen acceso reducido a la tecnología, no separan las finanzas del hogar y las de los negocios (Rivera, 2012).

De acuerdo a la situación antes caracterizada, de las Mype unidades económicas de ferreterías asentadas en el AA.HH. San Pedro, se puede enunciar el problema como: ¿Qué características tiene la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017? problemática que existe en la Región Piura, la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - ULADECH, Sede Piura. Se ha generado el objetivo general denominado:

Determinar las características de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017. Consecuentemente para el logro de este se ha formulado los objetivos específicos que conduzcan a demostrar el objetivo general, siendo estos: (a) Determinar los beneficios de la capacitación que tienen las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017; (b) Identificar las fases de capacitación que aplican las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017; (c) Determinar los factores de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017; y (d) Identificar los elementos de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA.HH San Pedro – Piura, año 2017.

La presente investigación se justifica a nivel Teórico porque Contribuye a desarrollar conocimientos de las características de las variables de capacitación y competitividad, del rubro de Ferreterías del AA. HH. San Pedro, permite llenar un vacío de conocimiento, coincidente con Galván. (2011). En esta parte de la investigación trata de plasmar los avances de las ciencias administrativas con respecto a este tipo de variables, Siguiendo en la línea de investigación se justifica de manera práctica porque se logra desarrollar en los colaboradores actitudes y habilidades para un desempeño óptimo, deben sentar las bases para que tengan la preparación necesaria y especializada que les permita enfrentar en mejores condiciones sus tareas diarias, alcanzar altos niveles de motivación, productividad, integración y compromiso, les permitirán ser más competitivas. (Carlos Arturo Monje Álvarez, 2011). La investigación se justifica metodológicamente al poner en práctica la utilización de técnicas y herramientas

matemáticas se han utilizado para identificar y demostrar las características de la capacitación y la competitividad, para esto las organizaciones deben incluir un pilar fundamental que es mantener en los niveles adecuados la solución ante un problema dentro de la organización y se dará una competencia eficaz, según Hernández, Fernández y Baptista, 2011.

II.- REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES.

La fuente de información de las variables de la investigación sobre capacitación y competitividad, está conformada por investigaciones realizada por investigadores que hacen alusión a una o a las dos variables, material que contribuye en el fortalecimiento del incremento del conocimiento y es de utilidad en la discusión con los resultados. Se presentan en los tres niveles conforme es recomendado por varios investigadores: internacional, nacional regional y/l local.

2.1.1 VARIABLE CAPACITACIÓN

Galván (2011) realizó una investigación denominada *“Capacitación como alternativa para mejorar la prestación de servicios de la empresa”* de la Universidad de Tangamanga_México, el autor se enfoca en la empresa industrial Solutions warehousing, situada en la zona industrial San Luis Potosí-México, el cual concluye diciendo que el proceso de capacitación es prioritario en cualquier empresa, ya sea de producción o de servicios y al aplicar esta propuesta la empresa mencionada se verá grandemente favorecida, ya que el capital humano es el que hace posible que las empresas sean grandes, o que su destino sea la quiebra, Y es que la capacitación es un proceso que nunca termina, ya que toda persona

que integre un equipo en esta empresa, está obligada a superarse, o no tendrá cabida en ella. Esto es por las propias exigencias de los clientes de la empresa, que por lo general son empresas transnacionales, las cuales exigen certificaciones en normas internacionales como la ISO-9001-2008, en la cual está en proceso de certificación.

Álava (2013) titulado *“Programa de capacitación dirigido a la Unión de Asociados de Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Playas Provincia del Guayas”* – **Ecuador**, presentado a la Universidad Estatal Península de Santa Elena Extensión Playas para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de administración. El tipo de investigación utilizado es: descriptivo, evaluativo, explicativo y correlacionado; con una población de 1784 personas y una muestra de 326 personas. Tuvo como objetivo general: diseñar un programa de capacitación que requieren los servidores turísticos mediante un sistema de capacitación continúa para potencializar el desarrollo del sector turístico del cantón Playas. Dentro de las conclusiones que se determinó que la actualidad los servidores turísticos, se encuentran dispuestos y de acuerdo en que se deben capacitar, para poder mejorar su situación socio económica; así también se concluyó que los servidores turísticos no necesitan una formación académica básica para inscribirse en estos cursos de capacitación que mejorarían sus niveles de aprendizaje y desarrollo de destrezas.

Moreyra (2013) realizó una investigación denominada *“Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana extensión Guayaquil, para mejorar la calidad de servicio”*

presentada en la Universidad de **Guayaquil (Ecuador)**. Dicha investigación aplicó una metodología de tipo inductivo-deductivo, analítico-sintético. Llegándose a la conclusión que el 95% de la población encuestada incide en la calidad de servicio, además se está de acuerdo que se efectúen evaluaciones semestrales al personal encargado en atención al cliente para medir la calidad de dicha atención, por otro lado el 90% del personal administrativo reconocen que el servicio que ofrecen no es de excelencia, sin embargo un 91% afirma que al recibir un módulo práctico de capacitación en atención al cliente sería un factor importante en la mejora. También docentes y estudiantes con el 93% considera que el personal de la UCL no ha sido debidamente capacitado, ni ha recibido el entrenamiento y de manera oportuna. El 60% solicitó capacitación, el 50% no fue atendido a su pedido y el 100% tiene buena relación laboral.

Quispe (2012) en su trabajo de investigación: “Caracterización de la capacitación y la competitividad de la microempresa en el sector de Santa Cruz distrito de **Paracas** en el 2012”; para optar el grado de Lic. Administración tuvo como objetivo determinar la Influencia de la competitividad en la capacitación de la microempresa en el sector de Santa Cruz distrito de Paracas en el 2012; Respecto al tipo de investigación a utilizar se eligió la investigación cuantitativa porque se utilizó métodos estadísticos para llegar al objetivo; además Se eligió la investigación no experimental transversal porque se va investigó en un tiempo determinado; Se eligió el nivel explicativo porque se explica el fenómeno del problema donde se llega al conocimiento de las causas y así poder establecer las relaciones causa-efecto; respecto a la muestra se evaluó las microempresas en el sector santa cruz que compone de 20 muestras, de ellos 16 mujeres y 4 hombres

trabajadores que laboran en dichas microempresas; se eligió aleatoriamente de forma probabilística para determinar dichos resultados. Llegando a las siguientes conclusiones. a) Muchos de los colaboradores de las microempresas se sienten satisfechos por pertenecer en ellos, aunque solo un mínimo de personas no están de acuerdo; y esto se debe a que no se sienten cómodos ya que existe una falta de comunicación entre los empleadores y sus colaboradores, (b) Algunos de los empleadores no toman en cuenta las ideas expresadas por sus empleados, lo que hace generar un factor de desconfianza, frustración y desinterés al momento de realizar sus tareas, es por ello que se recomienda programas de capacitación para generar un ambiente más favorable para poder alcanzar no solo objetivos empresariales sino también personales.

Flores (2013) en su tesis denominada: *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra venta de computadoras, accesorios y suministros del distrito de Chimbote, período 2010 – 2011* para optar por el título de contador público, planteó como objetivo general describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra venta de computadoras, accesorios y suministros del distrito de Chimbote, período 2010 – 2011. La investigación fue no experimental, transversal y descriptiva. Para su realización se escogió una muestra de 12 MYPES para aplicar la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes conclusiones: Respecto a las características de las Mypes: Las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: el 100% están en el rubro y sector hace más de 3 años, el 100% afirman que su

empresa es formal, el 58% tienen un solo trabajador permanente, el 58% tienen de 2 a 4 trabajadores eventuales y el 100% fueron creadas con el propósito de obtener ganancias. Respecto a la Capacitación: las principales características de la capacitación de las MYPE son: sí recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito, el 58% ha recibido un curso de capacitación, siendo el curso más solicitado el de marketing empresarial con un 42%. Por otro lado el 67% considera que la capacitación como empresario sí es una inversión y el 83% manifestaron que la capacitación sí es relevante para su empresa.

Aguilar (2016) en su investigación para optar el título de Licenciado en Administración titulada: *“Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de artículos de ferretería, en el mercado las Malvinas del distrito de **Chimbote**, 2013”*, quien tuvo como objetivo general determinar las principales características del financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, en el mercado las Malvinas del Distrito de Chimbote, 2013. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental/transversal, quien utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 80% tienen de 36 a 50 años de edad. El 86,7% son varones. El 80% tienen estudios superiores no universitarios. El 86,7% son propietarios de las micro y pequeñas empresas. El 80% tiene la finalidad de generar ganancia. El 60,0% tiene de 04 a 07 años en el mercado. El 100% es formal. El 86,7% obtuvo financiamiento de terceros. El 66,7% han obtenido créditos de entidades bancarias. El 80% solicitó un importe aproximado de 5,000

a 10,000 nuevos soles. El 80% pagó una tasa de interés de 26% a 40%. El 40% invirtió en mejoramiento y/o ampliación del local. Se concluye que: La mayoría de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, en el mercado las Malvinas del Distrito de Chimbote, 2013 son adultos, varones, tienen estudios superiores no universitarios y son propietarios. Las Micro y Pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, tienen más de 04 años en el mercado y todas son formales. Además, obtuvieron financiamiento de entidades bancarias, pagando una elevada tasa de interés, logrando invertir en infraestructura.

Del Carmen (2013) desarrolló la investigación denominada “*Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Artículos de Ferretería del Distrito de Sullana*”, investigación realizada para optar el título de Licenciado en Ciencias Administrativas, cuyo objetivo general fue determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio del Rubro Venta de Artículos, justificándose en que el estudio permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento y la capacitación en el accionar de las micros y pequeñas empresas. La metodología empleada fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo, debido a que se recolectaron datos en un solo momento y en un tiempo único, la población estuvo conformada por las Mypes del rubro venta de artículos de ferretería, y la muestra fue de 40, para lo cual se empleó como técnicas de recolección el cuestionario. Se concluyó que el en su mayoría los representantes legales son adultos varones, con educación

secundaria, dedicándose al negocio por más de tres años, iniciándose con capital propio, contando con un máximo de cinco trabajadores, formándose para crecer económicamente, la gran parte obtuvo crédito de banco, sin embargo no han recibido capacitación, siendo así su rentabilidad ha mejorado en los últimos dos años.

Cruz (2015) en su tesis denominada *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro abarrotes del asentamiento humano Juan Velasco Alvarado de la provincia de Sullana, 2014* para optar el título de contador público cuyo objetivo general es determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro abarrotes del asentamiento humano Juan Velasco Alvarado de la provincia de Sullana, 2014 se ha desarrollado usando la Metodología de tipo cuantitativo, el nivel descriptivo y el diseño no experimental, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario pre estructurado con 26 preguntas relacionadas a la investigación, el cual fue aplicado a una muestra no aleatoria por conveniencia representada por 10 empresas del sector y rubro en estudio, se concluye que: el 70% de las Mype del sector Abarrotes materia de investigación, financian sus actividades comerciales a través de préstamos de terceros, mientras que el 30% se autofinancia. El 20% de las empresas que obtuvieron financiamiento, recurrieron a entidades bancarias, el 60% obtuvo apoyo financiero en las Cajas municipales y el 20% hizo uso de prestamistas. El 10% de las Mype encontraron mayor facilidad para el otorgamiento del crédito en las entidades bancarias, el 80% en las cajas municipales, el 10% en los prestamistas y usureros. El 20% de los créditos

solicitados fueron a corto plazo, el 60% a largo plazo y el 20% no precisaron. El 30% de las Mype pago una tasa de interés entre 1% a 2% mensual, el 40% entre 2.1% al 6% mensual y el 30% no supo precisar. El 10% de las Mype en estudio destinó el crédito a la compra de activos fijos, el 80% lo destinó a capital de trabajo y el 10% lo invirtió en otros. Respecto a la Capacitación. El 10% recibió capacitación para la formación de su Mype, y el 90% no ha recibido capacitación alguna. El 90% ha recibido una capacitación durante su gestión y el 10% dos o más capacitaciones. El 90% de los encuestados considera que la capacitación es inversión y el 10% no lo considera.

Mijahuanga (2015) en su tesis denominada: *Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2013* para optar por el título profesional en administración, cuyo objetivo fue Determinar las características del financiamiento y capacitación de las MYPE rubro restaurantes, ciudad Sullana, año 2013. La muestra por conveniencia está representada por 15 MYPE del sector en estudio, incluyéndose para la investigación sólo a aquellas que cumplan ciertos criterios, como instrumento de investigación se utilizó el cuestionario, llegando a las siguientes conclusiones: En la presente investigación se concluye: la fuente de financiamiento preponderante en la investigación es del sistema bancario. Por otro lado el tipo financiamiento identificado es a corto plazo, ya que se demostró que es más conveniente para las MYPE rubro restaurantes debido a la accesibilidad y la rapidez con que se pueden capitalizar. El nivel de capacitación identificado es de nivel medio. De acuerdo a lo investigado debería darse más importancia e invertir en la capacitación ya que mejoraría el nivel de estas empresas y generaría mayores ingresos, lo que también

repercute en la sociedad porque tendríamos personal capacitado y calificado para desarrollar sus funciones, por ende recurso humano más eficiente.

2.1.2 VARIABLE COMPETITIVIDAD

Rodríguez, Bañuelos, Rubio, & Chávez, (2010), en su investigación sobre *Factores internos que afectan la competitividad en las empresas de la zona sur de Tamaulipas*, tesis para optar el grado de maestría en Administración Industrial de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, **México**. Tiene por objetivo diagnosticar el nivel de desempeño en los hoteles y restaurantes, respecto a un grupo de factores internos que inciden en la competitividad de dichas empresas, el tipo de investigación es descriptivo; la encuesta con preguntas cerradas, la población está constituida por, 49 empresas de sector hotelero y 59 empresas de sector restaurant. Concluye: Se observó que los factores internos que mayormente afectan son la planeación estratégica, las habilidades directivas del responsable o gerente de la empresa, la calidad de servicio y la tecnología de información y comunicación.

Saavedra, Milla, & Tapia, (2013) en cuya investigación denominada *“Determinación de la Competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del distrito Federal de México”*, presentada en la Universidad Politécnica de **México (México)**, y en la que se empleó una metodología causal correlacional, arrojando como conclusión que la competitividad medida por tamaño de empresa indica que las estrategias de las empresas y el entorno de negocios que proporciona el gobierno impactan en forma distinta al momento de generar competitividad; pues la micro empresa no es competitiva mientras que la pequeña y mediana son

altamente competitivas. Mostrando con esto que la competitividad se estaría relacionada con el tamaño. El análisis nos permitió determinar que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuando mayor es el nivel de estudios del empresario también mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, lo que implica entonces la importancia de impulsar y fomentar la capacitación de los empresarios de las PYME.

Navia (2009) en su investigación denominada: *“Empaque primario como estrategia de competitividad para las Pymes exportadoras de América Latina”*, perteneciente a la Universidad de Palermo de España, cuyo objetivo fue desarrollar una estrategia competitiva en relación al empaque primario que sirva para las Pyme exportadoras de América latina. La investigación presentó un enfoque mixto; no experimental y fue de tipo explicativa. Dentro de las principales conclusiones se sostuvo que no hay duda que las Pymes son para la economía del mundo una porción muy importante del mercado y que solo en América Latina representan el 90% de la producción y más de la mitad con potencial exportador; son vitales para el intercambio de bienes y servicios y su tamaño reducido le confiere características de flexibilidad y toma de decisiones con mayor velocidad que se traduce en un rápido aprendizaje y una comunicación efectiva al interior de toda la organización. Poner la mirada en los productos alimenticios manufacturados en América Latina, es una oportunidad de observar las dinámicas de los mercados y los consumidores, más aún porque es en estos países donde hay mayor potencial de fabricación de productos derivados de la industria agropecuaria y donde se concentran el mayor número de

emprendimientos dedicados a la producción y la comercialización de los mismos; si bien esto es un indicador interesante de todo el posible potencial exportador; no significa necesariamente que estemos ofreciendo mercancías con valores marcarios, conexiones emocionales ni identificadores visuales que permitan a los productos pasar de commodities a elecciones de valor agregado por el consumidor final.

Coello (2013) en su tesis trata sobre la *“Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2011”*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote 2013. El trabajo de investigación ha tenido por objetivo determinar las principales características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPE comercializadoras en el rubro ferretero del distrito de **Nuevo Chimbote**, durante el año 2011; La investigación fue de tipo no experimental-transversal-descriptivo, de una población de 11 MYPE se tomó una muestra del 100% de la población registradas en la Sunarp Chimbote, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados fueron:

1) De las 11 MYPE encuestadas, llegando a las siguientes conclusiones: Respecto a la Competitividad: La mayoría de los empresarios de este sector comercial conoce el término competitividad, percibe que su empresa es competitiva en precios pero no realizó ninguna investigación de mercado al respecto. Respecto a la rentabilidad: la mayoría de empresarios usa registros contables el cual contribuye a la toma de decisiones de su empresa, que conocen el término

rentabilidad, que su empresa es rentable y mejoró en el año 2011 al igual que su infraestructura.

Sifuentes (2014) en su tesis para optar el título de Licenciada en Administración: *“Estrategias de distribución y ventaja competitiva en comercializadoras mayoristas de abarrotes, ciudad de Huamachuco – año 2014”*. El objetivo general fue determinar de qué manera las estrategias de distribución contribuye a mejorar las ventajas competitivas en las comercializadoras mayoristas de abarrotes de la **ciudad de Huamachuco**. La muestra estuvo conformada por 4 comercializadoras y 36 clientes minoristas. Se aplicó la técnica de la encuesta y entrevista. Entre las principales conclusiones tenemos: Los conductores de bodegas, identificaron las estrategias de distribución que despliega cada comercializadora mayorista, permitiendo así calificar las que constituyen casa comercializadora mayorista, permitiendo así calificar las que constituyen fortalezas. Se ha constatado con los propietarios, sobre las ventajas competitivas de las comercializadoras, estas son: exclusividad de marcas, precios más bajos, rapidéz de entrega, variedad de productos, entrega a domicilio.

Valderrama (2015) en su tesis, *“Gestión de calidad y competitividad de las Mype del sector comercio - rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014”*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, **Trujillo 2015**. La presente tesis pretende dar a conocer sobre gestión de calidad y competitividad de las Mypes, dos puntos muy importantes en las cuales los micros y pequeñas empresas deben trabajar a fin de contribuir al acceso de nuevos mercados. El siguiente trabajo de investigación lleva como título “Gestión de calidad y competitividad de las Mype

del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014”, como sabemos las Mype son consideradas parte de la economía de nuestro país, así como también se ven enmarcadas por el alto nivel de competitividad del mismo sector o rubro. El objetivo general de dicha investigación es Describir las principales características de gestión de calidad y competitividad de las MYPE del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el Porvenir, año 2014; la investigación fue de manera descriptiva con una muestra de 15 Mype a las cuales se les aplico a sus representante un cuestionario de 14 preguntas, obteniendo las siguientes resultados: Con respecto a los representantes de las Mype, el 42.86% de los representantes tienen la edad entre 50 y 60 años, contando con estudios secundarios el 53.3%; El 60% de estas organizaciones realizan sus actividades más de 10 años a pesar de alta competitividad, teniendo una demanda del 66.7% en calzado para dama y el 33.3% para caballero.

Solano (2009) de la Universidad Cesar Vallejo Piura, realizó una investigación titulada “*Propuesta de un sistema de competitividad aplicada a las empresas comerciales de Piura*”. De metodología descriptiva, nivel cuantitativo, correlacional. El autor muestra como conclusión que es importante la competitividad de la empresa ya que mediante este va a permitir tomar decisiones con respecto a la mejora del servicio que brinda la empresa, por lo cual permite obtener una ventaja competitiva frente a sus competidores para que logre contribuir en el desarrollo de la sociedad y del país, también nos dice que es necesario aplicar estrategias adecuadas para la competitividad que permitan

analizar el entorno externo e interno de la empresa para alcanzar un nivel de competencia alta.

Lequernaque (2015) en la tesis para optar el título de Licenciada en Administración: *“Caracterización de la capacitación y competitividad de las mype comerciales rubro abarrotes - Piura, año 2013”*, cuyo objetivo fue determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro abarrotes en la Ciudad de **Piura** al 2013. Los elementos de la competitividad en las MYPE comerciales rubro abarrotes en la ciudad de Piura al 2013, son; fomentar, desarrollar y mantener, tanto a la organización como un todo; la flexibilidad y adaptación a los cambios; innovación. Por ese motivo la mayoría de los encuestados consideran que se debe de tomar en cuenta, su proceso innovador y su estrategia competitiva se sustentan en recursos y capacidades difíciles de imitar o reproducir por otras empresas, esto quiere decir que para ser competitivos se requiere un valor añadido diferente a las demás competencias, permitiendo crecer de manera innovadora dentro del rubro de abarrotes como MYPE. Otro de los elementos de la competitividad en las MYPE comerciales rubro abarrotes en la ciudad de Piura al 2013, es la evaluación y revisión periódica de estrategias; procesos y sistemas; capacidad de aprendizaje; orientación a resultados; comunicación abierta y fluida. Por lo cual la mayoría de los encuestados afirman que gracias a estos elementos permiten un alto nivel de crecimiento y desarrollo para beneficio de la empresa, lo cual le permite marcar la diferencia en base a calidad, servicios, costo o precios. El grado de competitividad en las ventas de las MYPE comerciales rubro abarrotes en la ciudad de Piura al 2013, es ofrecer los mejores precios, entregando más rápido el

producto, con niveles de calidad certificados, desarrollando los productos a la necesidad de sus clientes. Por eso motivo se deduce que la competitividad es la habilidad de una empresa para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, permitiendo sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente. Por esta razón, para lograr el éxito en el mundo competitivo de hoy, las empresas y profesionales están obligados a definir sus estrategias dentro de su proceso administrativo, por la motivo contar con un buen grado de competitividad permitirá a la empresa superarse y ser cada vez mejor. Asimismo se basa en obtener cero defectos en los productos, inventario cero, retraso cero, cero daños en las maquinas, creatividad y el conocimiento. En la actualidad es necesario valerse de todas las herramientas disponibles (valor agregado = marketing, estudio de mercado, capacitaciones, entre otras) para mantener un nivel adecuado de competitividad que permitan a la empresa innovar continuamente y hacer que el producto sea significativamente diferente y único, permitiendo ser mejores en el paso de los años y sobresalir como micro y pequeña empresa que es dentro del rubro de abarrotes.

Campos (2015) en su tesis, *“Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevichería del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015”*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, **Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura 2015**. La presente investigación titulada “Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015” estableció como objetivo. Determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes

cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres MYPE y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Obteniéndose siguientes resultados en gestión de calidad es la falta de conocimiento, resistencia al cambio a nivel de gerencia lo ha repercutido en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que ha incidido en la disminución de las ventas. Por lo que se concluye que existe relación directa entre gestión de calidad y competitividad de las MYPE.

2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1 CAPACITACIÓN

2.2.1.1 DEFINICIONES

Silíceo (1996) dice que la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores.

Bohlander y otros (1999) considera que el término capacitación se utiliza con frecuencia de manera casual para referirse a la generalidad de los esfuerzos

iniciados por una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros. Se orienta hacia la cuestiones de desempeño de corto plazo.

Blaque (1999) afirma que la Capacitación Es un proceso intermedio que, en la forma más o menos directa, apunta a lograr a que quienes trabajan con la excelencia que el sistema requiere; es un servicio interno de la organización que se cumplirá bajo cualquier forma cada vez que alguien deba conocer una tarea, desarrollar una habilidad o asumir una actitud

Robbins & Coulter (2005) recalca que la capacitación de los empleados es una actividad importante. Conforme los empleados exigen cambios, las destrezas de estos se deben modificar y actualizar. Los gerentes, por supuesto, tienen la responsabilidad de decidir qué tipo de capacitación necesitan los empleados, cuándo la requieren y como debe ser la capacitación

Aunque algunos empresarios todavía consideran que la actualización y capacitación de sus empleados resulta un gasto innecesario, diversos especialistas en recursos humanos advierten que la capacitación en las pequeñas y medianas empresas es un imperativo que no se debe dejar de realizar, ya que constituye una herramienta que permite mejorar la productividad, la gestión y la optimización de recursos (Entrepreneur, 2014).

2.2.1.2 La Capacitación De Los Recursos Humanos

Según Escandón (2007) la capacitación es desarrollo e implica la obtención de herramientas que pueden utilizarse para mejorar el rendimiento de una empresa y, por lógica, de sus empleados; es para la mente lo mismo que el entrenamiento

físico para los atletas. Así que hay que entrenar y capacitarse para llegar a nuestra meta. El departamento de recursos humanos dentro de una empresa es el encargado de orientar a su personal al cumplimiento de las metas organizacionales a través de una capacitación eficiente encaminada al logro de un objetivo en común.

Quizá muchos empresarios se preguntan ¿qué caso tiene gastar en capacitar a mi personal?, al poco tiempo pueden cambiar de trabajo y se pierde el objetivo de que apliquen lo aprendido en mi empresa. Sin embargo, hoy en día capacitar no es un lujo, es una necesidad y una herramienta de ventaja competitiva.

2.2.1.3 Beneficios de la Capacitación

Chiavenato I., (1999): la capacitación beneficia:

A las organizaciones porque:

- Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Crea mejor imagen.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Se promueve la comunicación a toda la organización.
- Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.

A los trabajadores porque:

- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Permite el logro de metas individuales.
- Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

Garza Tamez, Abreu , & Garza (2009) considera que la capacitación proporciona beneficios a la organización, dado que ofrece: (1) la posibilidad de mejorar la eficiencia del trabajo de la empresa, (2) permitiendo a su vez que la misma se adapte a las nuevas circunstancias que se presentan tanto dentro como fuera de la organización. (3) Proporciona la oportunidad de adquirir mayores aptitudes, conocimientos y habilidades que aumentan sus competencias a los trabajadores, para desempeñarse con éxito en su puesto. (4) De esta manera, también resulta ser una beneficiosa herramienta motivadora. Vivimos en una sociedad, donde los cambios se presentan a una velocidad creciente y sin precedentes.

Julieta (2010) se enfoca en los centros de trabajo, para que estos se aboquen en la aplicación de aspectos relacionados a los beneficios que trae la

capacitación para ambas fuerzas de trabajo, involucradas en la gestión de recursos humanos, siendo que los beneficios se dan para ambas partes: a las organizaciones y a los trabajadores:

1. **Beneficios de la capacitación para las organizaciones,** entre los beneficios que tiene la empresa con la capacitación se pueden enumerar los siguientes:

- Crear mejor imagen de la empresa
- Mejora la relación jefe subordinado
- Eleva la moral de toda la fuerza de trabajo del personal
- Incrementa la productividad y la calidad en el trabajo

2. **Beneficios de la capacitación para los trabajadores:**

- Elimina los temores de incompetencia
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto de cada personal
- Desarrolla un sentido en el progreso.

2.2.1.4 Fases de la capacitación

Chiavenato (1993) en su libro define la capacitación como: Un proceso educativo por medio del cual las personas adquieren conocimientos, habilidades y actitudes para el desempeño de sus cargos. Es un proceso educacional porque su fin es la formación y preparación de las personas. Esta orientación eminentemente hacia el desempeño del cargo ya sea actual o futura en la empresa.

El autor menciona tres fases de contenidos, incluidos en la capacitación:

- a) **Transmisión de informaciones y conocimientos que contempla información sobre el trabajo**, la empresa, sus productos o servicios, sus reglas y reglamentos internos, su estructura organizacional, etc. Es la capacitación que se brinda generalmente al personal de ingresos.
- b) **Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con el cargo actual o futuro**, generalmente asociados a actividades motoras y manualmente que exigen capacitación y practica constante
- c) **Desarrollo de actitudes** se pretende transformar las actitudes negativas o inadecuadas en positivas o favorables.

2.2.1.5 Importancia

Chiavenato, (1999), en la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo. La obsolencia, también es una de las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a sus colaboradores, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia. Para las empresas u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundan en beneficios para la empresa.

Ivancevich (1996) La capacitación es importante ya que la capacitación ha demostrado ser un medio muy eficaz para hacer productivas a las personas, su

eficacia se ha demostrado en más del 80% de todos los programas de capacitación. No obstante, los gerentes no deben dar por hecho que exista una relación causal entre el conocimiento impartido o las destrezas enseñadas y el aumento significativo de la productividad. La formación y el perfeccionamiento son áreas en las que ha aumentado el interés en los últimos años. Decidir, diseñar y poner en marcha programas de formación y perfeccionamiento de los empleados, con el objetivo de mejorar sus capacidades, aumentar su rendimiento y hacerlos crecer es una cuestión por la que cada vez hay una mayor preocupación importante por la capacitación. (Ivancevich, 1996),

Por ello la capacitación es de suma importancia para todas las empresas ya que va a mejorar la productividad y el conocimiento de cada integrante de la organización estando preparados para cualquier obstáculo que se pueda presentar. (Ivancevich, 1996),

2.2.1.6 Funciones de la capacitación,

Consideradas como ejes de la organización, permiten poder ejercer la división del trabajo. El autor considera cinco (5) funciones esenciales y de vital importancia en la gestión organizacional. (Palacios Vílchez, 2014)

a) Transmisión de informaciones: El elemento esencial, distribuyendo información entre los entrenados como un cuerpo de conocimientos. A menudo, las informaciones son genéricas, referentes al trabajo: informaciones acerca de la empresa, sus productos, sus servicios, su organización, su política, sus reglamentos, etc. puede cobijar también la transmisión de nuevos conocimientos.

b) Desarrollo de habilidades: Sobre todo aquellas destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras, se trata de una capacitación a menudo orientada de manera directa a las tareas y operaciones que van a ejecutarse.

c) Desarrollo o modificación de actitudes: Por lo general se refiere al cambio de actitudes negativas por actitudes más favorables entre los trabajadores, aumento de la motivación, desarrollo de la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión, en cuanto a los sentimientos y relaciones de las demás personas. También puede involucrar e implicar la adquisición de nuevos hábitos y actitudes, ante todo, relacionados con los clientes o usuarios.

d) Desarrollo de conceptos: conducida a elevar el nivel de abstracción y conceptualización de ideas y de filosofías, ya sea para facilitar la aplicación de conceptos en la práctica administrativa o para elevar el nivel de generalización, capacitando gerentes que puedan pensar en términos globales y amplios.

e) Resolver problemas: La alta dirección enfrenta cada día más la necesidad de lograr metas trascendentes con altos niveles de excelencia en medio de diversas dificultades financieras, administrativas, tecnológicas y humanas. Si bien los problemas organizacionales son dirigidos en diferentes sentidos, la capacitación constituye un eficaz proceso de apoyo para dar solución a muchos de ellos.

2.2.2 COMPETITIVIDAD

2.2.2.1 DEFINICIONES

Porter (2005) afirmaba que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Para hablar de competitividad, continúa Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.

Ivancevich (1996) define que la Competitividad Nacional, se da la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ciudadanos

Anzil (2008)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 concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. Por ejemplo, una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.

Villarreal (2006) plantea que: La competitividad va más allá de la productividad, representa un proceso centrado en: generar y fortalecer las capacidades productivas y organizacionales para enfrentar de manera exitosa los cambios del entorno, transformando las ventajas comparativas en competitivas, dándole sustentabilidad a través del tiempo como condición indispensable para alcanzar niveles de desarrollo elevados.

2.2.2.2 Modelo de las Cinco Fuerzas Competitivas:

Porter (2009) puesto que la estrategia empresarial, ambas deben estar estrechamente vinculadas. Desde una perspectiva sectorial, la estrategia empresarial se interesa por la elección de los sectores a los que debería dedicarse una compañía y de cómo esta debería iniciarse en ellas. Desde el punto de vista de la ventaja competitiva, la cuestión fundamental al nivel empresarial es como se aumentan (en vez de rebajarse) las ventajas competitivas de cada unidad de negocio a partir de otras unidades de la empresa. Este artículo analiza estas cuestiones una vez más, empleando los conceptos de estructura sectorial y de cadena de producción de valor. Muestra cómo puede emplearse la noción de actividades para entender la lógica de estratégica de la diversificación, y como la estrategia empresarial debe estar vinculada a la estructura de organización y a las prácticas de operaciones para recoger los frutos de la diversificación.

Según Porter (2010) dice que la competitividad es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Porter (2010) la competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario. nos habla sobre el modelo de las cinco fuerzas el cual nos enseña que una empresa está rodeada de cinco factores fundamentales dentro de una industria y hay que aprender a controlarlos muy bien para sobrevivir en el mercado y tomar buenas decisiones, de tal manera que nos lleven al éxito tomando en cuenta altas tasas de rentabilidad.**Estas cinco fuerzas son:**

(a) Amenaza de entrada de nuevos competidores

Cuando en un sector de la industria hay muchas ganancias y muchos beneficios por explorar entonces no tardará la llegada de nuevas empresas para aprovechar las oportunidades que ofrece ese mercado, y como es obvio lanzarán sus productos, aumentará la competencia y bajará la rentabilidad.

Lo mismo sucede con otros sectores mientras se vean atractivos pues las empresas tratarán de sacar provecho a las oportunidades del mercado y maximizar sus ganancias, pero también hay que tener en cuenta que existen barreras de entrada que prácticamente son elementos de protección para las empresas que pertenecen a la misma industria tales como alto requerimiento de capital, altos costos de producción, falta de información, saturación del mercado, etc.

(b) El poder de negociación de los consumidores

La principal influencia de los consumidores ocurre a través de su poder de negociación. De acuerdo a las Cinco Fuerzas de Porter, la influencia en el precio y

las condiciones de venta, las formas de pago y los servicios asociados a los productos, determinan la rentabilidad del mercado.

En el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, el poder de los consumidores es alto cuando: Están concentrados; los proveedores son numerosos y están dispersados; Existen fuentes de proveedores sustitutos; el costo de transferencia es bajo y predecible (cuando los consumidores cambian de proveedores); existe amenaza de integración de los consumidores.

(c) El poder de negociación de los proveedores

Se da en términos de costos o calidad. La capacidad de los proveedores de imponer condiciones a un mercado tiene un impacto directo y proporcional a los consumidores. Un pequeño número de proveedores, una marca fuerte y productos altamente diferenciados son los factores del aumento del costo en el cambio y por lo tanto la eficacia de ella

(d) La amenaza de sustitutos

De acuerdo a las Cinco Fuerzas de Porter, los sustitutos no forman parte del mercado, pero representan una oferta alternativa. Puede tratarse de diferentes productos que satisfacen la misma necesidad (por ejemplo, descarga de MP3 y Compact Disc) o productos que afectan la demanda (por ejemplo, vehículos eléctricos y vehículos de combustión interna).

(e) La intensidad de competencia dentro del sector

La lucha de competidores dentro de una industria aumenta o se mantiene en su lugar. Existe entre las empresas un balance de poder más o menos intenso,

dependiendo de la naturaleza estratégica del sector, de lo atractivo del mercado, del desarrollo de los prospectos, de la existencia de barreras de entradas y salidas, del número, tamaño y diversidad de los competidores, la importancia de los costos fijos, la posibilidad de lograr economías de escala, productos suntuarios o perecederos.

Jonathan, (2015), dice que las estrategias consideradas en las cinco fuerzas, serán de completa utilidad a la organización que las aplique siempre que tenga en consideración los siguientes factores:

- **La economía de escalas.**- Los volúmenes altos permiten que los costos se reduzcan, y ser competitivos en el mercado.
- **La diferenciación de productos.**- Si se tiene capacidad de posicionar el producto en el mercado ofreciendo algo diferente se puede revalorizar ante los ojos de los compradores.
- **Las inversiones de capital.**- la empresa puede mejorar su posición con una inyección de capital en sus productos lo que puede hacer que sobreviva ante empresas más pequeñas similares.
- **Desventaja de costos independientes de la escala.**- Esta barrera juega a nuestro favor cuando las otras empresas no pueden emular el precio de nuestros productos por que cuentan con costos más elevados.
- **Acceso a los Canales de Distribución.**- Cuando una empresa cuenta con varios canales de distribución es complicado que puedan aparecer competidores y sobre todo que los proveedores acepten el producto.

- **Políticas Gubernamentales**
- **Disponibilidad de los productos sustitutos**
- **Precio relativo entre el producto nuevo y el ofrecido con anterioridad.**
- **Costos de Cambio para el cliente**

2.2.2.3 Ventajas Competitivas y Estrategias Competitivas

Chiavenato(2009) Gestión, Calidad y Competitividad, una compañía tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas.

Existiendo muchas fuentes de ventajas competitivas: elaboración del producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos que los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia.

La estrategia competitiva consiste en lo que está haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva. La estrategia de una compañía puede ser básicamente ofensiva o defensiva, cambiando de una posición a otra según las condiciones del mercado. En el mundo las compañías han tratado de seguir todos los enfoques concebibles para vencer a sus rivales y obtener una ventaja en el mercado.

Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- Luchar por ser el productor líder en costos en la industria (El esfuerzo por ser productor de bajo costo).
- Buscar la diferenciación del producto que se ofrece respecto al de los rivales (Estrategia de diferenciación)
- Centrarse en una porción más limitada del mercado en lugar de un mercado completo (Estrategias de enfoques y especialización).

2.2.2.4 Factores de la competitividad

Zapata (sf) La competitividad depende especialmente de la del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la calidad, productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la cualidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

Calidad

Calidad de producto es la capacidad de producir satisfactores (sean bien económico o bienes y servicios) que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios. Por otro lado, también significa realizar correctamente cada paso del proceso de producción para satisfacer a los clientes internos de la organización y evitar satisfactores defectuosos. Su importancia se basa en que la satisfacción del cliente aumenta su fidelidad al producto (en organizaciones mercantiles).

Productividad

La capacidad de producir mayor cantidad de producto de una cierta calidad (sean bienes o servicios) con menos recursos. La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano), así en países industrializados los empleados puede producir en promedio mucha mayor cantidad de bienes gracias a la existencia de maquinaria que mecaniza o automatizan parte de los procesos. En cuanto a los servicios, especialmente los que requieren atención personal directa, la productividad frecuentemente es mucho más difícil de mejorar mediante capital físico o humano. En cambio, históricamente la producción de bienes manufacturados ha sufrido grandes aumentos de productividad gracias a la introducción de bienes de equipo y nuevas tecnologías.

Calidad del servicio

La calidad del servicio está relacionada con la capacidad de satisfacer a clientes, usuarios o ciudadanos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., logrando altos grados de satisfacción en sus relaciones con la organización o institución proveedora del servicio.

Imagen

Es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas. Posicionar la marca en la cabeza y gustos del consumidor.

Asimismo **Porter (2005)**. Establece cuatro factores que pueden ser determinantes en la competitividad:

1. **La dotación del país**, en términos de cantidad y calidad de los factores productivos básicos (fuerza de trabajo, recursos naturales, capital e infraestructura), así como de las habilidades, conocimientos y tecnologías especializados que determinan su capacidad para generar y asimilar innovaciones.

2. **La naturaleza de la Demanda Interna** en relación con la oferta del aparato productivo nacional; en particular, es relevante la presencia de demandantes exigentes que presionan a los oferentes con sus demandas de artículos innovadores y que se anticipen a sus necesidades.

3. **La existencia de una estructura productiva** conformada por empresas de distintos tamaños, pero eficientes en escala internacional, relacionadas horizontal y verticalmente, que aliente la competitividad mediante una oferta interna especializada de insumos, tecnologías y habilidades para sustentar un proceso de innovación generalizable a lo largo de cadenas productivas.

4. **Las condiciones prevalecientes en el país en materia de creación**, organización y manejo de las empresas, así como de competencia, principalmente si está alimentada o inhibida por las regulaciones y las actitudes culturales frente a la innovación, la ganancia y el riesgo.

Según Garces (2005) existen Cinco factores que influyen en la competitividad, con el objetivo principal de competir es aprender a reconocer y estimular cualidades propias. Por ello, tomen consideración las siguientes habilidades que deberá potenciar.

- **Toma de decisiones.** La rapidez y la complejidad con que se mueve el mundo laboral obligan a los ejecutivos, cada vez más, a usar la información como una herramienta básica para tomar sus decisiones.

- **Diferenciación.** Para distinguirse debe dar un valor agregado al producto o servicio que ofrecerá en su trabajo.

- **Adaptabilidad.** Se refiere a su flexibilidad para manejar los cambios.

- **Innovar.** En términos de trabajo este concepto no solo implica tener un producto diferente, también puede dar un plus a las tareas que son parte de su día a día.

- **Aprender de la incertidumbre.** El cambio es una constante en nuestra sociedad, como consecuencia aparece este fenómeno, del cual también debe sacar provecho.

2.2.2.5 Elementos para la competitividad en la organización

Martínez, (2010). Desarrollar, fomentar y mantener la competitividad en la organización es una importante estrategia para el logro de los objetivos y la visión de la compañía. Por ello, es importante fomentar, desarrollar y mantener, tanto en la organización como un todo, como en cada uno de los empleados:

- (a) Flexibilidad y adaptación a los cambios.
- (b) Reflexión y análisis.
- (c) Cambio e Innovación.

- (d) Pro actividad.
- (e) Restructuración, reorganización y rediseño.
- (f) Evaluación y revisión periódica de estrategias, procesos, sistemas.
- (g) Control, evaluación y retroalimentación en todos los niveles.
- (h) Capacidad de aprendizaje.
- (i) Integración de pensamiento – acción.
- (j) Valores compartidos.
- (k) Comunicación abierta y fluida.
- (l) Intercambio de información.
- (m) Trabajo en equipo.
- (n) Empowerment.
- (o) Liderazgo efectivo.
- (p) Oportunidades de desarrollo

Estos elementos reposan en la adopción de una política y valores acordes con ellos, que permitan su instauración en la cultura organizacional y su mantenimiento; siempre con el carácter flexible y de adaptabilidad que los caracteriza.

III.-METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación fue descriptiva, porque señala las características de las variables identificadas. En el caso de esta investigación se está buscando encontrar las características de dos dimensiones de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017. Vara, (2012). Afirma que las investigaciones descriptivas se aplican para poder enumerar con la mayor posible la realidad empresarial de un mercado, en el presente caso se trata de las Ferreterías del AA. HH. San Pedro del Distrito de Piura, año 2017.

3.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Fue de nivel cuantitativo porque se midió el comportamiento de las variables y se examinó los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Recogió y analizó datos sobre las variables y estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010) en este enfoque de investigación se usa la recolección de todos los datos con base en la medición numérica para el establecimiento de patrones de comportamiento.

3.1.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según Díaz, (2009) considero el diseño de investigación que se aplica será no experimental, porque no se manipularan las variables, ya que se observaron los fenómenos tal y como se encuentra en el contexto natural, las variables cada vez están más cercanas a la realidad; y Álvarez (2007) afirma que según su prolongación en el tiempo fue de corte transversal por que los datos a se recopilaban en un momento determinado y específico durante el año a fin de medir o caracterizar la situación

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 POBLACIÓN.

El estudio estuvo constituido por las personas que trabajan en las MYPE, unidades económicas del rubro ferretería del AA. HH. San Pedro - Piura. La población respecto a la variable 1- capacitación estuvo conformada por todos los doce (12) trabajadores de las MYPE constituyendo una población finita, y de la variable 2- competitividad se acudiría a los clientes quienes constituyen una población infinita. La población estudiada se identificó para poder obtener los resultados sobre el conjunto de personas que puedan concordar sobre una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008)

Cuadro N° 3 Población delas Unidades Económicas

ORDEN	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	PERSONAL	
			GERENTE	COLABORADORES
1	Ferretería Los Reyes	Mz. 3 - Lote 9	1	2
2	Ferretería El Rosal	Mz. 3 - Lote 5	1	2
3	Ferretería Luz Mariela E.I.R.L.	Mz. 3 - Lote 7	1	3
4	M&W Representaciones Industriales SCRL	Mz. 3 - Lote 05	1	3
5	Ferretería El Pechocho	Mz. 13 - Lote 28	1	2
			5	12
Total de personas			17	

Fuente: Municipalidad Provincial de Piura
Elaboración: Propia.

3.2.2 MUESTRA

- La variable capacitación la muestra fue de 12 personas que constituyeron los colaboradores de las MYPE del rubro ferretería del AA. HH. San Pedro, se procedió por conveniencia al ser menor de 50, conforme lo dice Sampiere, (2010). Se ha considerado a las partes internas de las MYPE para conocer las características de ambos sobre un tema muy sensible, cuyo impacto debe ser mayor en los resultados de la MYPE.

-La variable competitividad se aplicó la formula correspondiente, por ser su naturaleza infinita.

Formula población infinita aplicada a la variable competitividad..

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

Para obtener los datos de proporción deseada positiva y negativa se aplicó la técnica de encuesta piloto, obteniendo valores de $p=70\%$ y $q=30\%$. Los valores a considerar para identificar el tamaño de muestra infinita, con un nivel de confianza del 90 %, un error del 10 %, para $1-\alpha=0.90$ resulta $Z_{1-\alpha/2}=1.645$.

Dónde:

$p = 0,70$ proporción deseada (+); $q = 0,30$ proporción no deseada (-)

$Z = 1.645$ representa el 90% del valor de confianza.

$E = 0.1$ error muestral de 10%

Formula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.70 \times 0.30}{0.1}$$

$$n = 56$$

3.2.3 CRITERIO DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN

3.2.3.1 CRITERIOS DE INCLUSIÓN

La capacitación y la competitividad, tiene como características de inclusión de las MYPE servicio rubro Ferretería del ASA.HH. San Pedro.

Para la variable Capacitación:

- Todo el personal que labora en la ferretería, desde ayudante.
- Personal integrante varones y mujeres de las diferentes áreas

- Personal trabajadores a partir de 18 años de edad para especialización
- Trabajadores con ganas de incrementar el conocimiento

Para la variable Competitividad:

- Clientes que compran de forma permanente.
- Compradores a partir de los 15 años hombres y mujeres.
- Consumidores mayores de 45 años de edad con conocimiento del artículo
- Consumidores de compras complejas con experiencia en el artículo

3.2.3.2 Criterio deExclusión

La capacitación y competitividad, tiene como características de exclusión a la población, que no presentan necesidad de los servicios del rubro de ferretería del AA. HH. San Pedro - de Piura,

Para la variable capacitación:

- Personal que no desee participar en la encuesta

Para la variable Competitividad:

- Clientes que se niegan a colaborar en la investigación

3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE CAPACITACIÓN

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE CAPACITACIÓN								
Variable	Definición conceptual	Dimensión	Operacionalización de las dimensiones	Indicadores	Items	escala de medición		
CAPACITACIÓN	Considerada como la inversión más valiosa en las personas, para mejorar sus habilidades, cualidades, su desarrollo personal, generadora de oportunidades para ampliar sus responsabilidades dentro de la organización haciéndolo más competente y hábil. (Garza, Abreu & Garza, 2009)	Beneficio	La dimensión de las fases de la capacitación se medirá con sus indicadores: Toma de decisiones, confianza, manejo de conflictos, logro y comunicación. Con el método de encuesta, entrevista, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal	Toma de decisiones	¿Cree usted que la capacitación que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro, le ayuda en la toma de decisiones?	Nominal		
				Confianza	¿Cree usted que la capacitación brindada por las ferreterías del AA.HH. San Pedro genera confianza para el desarrollo de su trabajo?	Nominal		
				Manejo de conflicto	¿Considera que está preparado para brindar solución al problema que se presente?			
				Logro	¿Usted logra las metas que se propone?			
					Comunicación	¿Considera usted que existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo?	Nominal	
				Fases	La dimensión de las fases de la capacitación se medirá con sus indicadores: Transmisión de información, desarrollo de habilidades, desarrollo de actitudes. Con el método de encuesta, entrevista, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal	Información	¿La capacitación le transmite conocimiento?	Nominal
			¿Su empresa le da a conocer las normas internas?					
			¿A usted le brindaron capacitación cuando ingreso a trabajar?			Nominal		
			¿Usted contribuye a crear el espíritu de trabajo en equipo?					
			¿Cree que tiene buenas relaciones con todos sus compañeros?			Nominal		
			¿Cree usted que con la capacitación desarrollará habilidades que le permitan mejoras en su desempeño?					
					Actitudes	¿Usted se siente satisfecho con su trabajo?	Nominal	
				¿Usted considera que se involucra e identifica con las tareas que desarrolla en su trabajo?				

3.3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD						
Variable	Definición conceptual	Dimensión	Operacionalización de las dimensiones	Indicadores	Items	escala de medición
COMPETITIVIDAD	Tiene que ver ampliamente con la idea de ser aceptada entre las naciones que compiten, en la busca de elevar el nivel de vida y bienestar de sus ciudadanos, generada por la adecuada distribución de los recursos de los diferentes sectores que mueven la economía. (Krugman, 2014)	Factores	La dimensión de las fases de la capacitación se medirá con sus indicadores: calidad, precio, productividad, calidad de servicio, imagen e innovación. Con el método de encuesta, entrevista, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal	Calidad	¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio y producto que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	Nominal
				Precio	¿Los precios de los productos que ofertan las ferreterías del AA.HH. San Pedro se acercan a su economía?	Nominal
				Productividad	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro, se encuentran organizadas?	Nominal
				Calidad del servicio	¿Considera estar satisfecho con el servicio que brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	Nominal
				Imagen	¿Considera que las ferretería del AA.HH. San Pedro se preocupan por posicionar la imagen de su empresa en la mente de los clientes?	Nominal
				Innovación	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se encuentran en constante innovación de productos para satisfacer al cliente?	Nominal
		Elementos	La dimensión de las fases de la capacitación se medirá con sus indicadores: flexibilidad, liderazgo, cambio, evaluación, control, comunicación y trabajo en equipo. Con el método de encuesta, entrevista, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de	Flexibilidad	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro responden con rapidez a los cambios del mercado?	Nominal
				Liderazgo	¿Existe un líder absoluto en el mercado de ferreterías del AA.HH. San Pedro?	Nominal
				Evaluación	¿Considera que es acertado se evalúe al personal de las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	Nominal
				Control	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro tienen control sobre los precios?	Nominal
				Comunicación	¿considera que la comunicación garantiza acercamiento con las ferreterías del AA.HH. San Pedro ?	Nominal
				Trabajo en equipo	¿Considera que los trabajadores de las ferreterías del AA.HH. San Pedro desarrollan trabajo en equipo por el bienestar de los clientes?	Nominal

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, que busca recopilar datos por medio de un cuestionario prediseñado. Los datos se obtendrán a partir de la realización de un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa, con la finalidad de conocer estados de opinión y/o características. Así mismo el cuestionario se obtendrá a partir de la Operacionalización de las variables, utilizará un listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten de igual manera por escrito. Por otro lado. Tamayo, (2000) dice, el cuestionario exige del investigador un conocimiento previo del, objeto en investigación.

3.5 PLAN DE ANÁLISIS

Una vez recaudados los datos, se tabulan y grafican ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes y se empleará el programa Excel. Posteriormente se realiza el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento (cuestionario) que será validado con el método juicio del experto.

Suárez & Alonso, (2011) considera que el análisis de los datos, no es otra cosa que el control de los resultados, para ello el investigador trata de alcanzar a explicar los objetivos del estudio.

3.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Enunciado	Objetivo general	Objetivos específicos	Metodología
¿Qué características tiene la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017?	Determinar las características de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017.	(a) Determinar los beneficios de la capacitación que reciben las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017;	Tipo: Descriptivo
		(b) Identificar las fases de capacitación que aplican las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017;	Nivel: Cuantitativo
		(c) Determinar los factores de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017;	Diseño: No Experimental
		(d) Identificar los elementos de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro-ferreterías del AA. HH. San Pedro - Piura, año 2017.	Enfoque: Transversal
			Población para la variable capacitación: Por conveniencia
			Población para la variable competitividad: Infinita
			Técnica: Encuesta
			Instrumento. Cuestionario

3.7 PRINCIPIOS ÉTICOS

Se refiere a la actitud que debe tener el investigador, la violación de la ética es no formalismo, ni garantiza la revisión de los árbitros, lo que implica la protección propia del autor. En la presente investigación se considera la veracidad de resultados por sobre todas las cosas, así se acudió y acudirá al mayor número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se respeta la propiedad intelectual y la privacidad. Por otro lado la investigación se realiza con

independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, responsabilidad social, rectitud, veracidad. (Manzano, 2006).

IV.-HIPOTESIS

Hernández, S., Fernández, C., Baptista, L. (2014). Afirma que en toda investigación cuantitativa no siempre se plantea hipótesis. Toda investigación cuantitativa que es descriptiva y tiene o no control sobre las variables, estas están cercanas a la realidad que se busca, los grupos son muy naturales y lo principal no existe manipulación alguna de las variables, entonces no se requiere hipótesis.

V.- RESULTADOS

5.1 RESULTADOS

5.1.1 VARIABLE 1 CAPACITACIÓN

Objetivo específico 01: Determinar los beneficios de la capacitación que tienen las MYPE comerciales rubro – ferreterías del AA. HH. San Pedro – Piura, año 2017

Tabla N° 1 Toma de decisiones

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	58%
NO	5	42%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 2 Confianza para el desarrollo

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	67%
NO	4	33%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 3 Solución al problema

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	75%
NO	3	25%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 4 Lograr las metas

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	92%
NO	1	8%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 5 Buena comunicación

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	58%
NO	5	42%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Objetivo Específico 02: Identificar las fases de capacitación que aplican las MYPE comerciales rubro – ferreterías del AA. HH. San Pedro – Piura, año 2017

Tabla N° 6 Transmite conocimiento

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	100%
NO	0	0%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 7 Conocer las normas

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	42%
NO	7	58%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 8 Capacitación cuando ingresa

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	58%
NO	5	42%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 9 Espíritu de trabajo

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	75%
NO	3	25%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 10 Buenas relaciones

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	67%
NO	4	33%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 11 Desarrollará habilidades

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83%
NO	2	17%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 12 Satisfecho con su trabajo

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	75%
NO	3	25%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 13 Se involucra e identifica

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83%
NO	2	17%
Totales	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

5.1.2 VARIABLE 2 COMPETITIVIDAD

Objetivo específico 03: Determinar los factores de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro – ferreterías del AA. HH. San Pedro – Piura, año 2017

Tabla N° 14 Satisfacción con la capacitación

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	43	77%
NO	13	23%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 15 Precios de los productos

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	86%
NO	8	14%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 16 Se encuentran organizadas

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	33	59%
NO	23	41%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 17 Servicio que brindan

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	41	73%
NO	15	27%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 18 Posicionar la imagen

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	91%
NO	5	9%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 19 Constante innovación

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	75%
NO	14	25%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

**Objetivo específico 04: Identificar los elementos de la competitividad
que tienen las MYPE comerciales rubro - ferreterías del AA. HH, San Pedro
– Piura, año 2017**

Tabla N° 20 Rapidez a los cambios

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	70%
NO	17	30%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 21 Líder absoluto

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	41%
NO	33	59%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 22 Evalúe al personal

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	52	93%
NO	4	7%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 23 Control sobre los precios

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	70%
NO	17	30%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 24 Comunicación y acercamiento

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	38	68%
NO	18	32%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

Tabla N° 25 Desarrollan trabajo en equipo

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	86%
NO	8	14%
Totales	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Investigadora

5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Objetivo 1: Determinar los beneficios de la capacitación que tienen las MYPE comerciales rubro – ferreterías del AA. HH. San Pedro – Piura, año 2017.

En la Tabla 1- denominada “*Toma de decisiones*” de 12 trabajadores encuestados, el 58% respondieron si les brindan capacitación y esta les ayuda en la toma de decisiones, y el 42% de los colaboradores respondieron no reciben capacitación que les ayude en la toma de decisiones. Resultado poco cercano al de Galván, (2011) quien en su investigación concluye que la capacitación es prioritaria para el capital humano, haciendo posible que las empresas dirijan su destino, suma que la capacitación nunca termina y que toda persona está obligada a superarse. Por otro lado Chiavenato, (1999) menciona que la capacitación beneficia a las MYPE y/o organizaciones dado que se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas que son muy comunes en el interior de las mismas.

En la Tabla 2- denominada “*Confianza para el desarrollo*” de 12 trabajadores encuestados, el 67% respondieron que el ser capacitados les genera confianza en el desarrollo de sus diferentes actividades en su trabajo, y el 33% de los colaboradores respondieron que no. Resultado cercano a Moreyra, (2013) quien en su investigación determina estar de acuerdo con las evaluaciones semestrales al personal encargado de la atención al cliente, de manera preferente a aquel que no haya sido debidamente capacitado, ni recibido el entrenamiento de

manera oportuna. Por otro lado Chiavenato, (1999) dice que la capacitación alimenta desde todo nivel la confianza y fortalece al capital humano en el desarrollo de su trabajo.

En la Tabla 3- denominada "*Solución al problema*" de 12 trabajadores encuestados, el 75% respondieron que la capacitación les brinda la oportunidad de poder considerarse estar preparados para solucionar problemas que se presenten en el trabajo, y el 25 % de los colaboradores respondieron que no se encuentran preparados. Resultado cercano al de Quispe, (2012) quien en su estudio determinó que los trabajadores se sienten bien, pero que un mínimo no están de acuerdo por la falta de comunicación con los emprendedores ya que estos no toman en cuenta las ideas expresadas por parte de los trabajadores, generando desconfianza, frustración y desinterés al realizar sus tareas. Por otro lado Chiavenato, (1999) dice que la capacitación contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones, beneficio que los emprendedores de las MYPE pueden explotar positivamente.

En la Tabla 4- denominada "*Lograr las metas*" de 12 trabajadores encuestados, el 92% respondieron que si logran cumplir las metas que se proponen, y el 8% de los colaboradores respondieron que no. Resultado cercano a Álava, (2013) quien en su estudio determino que cada trabajador debe capacitarse, para ello no requieren de una formación básica, la capacitación mejora sus niveles de aprendizaje y desarrollo de destrezas. Por otro lado Chiavenato, (1999) precisa que otro beneficio de la capacitación es que la capacitación mejora el

conocimiento del puesto a todos los niveles en cada uno de los trabajadores y del propio emprendedor.

En la Tabla 5 - denominada “Buena comunicación” de 12 trabajadores encuestados, el 58% de los encuestados respondieron que si existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo, y el 42 % de los encuestados respondieron que no. Resultado no muy cercano a Mijahuanga, (2015) en su investigación concluye sobre la importancia de la capacitación, y como repercute está en la sociedad. Por otro lado Robbins & Coulter (2005) manifiesta que la capacitación de los empleados es una actividad evidentemente relevante, los empleados exigen cambios, las destrezas de estos se deben modificar y actualizar. De este modo es responsabilidad de los gerentes, decidir qué tipo de capacitación necesitan los empleados, cuándo la requieren y como debe ser la capacitación, medio que fortalece la comunicación interpersonal y empresarial.

Los Beneficios identificados de la capacitación son: el 92% indican que es el logro de sus metas; el 75% dicen que es el encontrarse preparado para brindar solución a los problemas que se presenten; el 67% indican la generación de la confianza; el 58% indican la buena comunicación existente, y de igual forma la toma de decisiones.

Objetivo 2: Identificar las fases de capacitación que aplican las MYPE comerciales rubro – ferreterías del AA.HH. San Pedro – Piura, año 2017.

En la Tabla 6 - denominada “*Transmite conocimiento*” de 12 trabajadores encuestados, el 100% respondieron que la capacitación si transmite conocimiento. Resultado cercano a Flores, (2013) en su investigación determina que la capacitación es una inversión y es relevante en la organización, en todo momento y a todo nivel transmite conocimiento. Por otro lado Chiavenato (1993) dice que la capacitación es un proceso educativo por el que todas las personas tienen la oportunidad de adquirir conocimientos y poder incrementar sus habilidades y actitudes para el desempeño de sus cargos.

En la Tabla 7- denominada “*Conocer las normas*” de 12 trabajadores, el 42% de los dueños si les dan a conocer las normas internas de la MYPE, y el 58% de los trabajadores encuestados respondieron que no conocen las normas. Resultado cercano a Cruz, (2015) en su estudio concluyo que el 90% de los trabajadores no ha recibido capacitación alguna. Por otro lado Chiavenato, (1999) habla de la Transmisión de informaciones y conocimientos que contemple información sobre el trabajo, manuales de la empresa, sus productos o servicios, sus reglas y reglamentos internos, su estructura organizacional.

En la Tabla 8 - denominada “*Capacitaron cuando ingreso*” de 12 trabajadores encuestados, el 58% respondieron que cuando ingresaron a trabajar si les dieron capacitación, y el 42 % de los colaboradores respondieron que no les capacitaron. Resultado cercano a Mijahuanga, (2015) quien observo que los factores internos que más afecta la organización es el nivel medio de capacitación, lo cual repercute de manera negativa por ausencia de personal idóneamente

capacitado y calificado, no se debe dejar de considerar una inversión la capacitación. De otro lado Chiavenato, (1999), expresa que los recursos humanos son la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo.

En la Tabla 9 - denominada “*Espíritu de trabajo*” de 12 trabajadores encuestados, el 75% si trabajan en equipo, y el 25% de los colaboradores no trabajan en equipo. Resultado cercano a Quispe, (2012) en su estudio determinó que la mayoría de los trabajadores se encontraban satisfechos, y que un mínimo estaba en desacuerdo por falta de comunicación. Por otro lado Escandón (2007), dijo que la capacitación es la herramienta que ayuda a mejorar el rendimiento de una empresa y, de sus empleados.

En la Tabla 10 - denominada “*Buenas relaciones*” de 12 trabajadores encuestados, el 67% si tienen buenas relaciones con sus compañeros, y el 33% de los colaboradores dijeron que no tienen buenas relaciones. Resultado coincidente con Quispe, (2012) en su estudio determinó que la mayoría de los trabajadores se sienten satisfechos en la organización. Por otro lado Chiavenato (1993) dice que el fin supremo de la capacitación, es la formación y preparación de las personas. Orientadas al desarrollo de sus actividades dentro de buenas relaciones con sus integrantes.

En la Tabla 11 - denominada “*Desarrollará habilidades*” de 12 trabajadores encuestados, el 83% con la capacitación hayan desarrollado sus habilidades y mejoraron el desempeño, y el 17 % de los colaboradores

respondieron que no han podido desarrollar sus habilidades. Resultado cercano a Álava, (2013) dijo que los cursos de capacitación mejoran los niveles de aprendizaje y desarrollo de destrezas. Por otro lado Chiavenato, (1999) expreso sobre el desarrollo de habilidades y destrezas, generalmente asociados a actividades motoras y manualmente que exigen capacitación y practica constante

En la Tabla 12 - denominada "*Satisfecho con su trabajo*" de 12 trabajadores encuestados, el 75% respondieron sentirse satisfechos con su trabajo, y el 25% de los colaboradores no están satisfechos. Resultado cercano a Moreyra, (2013) determino que es necesario realizar evaluaciones al personal encargado de la atención al cliente, para medir la calidad de dicha atención, preferencialmente al personal que no ha recibido capacitación ni un adecuado entrenamiento y de manera oportuna. Por otro lado Blaque, (1999) manifiesta que todos los trabajadores deben apuntar a desempeñarse de manera excelente, en la atención al público, por ello como proceso interno dice que la capacitación es el medio directo para el cambio de habilidades y mejorar su actitud.

En la Tabla 13 - denominada "*Se involucra e identifica*" de 12 trabajadores encuestados, el 83% respondieron que si se involucran e identifican con las tareas que desarrollan en su trabajo, y el 17 % de los colaboradores respondieron que no se involucran. Resultado cercano a Cruz, (2015) en su estudio determinó que el 90% del personal ha recibido capacitación durante su gestión y el mismo porcentaje considera que la capacitación es una inversión. Por otro lado Chiavenato, (1999) dice que el desarrollo de actitudes se busca revertir

las actitudes negativas o inadecuadas en positivas o favorables hacia los mismos trabajadores y la organización.

Así las fases identificadas de la capacitación son: el 100% indican que es la transmisión de conocimiento; el 83% dicen involucrarse e identificarse con las tareas, y desarrollan sus habilidades mejorando su desempeño; el 75% indican la creación del espíritu de trabajo en equipo, y encontrarse satisfechos con su trabajo; el 67% indican las buenas relaciones con sus compañeros; el 58% recibieron capacitación al ingresar al trabajo; y el 58% expresaron no conocer las normas internas

Objetivo 3: Determinar los factores de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro – ferreterías del AA. HH. San Pedro – Piura, año 2017.

En la Tabla 14- denominada “*Calidad de servicio*” de 56 clientes encuestados, el 77% respondieron que si están satisfechos con la calidad del servicio y productos que brindan, y el 23% restante respondieron que no están satisfechos. Resultado coincidente con Lequernaque, (2015) en su investigación determinó que el ofrecer mejores precios implica los mejores niveles de calidad debidamente certificados, acorde a las necesidades de los clientes. a. Por otro lado Zapata, (sf) dice que la calidad de un bien o producto significa la satisfacción de las expectativas del cliente

En la Tabla 15 - denominada “*Precios de los productos*” de 56 clientes encuestados, el 86% respondieron que los precios si se acercan a sus economías,

y el 14% restantes respondieron que no. Resultado cercano a Lequernaque, (2015) en su estudio determinó que el grado de competitividad en las ventas de las MYPE se basa en la oferta de los mejores precios, la entrega rápida del producto. Además Zapata, (sf) nos dice que la competitividad empresarial está ligada a diferentes mecanismos internos de la entidad, el manejar precios bajos supone un efecto directo en beneficio del consumidor, relacionado con la capacidad de satisfacer a clientes, usuarios o ciudadanos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente.

En la Tabla 16 - denominada "*Se encuentran organizadas*" de 56 clientes encuestados, el 59% respondieron que las ferreterías si se encuentran organizadas, y el 44% restante de clientes respondieron que no se encuentran organizadas. Resultado discrepa a lo determinado por Campos, (2015) dice que la gestión de calidad es la falta de conocimiento, resistencia al cambio a nivel de gerencia repercutiendo en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que incidió en la disminución de las ventas. Zapata, (sf) manifiesta que la productividad viene a ser la capacidad de producir mayor cantidad de producto de una cierta calidad (sean bienes o servicios) con menos recursos.

En la Tabla 17 - denominada "*Servicio que brindan*" de 56 clientes encuestados, el 73% están satisfechos con el servicio, y el 27 % no están satisfechos. Resultado cercano a Lequernaque, (2015) concluye que el ofrecer los mejores precios, la entrega rápida del producto, los niveles de calidad certificada, el desarrollo de productos a la necesidad del cliente, la búsqueda de cero defectos

en la atención, garantizan la calidad del servicio al cliente. Porter, (2005) precisa que servicio es la capacidad de saber tratar a los clientes, de forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, logrando mantener permanentemente las relaciones comerciales con el negocio.

En la Tabla 18 - denominada "*Posicionar la imagen*" de 56 clientes encuestados, el 91% respondieron que las MYPE si buscan posicionar la imagen de su MYPE, y el 9% restante manifestaron que no. Resultado discrepa con Coello, (2013) determina que la mayoría de los empresarios del sector comercial conoce el termino competitividad, percibe que su empresa es competitiva en precios, pero no realizó ninguna investigación de mercado. Porter, (2005)menciona que se debe promover en la mente de muchas personas la idea de que y cuál es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas las necesidades y expectativas.

En la Tabla 19 - denominada "*Constante innovación*" de 56 clientes encuestados, el 75% consideran que las ferreterías de encuentran en constante innovación para alcanzar la satisfacción del cliente, y el 25 % no están de acuerdo. Resultado cercano a Saavedra, Milla & Tapia, (2013) en su estudio encontraron que cuanto mayor es el nivel de estudio del empresario mayor es el nivel de competitividad que puede alcanzar la empresa, teniendo capacidad para competir, solucionar y desarrollar constantemente innovación en los procesos, aspirando a cierta recompensa. Por otro lado Garcés, (2005) menciona que la Innovación no solo implica tener un producto diferente, también puede dar un

plus a las tareas que son parte del día a día de hombres y mujeres así como de líderes o directivos comprometidos en la flexibilización del cambio permanente.

Los factores determinados de la competitividad son: el 91% indicaron que existe posicionamiento de la imagen de la empresa; el 86% dicen que ofertan productos acorde a su economía; el 77% expresaron satisfacción por la calidad del servicio y producto; un 75% indican que innovan constantemente; el 73% indicaron estar satisfechos con el servicio; y el 59% indicaron que se encuentran organizadas.

Objetivo 4: Identificar los elementos de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro – ferreterías del AA.HH. San Pedro – Piura, año 2017.

En la Tabla 20- denominada “*Rapidez a los cambios*” de 56 clientes encuestados, el 70% las ferreterías responden con rapidez a los cambios de los mercados, y el 30 % dicen que no responden a los cambios. Resultado en parte cercano a Navia, (2009) quien en su estudio determinó que las micro y pequeñas empresas son para el mercado del mundo una porción muy importante, son vitales para el intercambio de bienes y servicios, son factibles de la flexibilidad y toma de decisiones con mayor velocidad no requieren de exagerados procesos, por lo mismo son mucho más rápidas para insertarse en el cambio. Por otro lado Garces, (2005). Habla de los factores de la competitividad, estimando que lo primero radica en competir, aprender a reconocer y estimular cualidades propias, que acceden con mayor velocidad a potenciar los cambios.

En la Tabla 21 - denominada "*Líder absoluto*" de 56 clientes encuestados, el 41% manifiestan que si existe un líder absoluto, y el 59 % expresaron que no existe líder. Resultado cercano a Saavedra, Milla, & Tapia, (2013) El análisis determina que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuanto mayor es el nivel de estudios del empresario mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, ello no demuestra necesariamente la presencia de un líder. Por otro lado Porter, (2005) manifiesta que la conducción de empresa así como de competencia, principalmente si está alimentada o inhibida por las regulaciones y las actitudes culturales frente a la innovación, la ganancia y el riesgo.

En la Tabla 22 - denominada "*Evalúa al personal*" de 56 clientes encuestados, el 93% consideran que es acertado evaluar al personal, y el 7 % no están de acuerdo. Resultado cercano a Moreyra, (2013) en su estudio concluye en realizar evaluaciones semestrales al personal encargado de la atención al cliente. Por otro lado Márquez, (2005) expresa que para desarrollar, fomentar y mantener la competitividad en la organización es una importante estrategia competitiva, basada en la evaluación periódica del personal.

En la Tabla 23 - denominada "*Control sobre los precios*" de 56 clientes encuestados, el 70% consideran que si tienen control sobre los precios, y el 30 % dicen que no lo tienen. Resultado discrepante con Campos, (2015) concluye que existe relación directa entre la gestión de calidad y competitividad de las MYPE. Por otro lado Márquez, (2005) manifiesta que es importante fomentar,

desarrollar y mantener, el control tanto en la organización como un todo, como en cada uno de los empleados.

En la Tabla 24 - denominada "*Comunicación y acercamiento*" de 56 clientes encuestados, el 68% consideran que la comunicación garantiza el acercamiento, y el 32% consideran lo contrario. Resultado cercano a Rodríguez, Bañuelos, Rubio & Chávez, (2010) en su estudio concluye que los factores internos que afectan la planeación, habilidades, la calidad del servicio, la tecnología de información y la comunicación. Por otro lado Garces, (2005). para competir es necesario aprender a reconocer y estimular cualidades propias de los clientes, siendo necesario acercarse a través de diferentes formas de comunicación.

En la Tabla 25 - denominada "*Desarrollan trabajo en equipo*" de 56 clientes encuestados, el 86% consideran que los trabajadores realizan trabajo en equipo pensando en el cliente, y el 14 % opinan que no. Resultado discrepante con Solano, (2009) quien dice que la toma de decisiones contribuye en la mejora del servicio. Por otro lado Porter (1991) opinó que las estructuras organizacionales y el comportamiento influyen en el trabajo en equipo de manera decisiva.

Los elementos identificados de la competitividad son: el 93% indicaron que es acertado evaluar al personal; el 86% indican que desarrollan trabajo en equipo; el 70% dice que responden con rapidez a los cambios y tienen control

sobre los precios; un 68% dicen que la comunicación promueve el acercamiento; y el 59% indicaron que no existe una ferretería con condiciones de líder.

VI.-CONCLUSIONES

- 1- Los Beneficios identificados de la capacitación que obtienen las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro, son: logro de sus metas; brindar solución a los problemas que se presenten; la generación de la confianza; la buena comunicación, y la toma de decisiones.
- 2- Las fases identificadas de la capacitación en las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro son: transmisión de conocimiento; involucrarse e identificarse con las tareas, desarrollar habilidades mejora del desempeño; espíritu de trabajo en equipo, satisfacción con su trabajo; buenas relaciones con sus compañeros; capacitación al ingresar al trabajo.
- 3- Los factores determinados de la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro son: posicionamiento de la imagen de la empresa; ofertan productos acorde a la economía del consumidor; calidad del servicio y producto; innovación constante; buen servicio; y la organización.
- 4- Los elementos identificados de la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro son: evaluar al personal; trabajo en equipo; respuesta ágil a los cambios; control sobre los precios; la comunicación promueve el acercamiento empresa – cliente.

Las características de la capacitación en la dimensión beneficios se identificaron logro de sus metas; brindar solución a los problemas que se presenten; referente a las fases identificadas de la capacitación fue la transmisión de conocimiento; involucrarse e identificarse con las tareas, desarrollar habilidades mejora del desempeño. De otro lado lo referido a la competitividad en la dimensión de los factores se determinaron el posicionamiento de la imagen de la empresa; ofertan productos acorde a la economía del consumidor; calidad del servicio y producto; y en relación a los elementos se identificaron la evaluación del personal; trabajo en equipo; respuesta ágil a los cambios.

Aspectos complementarios

MYPE.- es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes y prestación de servicios.

Régimen único simplificado – (RUS).- facilita el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los pequeños contribuyentes, por realizar actividades empresariales.

Régimen especial del impuesto a la renta – (RER).- es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de: actividades de comercio y/o industria; y actividades de servicio.

Ambiente competitivo.- cada empresa debe tomar en cuenta su tamaño y posición en la industria con respecto a sus competidores. Para sobrevivir, una empresa debe satisfacer las necesidades de sus clientes mejor que como lo hace su competencia.

Ambiente económico.- consiste en los factores que afectan el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores.

Ambiente cultural.- incluye a las instituciones y otras fuerzas que afectan los valores, las percepciones, las preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad.

Ambiente político.- está integrado por leyes, oficinas gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan las actividades de diversas organizaciones e individuos en la sociedad.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Galván (2011). Capacitación como alternativa para mejorar la prestación de servicios de la empresa” de la Universidad de Tanga manga. México,
- Álava, (2013). Programa de capacitación dirigido a la Unión de Asociados de Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Playas Provincia del Guayas” – Ecuador, presentado a la Universidad Estatal Península de Santa Elena
- Uribe (2010). “Estrategia de capacitación y desarrollo de competencias cognitivas del personal administrativo de la USMP”.
- Medina (2013). Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector comercio – rubro insumos agrícolas del distrito de Chimbote, año 2011.
- Bautista (2008). Propuesta de un sistema de capacitación para las empresas hoteleras en el departamento de Piura”.
- A tarama (2014). Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector servicios – rubro transporte de pasajeros de la ciudad de Piura, periodo 2012,
- Monsalve (2008). La competitividad de las PYMES, factor clave para su desarrollo en la globalización / Colombia, de la Universidad de Medellín Colombia.

- Saavedra, Milla, & Tapia, (2013) Determinación de la Competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del distrito Federal de México, presentado en la Universidad Politécnica de México (México).
- Soto (2007). La competitividad de la industria del calzado en el Perú y sus proyecciones en el mediano plazo: caso PYME tobbox internacional y el papel de citeccal.
- Sifuentes (2014). Estrategias de distribución y ventaja competitiva en comercializadoras mayoristas de abarrotes, ciudad de Huamachuco – año 2014”.
- Solano (2009). Propuesta de un sistema de competitividad aplicada a las empresas comerciales de Piura.
- Lequernaque, (2015). Caracterización de la capacitación y competitividad de las mype comerciales rubro abarrotes - Piura, año 2013”
- Gómez. (2005). competitividad después de la devaluación.
- Diario El Peruano, (2010). 5 términos inspiradores en servicio al cliente, sección Economía.
- Rebaza. C,(2007). Mercadotecnia, Escuela profesional de contabilidad, Sistema de Universidad Abierta, Guía didáctica, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Mónica Márquez Pérez, (S/F). Elementos claves para la competitividad en

la organización. McGraw Hill. Autor. Psicóloga Organizacional Diplomada en RRHH.

- Hernández, (2006). Metodología de la Investigación, cuarta edición. Brest Seller. McGraw-Hill interamericana.
- Rubio. F. (2010). Gestión de calidad y formalización de las MYPE en el Perú, Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Sánchez. A. (2007). El valor del cliente como herramienta estratégica de gestión en un mercado industrial. Departamento de economía y administración de empresas. Universidad de Málaga.
- Ríos. M. (2015). ¿Cómo impacta el tipo de cambio en la inflación?. Diario Gestión
- Moreyra (2013) “Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana extensión Guayaquil, para mejorar la calidad de servicio” **Guayaquil (Ecuador)**.
- Quispe (2012)“Caracterización de la capacitación y la competitividad de la microempresa en el sector de Santa Cruz distrito de **Paracas** en el 2012”;
- Flores (2013) Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra venta de computadoras, accesorios y suministros del distrito de Chimbote, período 2010 – 2011

- **Aguilar (2016)** “Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de artículos de ferretería, en el mercado las Malvinas del distrito de Chimbote, 2013”,
- Del Carmen (2013) “Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Artículos de Ferretería del Distrito de Sullana”,
- Cruz (2015) Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro abarrotes del asentamiento humano Juan Velasco Alvarado de la provincia de Sullana, 2014
- Mijahuanga (2015) Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2013.
- Rodríguez, Bañuelos, Rubio, & Chávez, (2010), Factores internos que afectan la competitividad en las empresas de la zona sur de Tamaulipas,
- Saavedra, Milla, & Tapia, (2013) “Determinación de la Competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del distrito Federal de México”, presentada en la Universidad Politécnica de México (México),
- Navia (2009): “Empaque primario como estrategia de competitividad para las Pymes exportadoras de América Latina”, perteneciente a la Universidad de Palermo de España,
- Coello (2013) “Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2011”.

- Sifuentes (2014) “Estrategias de distribución y ventaja competitiva en comercializadoras mayoristas de abarrotes, ciudad de Huamachuco – año 2014”.
- Valderrama (2015) “Gestión de calidad y competitividad de las Mype del sector comercio - rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014”. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo 2015.
- Solano (2009) “Propuesta de un sistema de competitividad aplicada a las empresas comerciales de Piura”.
- Lequernaque, (2015) “Caracterización de la capacitación y competitividad de las mype comerciales rubro abarrotes - Piura, año 2013”.
- Campos (2015), “Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevichería del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015”. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura 2015.

Referencias Web

- Guía Básica, (2016). Recuperada de URL.<http://destinonegocio.com/pe/...pe/guia-basica-para-montar-una-ferreteria-en-peru/>
- El Peruano, (2010). Recuperado de URL. <http://www.degerencia.com>
- Pymex- Proyectos de Inversión, (2013). Como abrir una ferretería en el Perú. Recuperado de <https://pymex.pe/emprendedores/proyectos-de.../como-abrir-una-ferreteria-en-el-peru>

- Vera, s. (2013). Economía regional de Piura. Piura. Obtenido de Economía regional de Piura: <http://documentalpiura.net/index.php/economia-regional-de-piura>
- Escalante Ramos, E. (24 de Septiembre de 2016). Mi empresa propia. Obtenido de Mi empresa propia: <http://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Lozano Flores, I. (29 de Octubre de 2013). El analista. Obtenido de El analista: <http://www.elanalista.com/?q=node/195>
- Yamakawa, P., Del Catillo, C., Baldeón, J., Espinoza, L., Granada, J., & Vega, L. (2010). Modelo tecnológico de integración de servicios para la Mype peruana (Primera ed.). Surco, Lima, Perú: Esan ediciones. Obtenido de <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20mype%201.pdf>
- Ministerio de Produccion. (2008). Crecimiento del Sector de Muebles y Maderas y su importancia en la Industria Nacional. Lima-Perú. Obtenido de <http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/2/jer/CITECONF/ggonzales.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2011). Anuario Estadístico 2010. Lima. Obtenido de http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/anuario/indice_anuario_2010.pdf
- Bartra, V. (2002). La protección del medio ambiente y los recursos naturales en la nueva constitución del Perú. Revista del Instituto de Investigación de la Facultad de Ingeniería Geológica, Minera, Metalúrgica y Geográfica 2002; recuperado de sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/geologia/v05_n10/protec_medio.htm

- CVampodonico, B. (2016) ¿Solo las MYPES salvarán al Perú? Recuperado de larepublica.pe/impres/opinion/732722-solo-las-mypes-salvaran-al-peru
- Aspilcueta. J. (2015). Mypes en el Perú, recuperado de **¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.**
- Solano. S. (2009). propuesta de un sistema de competitividad aplicada a las empresas comerciales en piura. Perú.
- Chiavenato. (1993). La Administración de Personal. <http://apuntesutn.foroactivo.com/t343-idalberto-chiavenato-modulo-libro-y-resumen>
- Chiavenato, I. (1999). Administración del personal (Quinta edición ed.). Bogota, recuperado de
- <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r91760.PDF>
- Dolan.S. (2004). La gestión de los recursos humanos. Madrid. Recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Capacitacion-De-Los-Recursos-Humanos/2840667.html>.
- Jorge galvan goo (2011) “Capacitación como alternativa para mejorar la prestación de servicios de la empresa” recuperado de http://www.utan.edu.mx/~tequis/images/tesis_biblioteca/enero2012/033.pdf
- IVANCEVICH.J. (1996). GESTIÓN, CALIDAD Y COMPETITIVIDAD. Madrid. Recuperado de <http://www.buenastareas.com/materias/gesti%C3%B3n-calidad-y-competitividad/40>
- -Porter.M. (2010). Estrategia competitiva. Mexico. Recuperado de
- <http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf>
-

- Porter, M. (2000). Estrategia competitiva (técnica para el análisis de los sectores industriales de la competencia). México, recuperado de
 - http://www.iese.edu/es/ad/anselmorubiralta/apuntes/competitividad_es.html
 - Reyna Vizcarra Nilda. (2009). capacitación en la organizaciones. Recuperado de
 - <http://www.mundomype.com/articulos/ImportanciadelasMyPEsenelMundo.pdf>.
 - Soto.B, (2007). "la competitividad de la industria del calzado en el peru y sus proyecciones en el mediano plazo". lima, Perú. Recuperado de

http://www.cybertesis.edu.pe/sisbib/2007/soto_bh/html/index-frames.html
 - Sutton C. (2008). Capacitación del persona. Argentina. Recuperado de

<http://www.mundomype.com/articulos/ImportanciadelasMyPEsenelMundo.pdf>.
- Aguirre. P, (2011). Mype (Micro y pequeña empresa) – Perú, recuperado de
- Canco Central de Reserva del Perú, (2008). Informe económico social Región Piura, encuentro económico, recuperado de URL.

<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyecciones-Institucional/.../2008/Piura/.../IES-Piura-00.pdf>
 - Revista Emprendimiento, (2016). Guía básica para montar una ferretería en Perú, recuperado de www.destinonegocio.com/pe/...pe/guía-basica-para-montar-una-ferreteria-en-el-peru/

ANEXOS



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ANEXO 1. CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES Y CLIENTES DE MYPE

Buenos días, estoy realizando una investigación con la finalidad de conocer características de las MYPE comerciales rubro ferretería del AA.HH. San Pedro de la ciudad de Piura, con respecto a la capacitación y tiene por objetivo obtener información, la encuesta tiene fines académicos, esperando contar con su participación y que pueda responder cada una de las preguntas, marcando con una aspa (X) en la alternativa de respuesta que usted estime más conveniente. Su participación tiene mucho valor y desde ya le estoy muy agradecida.

VARIABLE 1 - CAPACITACIÓN.

1.- ¿Cree usted que la capacitación que le brinda las ferreterías del AA.HH. San Pedro, le ayudan en la toma de decisiones?

SI ()

NO ()

2.- ¿Cree usted que la capacitación brindada por las ferreterías del AA.HH. San Pedro le genere confianza para el desarrollo de su trabajo?

SI ()

No ()

3.- ¿Considera que está preparado para brindar solución al problema que se presente?

SI ()

NO ()

4.- ¿Usted logra las metas que se propone?

SI ()

NO ()

5.- ¿Considera usted que existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo?

SI ()

NO ()

6.- ¿La capacitación le transmite conocimiento?

SI ()

NO ()

7.- ¿Su empresa le da a conocer las normas internas?

SI ()

NO ()

8.- ¿A usted le brindaron capacitación cuando ingreso a trabajar?

SI ()

NO ()

9.- ¿Usted contribuye a crear el espíritu de trabajo en equipo?

SI ()

NO ()

10.- ¿Cree que tiene buenas relaciones con todos sus compañeros?

SI ()

NO ()

11.- ¿Cree usted que con la capacitación desarrollará habilidades que le permitirán mejorar en su desempeño?

SI ()

NO ()

12.- ¿Usted se siente satisfecho con su trabajo?

SI ()

NO ()

13.- ¿Usted considera que se involucra e identifica con las tareas que desarrolla en su trabajo?

SI ()

NO ()

VARIABLE 2 COMPETITIVIDAD

14.- ¿Se siente satisfecho con la calidad de servicio y producto que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?

SI ()

NO ()

15.-¿Los precios de los productos que ofertan las ferreterías del AA.HH. San Pedro se acercan a su economía?

SI ()

NO ()

16.- ¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro, se encuentran organizadas?

SI ()

NO ()

17.- ¿Considera estar satisfecho con el servicio que brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?

SI ()

NO ()

18.- ¿Considera que los dueños de las ferreterías del AA.HH. San Pedro se preocupan por posicionar la imagen de su empresa en la mente de los clientes?

SI ()

NO ()

19.- ¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se encuentran en constante innovación de productos para satisfacer al cliente?

SI ()

NO ()

20.- ¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro responden con rapidez a los cambios del mercado?

SI ()

NO ()

21.- ¿Existe un líder absoluto en el mercado de ferreterías del AA.HH. San Pedro?

SI ()

NO ()

22.- ¿Considera que es acertado se evalúe al personal de las ferreterías del AA.HH. San Pedro?

SI ()

NO ()

23.- ¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro tienen control sobre los precios?

SI ()

NO ()

24.- ¿Considera que la comunicación garantiza acercamiento con las ferreterías del AA.HH. San Pedro?

SI ()

NO ()

25.- ¿Considera que los trabajadores de las ferreterías del AA.HH. San Pedro desarrollan trabajo en equipo por el bienestar de los clientes?

SI ()

NO ()



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ANEXO 2. CONSULTA DE JUICIO DE EXPERTOS

Tesis denominada:

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA.HH. SAN PEDRO – PIURA, AÑO 2017. El cuestionario tiene por objetivo determinar características de la capacitación y de la competitividad de las MYPE.

La presente consulta determina la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando los puntajes que se indican en el formato, trabajando la validación de expertos.

Orden	VARIABLE-DIMENSIÓN-PREGUNTAS	Rangos de escalas							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencioso aquiescente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE CAPACITACIÓN ORIENTADA A LOS TRABAJADORES								
1	¿Cree usted que la capacitación que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro, le ayuda en la toma de decisiones?								
2	¿Cree usted que la capacitación brindada por las ferreterías del AA.HH. San Pedro genera confianza para el desarrollo de su trabajo?								
3	¿Considera que esta preparado para brindar solución al problema que se presente?								
4	¿Usted logra las metas que se propone?								

5	¿Considera usted que existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo?									
6	¿La capacitación le transmite conocimiento?									
7	¿Su empresa le da a conocer las normas internas?									
8	¿A usted le brindaron capacitación cuando ingreso a trabajar?									
9	¿Usted contribuye a crear el espíritu de trabajo en equipo?									
10	¿Cree que tiene buenas relaciones con todos sus compañeros?									
11	¿Cree usted que con la capacitación desarrollará habilidades que le permitirán mejoras en su desempeño?									
12	¿Usted se siente satisfecho con su trabajo?									
13	¿Usted considera que se involucra e identifica con las tareas que desarrolla en su trabajo									
	VARIABLE COMPETITIVIDAD ORIENTADA A LOS CLIEBNTES									
14	¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio y producto que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?									
15	¿Los precios de los productos que ofertan las ferreterías del AA.HH.. San Pedro se acercan a su economía?									
16	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro, se encuentran organizados?									
17	¿Considera estar satisfecho con el servicio que brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?									
18	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se preocupan por posicionar la imagen de su empresa en la mente de los clientes?									

19	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se encuentran en constante innovación de productos para satisfacer al cliente?								
20	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro responden con rapidez a los cambios del mercado?								
21	¿Existe un líder absoluto en el mercado de ferreterías del AA.HH. San Pedro?								
22	¿Considera que es acertado se evalué al personal de las ferreterías del AA.HH. San Pedro?								
23	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro tienen control sobre los precios?								
24	¿Considera que la comunicación garantiza acercamiento con las ferreterías del AA.HH. San Pedro?								
25	¿Considera que los trabajadores de las ferreterías del AA.HH. San Pedro desarrollan trabajo en equipo por el bienestar de los clientes?								



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ANEXO 3. CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo,....., **identificado con DNI**, **Magister en.....** Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante. Br. MAGALI ELITA GARCÍA CALLE, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA. HH. SAN PEDRO – PIURA, AÑO 2017, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, Marzo 2017

ANEXO 4. ANTECEDENTES

VARIABLE CAPACITACIÓN		
Galván (2011)	<i>“Capacitación como alternativa para mejorar la prestación de servicios de la empresa” de la Universidad de Tangamanga_México,</i>	Concluye la capacitación es un proceso prioritario, ya sea de producción o de servicios, el capital humano es el que hace posible que las empresas sean grandes, o que su destino sea la quiebra, la capacitación nunca termina, toda persona está obligada a superarse.
Álava (2013)	<i>“Programa de capacitación dirigido a la Unión de Asociados de Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Playas Provincia del Guayas” – Ecuador</i>	Concluyo: los servidores turísticos, se encuentran de acuerdo en que se deben capacitarse, y no necesitan una formación académica básica para inscribirse en cursos de capacitación que mejorarían sus niveles de aprendizaje y desarrollo de destrezas.
Moreyra (2013)	<i>“Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana extensión Guayaquil, para mejorar la calidad de servicio” (Ecuador).</i>	Conclusión: realizar evaluaciones semestrales al personal encargado en atención al cliente para medir la calidad de dicha atención, el personal no ha sido debidamente capacitado, ni ha recibido el entrenamiento y de manera oportuna.
Quispe (2012)	<i>“Caracterización de la capacitación y la competitividad de la microempresa en el sector de Santa Cruz distrito de Paracas en el 2012”</i>	Conclusiones; algunos de los colaboradores se sienten satisfechos, un mínimo no están de acuerdo por la falta de comunicación entre los empleadores y sus colaboradores, los empleadores no toman en cuenta las ideas expresadas por sus empleados, lo que genera desconfianza, frustración y desinterés al momento de realizar sus tareas.
Flores (2013)	<i>Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra venta de computadoras, accesorios y suministros del distrito de Chimbote, período 2010 – 2011</i>	Conclusiones: el 58% de los emprendedores recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito, el 67% de los empresarios MYPE considera que la capacitación es una inversión y es relevante para su empresa.
Aguilar (2016)	<i>“Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de artículos de ferretería, en el mercado las Malvinas del distrito de Chimbote, 2013”,</i>	Concluye: los gerentes de las MYPE del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, son adultos, varones, tienen estudios superiores no universitarios y son propietarios. Las MYPE fueron creadas para generar ganancias, todas son formales. Además, obtuvieron financiamiento de entidades bancarias, pagando una elevada tasa de interés, logrando invertir en infraestructura.
Del Carmen (2013)	<i>“Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Artículos de Ferretería del Distrito de Sullana”,</i>	Concluye que los emprendedores de MYPE iniciaron con capital propio, formándose para crecer económicamente, la gran parte obtuvo crédito de banco, sin embargo no han recibido capacitación, pese a ello su rentabilidad ha mejorado en los últimos dos años.
Cruz (2015)	<i>Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro abarrotes del asentamiento humano Juan Velasco Alvarado de la provincia de Sullana, 2014</i>	Respecto a la Capacitación concluye que el 10% recibió capacitación para la formación de su Mype, y el 90% no ha recibido capacitación alguna. El 90% ha recibido una capacitación durante su gestión y el 10% dos o más capacitaciones. El 90% de los encuestados considera que la capacitación es inversión y el 10% no lo considera.
Mijahuanga	<i>Caracterización del financiamiento y</i>	Concluye: el nivel de capacitación identificado es

(2015)	<i>la capacitación de las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2013</i>	de nivel medio, se da poca importancia a invertir en la capacitación, repercute en la sociedad por falta de personal capacitado y calificado para desarrollar sus funciones.
VARIABLE COMPETITIVIDAD		
Rodriguez, Bañuelos, Rubio, & Chávez (2010)	<i>Factores internos que afectan la competitividad en las empresas de la zona sur de Tamaulipas, México.</i>	Concluye: Se observó que los factores internos que mayormente afectan son la planeación estratégica, las habilidades directivas del responsable o gerente de la empresa, la calidad de servicio y la tecnología de información y comunicación.
Saavedra, Milla, & Tapia, (2013)	<i>“Determinación de la Competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del distrito Federal de México”, presentada en la Universidad Politécnica de México.</i>	Conclusión El análisis permitió determinar que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuando mayor es el nivel de estudios del empresario mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, lo que demuestra la necesidad de impulsar y fomentar la capacitación de los empresarios de las PYME.
Navia (2009)	<i>“Empaque primario como estrategia de competitividad para las Pymes exportadoras de América Latina”, perteneciente a la Universidad de Palermo de España,</i>	Conclusiones las Pymes son para la economía del mundo una porción muy importante del mercado y que solo en América Latina representan el 90% de la producción y más de la mitad con potencial exportador; son vitales para el intercambio de bienes y servicios y su tamaño reducido le confiere características de flexibilidad y toma de decisiones con mayor velocidad que se traduce en un rápido aprendizaje y una comunicación efectiva al interior de toda la organización.
Coello (2013)	<i>“Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2011”.</i>	Conclusiones: Respecto a la Competitividad: La mayoría de los empresarios de este sector comercial conoce el término competitividad, percibe que su empresa es competitiva en precios pero no realizó ninguna investigación de mercado al respecto.
Sifuentes (2014)	<i>“Estrategias de distribución y ventaja competitiva en comercializadoras mayoristas de abarrotes, ciudad de Huamachuco – año 2014”.</i>	Conclusiones: Los conductores de bodegas, identificaron las estrategias de distribución que despliega cada comercializadora mayorista, permitiendo así calificar las que constituyen casa comercializadora mayorista, se ha constatado con los propietarios, sobre las ventajas competitivas de las comercializadoras, estas son: exclusividad de marcas, precios más bajos, rapidéz de entrega, variedad de productos, entrega a domicilio.
Valderrama (2015)	<i>“Gestión de calidad y competitividad de las Mype del sector comercio - rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014”.</i>	Resultados: Con respecto a los representantes de las Mype, el 42.86% de los representantes tienen la edad entre 50 y 60 años, contando con estudios secundarios el 53.3%; El 60% de estas organizaciones realizan sus actividades más de 10 años a pesar de alta competitividad, teniendo una demanda del 66.7% en calzado para dama y el 33.3% para caballero.
Solano (2009)	<i>“Propuesta de un sistema de competitividad aplicada a las empresas comerciales de Piura”.</i>	Conclusión que es importante la competitividad de la empresa va a permitir tomar decisiones con respecto a la mejora del servicio que brinda la empresa, obtener una ventaja competitiva, logre contribuir en el desarrollo de la sociedad y del país.
Lequernaque,	<i>“Caracterización de la capacitación</i>	El grado de competitividad en las ventas de las

(2015)	<i>y competitividad de las mype comerciales rubro abarrotes - Piura, año 2013”</i> ,	MYPE comerciales rubro abarrotes en la ciudad de Piura al 2013, es ofrecer los mejores precios, entregando más rápido el producto, con niveles de calidad certificados, desarrollando los productos a la necesidad de sus clientes. Asimismo se basa en obtener cero defectos en los productos, inventario cero, retraso cero, cero daños en las maquinas, creatividad y el conocimiento.
Campos (2015),	<i>“Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015”</i> .	En gestión de calidad es la falta de conocimiento, resistencia al cambio a nivel de gerencia lo ha repercutido en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que ha incidido en la disminución de las ventas. Por lo que se concluye que existe relación directa entre gestión de calidad y competitividad de las MYPE.

ANEXO 5. RESULTADOS DE TABLAS

orden	Objetivos específicos	VARIABLE-DIMENSIÓN-PREGUNTAS	Resultados	
			SI	NO
		VARIABLE CAPACITACIÓN ORIENTADA A LOS TRABAJADORES		
1	Determinar los beneficios de la capacitación que tienen las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, año 2017	¿Cree usted que la capacitación que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro, le ayuda en la toma de decisiones?	58%	42%
2		¿Cree usted que la capacitación brindada por las ferreterías del AA.HH. San Pedro genera confianza para el desarrollo de su trabajo?	67%	33%
3		¿Considera que está preparado para brindar solución al problema que se presente?	75%	25%
4		¿Usted logra las metas que se propone?	92%	8%
5		¿Considera usted que existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo?	58%	42%
6	Identificar las fases de capacitación que aplican las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, año 2017	¿La capacitación le transmite conocimiento?	100%	0%
7		¿Su empresa le da a conocer las normas internas?	42%	58%
8		¿A usted le brindaron capacitación cuando ingreso a trabajar?	58%	42%
9		¿Usted contribuye a crear el espíritu de trabajo en equipo?	75%	25%
10		¿Cree que tiene buenas relaciones con todos sus compañeros?	67%	33%
11		¿Cree usted que con la capacitación desarrollará habilidades que le permitirán mejoras en su desempeño?	83%	17%
12		¿Usted se siente satisfecho con su trabajo?	75%	25%
13		¿Usted considera que se involucra e identifica con las tareas que desarrolla en su trabajo	83%	17%
		VARIABLE COMPETITIVIDAD ORIENTADA A LOS CLIEBNTES		
14	Determinar los factores de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, año 2017	¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio y producto que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	77%	23%
15		¿Los precios de los productos que ofertan las ferreterías del AA.HH.. San Pedro se acercan a su economía?	86%	14%
16		¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro, se encuentran organizados?	59%	41%
17		¿Considera estar satisfecho con el servicio que brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	73%	23%
18		¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se preocupan por posicionar la imagen de su empresa en la mente de los clientes?	91%	9%
19		¿Considera que las ferreterías del AA.HH.San Pedro se encuentran en constante innovación de productos para satisfacer al cliente?	75%	25%

20	Identificar los elementos de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, año 2017	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro responden con rapidez a los cambios del mercado?	70%	30%
21		¿Existe un líder absoluto en el mercado de ferreterías del AA.HH. San Pedro?	41%	59%
22		¿Considera que es acertado se evalué al personal de las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	93%	7%
23		¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro tienen control sobre los precios?	70%	30%
24		¿Considera que la comunicación garantiza acercamiento con las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	68%	32%
25		¿Considera que los trabajadores de las ferreterías del AA.HH. San Pedro desarrollan trabajo en equipo por el bienestar de los clientes?	86%	14%

ANEXO 6. DIAGRAMA DE GANTT

N° orden	Actividades	SEMANA															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Título de investigación	X															
2	Planteamiento del problema		X														
3	Acopio bibliografía			X													
4	Selección bibliográfica				X												
5	Metodología de investigación				X	X											
6	Técnicas e instrumentos					X	X										
7	Técnicas para procesamiento					X	X										
8	Elaboración de matriz de consistencia						X	X									
9	Redacción anteproyecto							X	X								
10	Elaboración de instrumentos de Recolección.							X	X								
11	Revisión, aprobación del proyecto por jurado								X	X	X						
12	Encuesta									X	X						
13	Codificación										X	X	X				
14	Tabulación											X	X				
15	Análisis e Ínter de datos											X	X	X			
16	Redacción preliminar del informe final												X	X	X		
17	Presentación de Tesis para su aprobación																X
18	Sustentación																X

ANEXO 7. RESULTADOS POR OBJETIVOS

Objetivos específicos	VARIABLE-DIMENSIÓN-PREGUNTAS	Resultados	
		SI	NO
Determinar los beneficios de la capacitación que tienen las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, año 2017	¿Usted logra las metas que se propone?	92%	8%
	¿Considera que está preparado para brindar solución al problema que se presente?	75%	25%
	¿Cree usted que la capacitación brindada por las ferreterías del AA.HH. San Pedro genera confianza para el desarrollo de su trabajo?	67%	33%
	¿Cree usted que la capacitación que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro, le ayuda en la toma de decisiones?	58%	42%
	¿Considera usted que existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo?	58%	42%
Identificar las fases de capacitación que aplican las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, año 2017	¿La capacitación le transmite conocimiento?	100%	0%
	¿Cree usted que con la capacitación desarrollará habilidades que le permitirán mejoras en su desempeño?	83%	17%
	¿Usted considera que se involucra e identifica con las tareas que desarrolla en su trabajo?	83%	17%
	¿Usted contribuye a crear el espíritu de trabajo en equipo?	75%	25%
	¿Usted se siente satisfecho con su trabajo?	75%	25%
	¿Cree que tiene buenas relaciones con todos sus compañeros?	67%	33%
	¿A usted le brindaron capacitación cuando ingreso a trabajar?	58%	42%
	¿Su empresa le da a conocer las normas internas?	42%	58%

Determinar los factores de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, año 2017	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se preocupan por posicionar la imagen de su empresa en la mente de los clientes?	91%	9%
	¿Los precios de los productos que ofertan las ferreterías del AA.HH.. San Pedro se acercan a su economía?	86%	14%
	¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio y producto que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	77%	23%
	¿Considera que las ferreterías del AA.HH.San Pedro se encuentran en constante innovación de productos para satisfacer al cliente?	75%	25%
	¿Considera estar satisfecho con el servicio que brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	73%	23%
	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro, se encuentran organizados?	59%	41%
Identificar los elementos de la competitividad que tienen las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA.HH. San Pedro - Piura, año 2017	¿Considera que es acertado se evalué al personal de las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	93%	7%
	¿Considera que los trabajadores de las ferreterías del AA.HH. San Pedro desarrollan trabajo en equipo por el bienestar de los clientes?	86%	14%
	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro responden con rapidez a los cambios del mercado?	70%	30%
	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro tienen control sobre los precios?	70%	30%
	¿Considera que la comunicación garantiza acercamiento con las ferreterías del AA.HH. San Pedro ?	68%	32%
	¿Existe un líder absoluto en el mercado de ferreterías del AA.HH. San Pedro?.	41%	59%

ANEXO 8. CONSTANCIAS DE VALIDACIÓN DE JUICIOS EXPERTOS Y CONSULTA DE JUICIOS EXPERTOS



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, IVAN GUZMAN CASTRO, identificado con DNI
Nº 07723308, Magister en Docencia e Investigación

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante. Br. MAGALI ELITA GARCÍA CALLE, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación:

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA. HH. SAN PEDRO – PIURA, AÑO 2017, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.


Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

Piura, 10 DE Mayo2017



Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
 FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSULTA DE JUICIO DE EXPERTOS

Tesis denominada:

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA.HH. SAN PEDRO – PIURA, AÑO 2017. El cuestionario tiene por objetivo determinar características de la capacitación y de la competitividad de las MYPE.

La presente consulta determina la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando los puntajes que se indican en el formato.

Orden	VARIABLE-DIMENSIÓN-PREGUNTAS	Rangos de escalas							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencioso, aquiescente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE CAPACITACIÓN ORIENTADA A LOS TRABAJADORES								
1	¿Cree usted que la capacitación que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro, le ayuda en la toma de decisiones?	✓			✓		✓		✓
2	¿Cree usted que la capacitación brindada por las ferreterías del AA.HH. San Pedro genera confianza para el desarrollo de su trabajo?	✓			✓		✓		✓
3	¿Considera que está preparado para brindar solución al problema que se presente?	✓			✓		✓		✓
4	¿Usted logra las metas que se propone?	✓			✓		✓		✓
5	¿Considera usted que existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo?	✓			✓		✓		✓
6	¿La capacitación le transmite conocimiento?	✓			✓		✓		✓
7	¿Su empresa le da a conocer las normas internas?	✓			✓		✓		✓
8	¿A usted le brindaron capacitación cuando ingreso a trabajar?	✓			✓		✓		✓

Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

9	¿Usted contribuye a crear el espíritu de trabajo en equipo?	✓		✓	✓	✓
10	¿Cree que tiene buenas relaciones con todos sus compañeros?	✓		✓	✓	✓
11	¿Cree usted que con la capacitación desarrollará habilidades que le permitirán mejoras en su desempeño?	✓		✓	✓	✓
12	¿Usted se siente satisfecho con su trabajo?	✓		✓	✓	✓
13	¿Usted considera que se involucra e identifica con las tareas que desarrolla en su trabajo	✓		✓	✓	✓
VARIABLE COMPETITIVIDAD ORIENTADA A LOS CLIENTES						
14	¿Se siente satisfecho con la calidad del producto que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	✓		✓	✓	✓
15	¿Los precios de los productos que ofertan las ferreterías del AA.HH. San Pedro se acercan a su economía?	✓		✓	✓	✓
16	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro, se encuentran organizadas?	✓		✓	✓	✓
17	¿Considera estar satisfecho con el servicio que brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	✓		✓	✓	✓
18	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se preocupan por posicionar la imagen de su empresa en la mente de los clientes?	✓		✓	✓	✓
19	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se encuentran en constante innovación de productos para satisfacer al cliente?	✓		✓	✓	✓
20	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro responden con rapidez a los cambios del mercado?	✓		✓	✓	✓
21	¿Existe un líder absoluto en el mercado de ferreterías del AA.HH. San Pedro?	✓		✓	✓	✓
22	¿Considera que es acertado se evalué al personal de las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	✓		✓	✓	✓
23	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro tienen control sobre los precios?	✓		✓	✓	✓
24	¿Considera que la comunicación garantiza acercamiento con las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	✓		✓	✓	✓
25	¿Considera que los trabajadores de las ferreterías del AA.HH. San Pedro desarrollan trabajo en equipo por el bienestar de los clientes?	✓		✓	✓	✓


Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS


Yo, Carlos Mauer Ginocchio Vega identificado con DNI
Nº 0286343, Magister en PSU y Sist. de Información

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante, Br. MAGALI ELITA GARCÍA CALLE, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación:

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA. HH. SAN PEDRO – PIURA, AÑO 2017, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 10 de Marzo 2017


Jc. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega
CLAD. 0988



Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
 FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSULTA DE JUICIO DE EXPERTOS

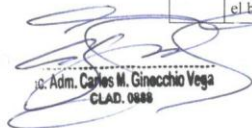
Tesis denominada:

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA.HH. SAN PEDRO – PIURA, AÑO 2017. El cuestionario tiene por objetivo determinar características de la capacitación y de la competitividad de las MYPE.

La presente consulta determina la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando los puntajes que se indican en el formato.

Orden	VARIABLE-DIMENSIÓN-PREGUNTAS	Rangos de escalas							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencioso, aquiescente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE CAPACITACIÓN ORIENTADA A LOS TRABAJADORES								
1	¿Cree usted que la capacitación que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro, le ayuda en la toma de decisiones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
2	¿Cree usted que la capacitación brindada por las ferreterías del AA.HH. San Pedro genera confianza para el desarrollo de su trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
3	¿Considera que está preparado para brindar solución al problema que se presente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
4	¿Usted logra las metas que se propone?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
5	¿Considera usted que existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
6	¿La capacitación le transmite conocimiento?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
7	¿Su empresa le da a conocer las normas internas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
8	¿A usted le brindaron capacitación cuando ingreso a trabajar?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>

9	¿Usted contribuye a crear el espíritu de trabajo en equipo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	¿Cree que tiene buenas relaciones con todos sus compañeros?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	¿Cree usted que con la capacitación desarrollará habilidades que le permitirán mejoras en su desempeño?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	¿Usted se siente satisfecho con su trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	¿Usted considera que se involucra e identifica con las tareas que desarrolla en su trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VARIABLE COMPETITIVIDAD ORIENTADA A LOS CLIENTES		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	¿Se siente satisfecho con la calidad del producto que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	¿Los precios de los productos que ofertan las ferreterías del AA.HH. San Pedro se acercan a su economía?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro, se encuentran organizadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	¿Considera estar satisfecho con el servicio que brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se preocupan por posicionar la imagen de su empresa en la mente de los clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se encuentran en constante innovación de productos para satisfacer al cliente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro responden con rapidez a los cambios del mercado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	¿Existe un líder absoluto en el mercado de ferreterías del AA.HH. San Pedro?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	¿Considera que es acertado se evalué al personal de las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro tienen control sobre los precios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	¿Considera que la comunicación garantiza acercamiento con las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	¿Considera que los trabajadores de las ferreterías del AA.HH. San Pedro desarrollan trabajo en equipo por el bienestar de los clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


 Sr. Adm. Carlos M. Ginecchio Vega
 CLAD. 0688



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS


Yo, Manuel Gerardo Merino Hinojosa, identificado con DNI
Nº 02659237, Magister en Ciencias Políticas

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante, Br. MAGALI ELITA GARCÍA CALLE, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación:

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA. HH. SAN PEDRO – PIURA, AÑO 2017, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 10 de Marzo2017


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAD 05862



Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
 FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSULTA DE JUICIO DE EXPERTOS

Tesis denominada:

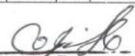
CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA.HH. SAN PEDRO – PIURA, AÑO 2017. El cuestionario tiene por objetivo determinar características de la capacitación y de la competitividad de las MYPE.

La presente consulta determina la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando los puntajes que se indican en el formato.

Orden	VARIABLE-DIMENSIÓN-PREGUNTAS	Rangos de escalas							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencioso, aquiescente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE CAPACITACIÓN ORIENTADA A LOS TRABAJADORES	X			X		X		X
1	¿Cree usted que la capacitación que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro, le ayuda en la toma de decisiones?	X			X		X		X
2	¿Cree usted que la capacitación brindada por las ferreterías del AA.HH. San Pedro genera confianza para el desarrollo de su trabajo?	X			X		X		X
3	¿Considera que está preparado para brindar solución al problema que se presente?	X			X		X		X
4	¿Usted logra las metas que se propone?	X			X		X		X
5	¿Considera usted que existe una buena comunicación en su ambiente de trabajo?	X			X		X		X
6	¿La capacitación le transmite conocimiento?	X			X		X		X
7	¿Su empresa le da a conocer las normas internas?	X			X		X		X
8	¿A usted le brindaron capacitación cuando ingreso a trabajar?	X			X		X		X

Mg. Lc. Adm. Manuel E. Menno Hinojosa
 CLAD 05802

9	¿Usted contribuye a crear el espíritu de trabajo en equipo?	X			X	X	X
10	¿Cree que tiene buenas relaciones con todos sus compañeros?	X			X	X	X
11	¿Cree usted que con la capacitación desarrollará habilidades que le permitirán mejoras en su desempeño?	X			X	X	X
12	¿Usted se siente satisfecho con su trabajo?	X			X	X	X
13	¿Usted considera que se involucra e identifica con las tareas que desarrolla en su trabajo?	X			X	X	X
	VARIABLE COMPETITIVIDAD ORIENTADA A LOS CLIENTES	X					
14	¿Se siente satisfecho con la calidad del producto que le brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	X			X	X	X
15	¿Los precios de los productos que ofertan las ferreterías del AA.HH. San Pedro se acercan a su economía?	X			X	X	X
16	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro, se encuentran organizadas?	X			X	X	X
17	¿Considera estar satisfecho con el servicio que brindan las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	X			X	X	X
18	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se preocupan por posicionar la imagen de su empresa en la mente de los clientes?	X			X	X	X
19	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro se encuentran en constante innovación de productos para satisfacer al cliente?	X			X	X	X
20	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro responden con rapidez a los cambios del mercado?	X			X	X	X
21	¿Existe un líder absoluto en el mercado de ferreterías del AA.HH. San Pedro?	X			X	X	X
22	¿Considera que es acertado se evalué al personal de las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	X			X	X	X
23	¿Considera que las ferreterías del AA.HH. San Pedro tienen control sobre los precios?	X			X	X	X
24	¿Considera que la comunicación garantiza acercamiento con las ferreterías del AA.HH. San Pedro?	X			X	X	X
25	¿Considera que los trabajadores de las ferreterías del AA.HH. San Pedro desarrollan trabajo en equipo por el bienestar de los clientes?	X			X	X	X


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Melino Hinosiroza
 CLAD 05802

Desarrollando matemáticamente la validación de los expertos, mediante la Aplicación de fórmula que permite cuantificar los resultados.

Descripción:

1 = De acuerdo

0 = Desacuerdo

E1 = Experto o juez

E2 = Experto o juez

E3 = Experto o juez

Vp = Valor de p

Formula de Validación

$$b = \frac{Ta}{Ta + Td} \times 100$$

Dónde:

Ta = Número total de acuerdos de expertos o jueces

Td = Número total de desacuerdos de expertos o jueces

B = % de acuerdo entre expertos o jueces.

Resultado del procesamiento = Validez

Acceptable = 0.70 %

Bueno = 0.80%

Excelente por encima de 0.90%

Reemplazando valores:

$$b = \frac{Ta}{Ta + Td} \times 100$$

$$b = \frac{75}{75 + 0} \times 100$$

$$b = 100\%$$

Resultados de los criterios

- Es pertinente con el concepto, validación excelente al 100%
- Es tendencioso aquiescente, validación excelente al 100%
- Se necesita más ítems para medir el concepto, validación excelente al 100%
- El criterio necesita mejorar la redacción, validación excelente al 100%

ANEXO 9. ÁLBUM FOTOGRÁFICO






Trabajo de campo, realizando la encuesta en trabajo personalizado en la ferreteria: M&W Representaciones S.C.R.L. AA.HH. San Pedro.





ANEXO 10. TURNITIN

Mercedes Renee PALACIOS DE BRICEÑO | Información del usuario | Mensajes | Instructor ▼ | Español ▼ | Roadmap | Ayuda | Cerrar sesión



Ejercicios | Estudiantes | Boletín de notas | Bibliotecas | Calendario | Discusión | Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > 2016_02_PUURA > 1 CORRECCIÓN 2016 02

Acerca de esta página

Esta es la bandeja de entrada de tus ejercicios. Para ver un trabajo, haz clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Originalidad, haz clic en el icono del Reporte de Originalidad del trabajo en la columna de similitud. Un icono en el que no puedes hacer clic, indicará que el Reporte de Originalidad aún no se ha generado.

1 corrección 2016 02

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▼

Entregar archivo Informe de GradeMark | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	N° DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Merly Cordova Velasq...	Cordova Velasquez Merly	4% ■		*		804386557	24-abr-2017
<input type="checkbox"/>	Maria Jose Ramos Mac...	Ramos Machado Maria Jose	8% ■		*		804383605	24-abr-2017
<input type="checkbox"/>	Magali Garcia Calle	Garcia Calle Magali	9% ■		*		804398918	24-abr-2017
<input type="checkbox"/>	Patty Almestar Adria...	Almestar Adrianzen Patty	16% ■		*		804397874	24-abr-2017
<input type="checkbox"/>	Elder Garcia Gomez	garcia gomez elder	17% ■		*		804381752	24-abr-2017
<input type="checkbox"/>	Jorge Huancas Escoba...	Huancas Escobar Jorge	24% ■		*		804385606	24-abr-2017
<input type="checkbox"/>	Gina Benites Guerrer...	Guerrero Benites Gina	32% ■		*		804390074	24-abr-2017
<input type="checkbox"/>	Victor Olaya Rosado	Olaya Rosado Victor	43% ■		*		804384753	24-abr-2017