



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA
MINORISTA DE ROPA PARA DAMAS EN LA GALERÍA
GAMARRA DEL DISTRITO DE CHICLAYO, 2017

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

GALINDO VÁSQUEZ, LILY

ORCID:0000-0003-2268-1305

ASESORA

Mgtr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE - PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Galindo Vásquez, Lily

ORCID: 0000-0003-2268-1305

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado. Chimbote, Perú

ASESORA

Mgtr. Estrada Díaz, Elida

Adelia ORCID: 0000-0001-

9618-617

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Morillo Campos Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por la fuerza que me
da todos los días para seguir
luchando.

A mi madre por inculcar en mí, valores
y principios la cual me va a permitir
instruir mi vida como
persona, como hija, como estudiante y
como madre.

A mi esposo por darme su apoyo
incondicional, por su paciencia y
por su amor que me demuestra día
a día.

DEDICATORIA

A mis hijos ellos son mi mayor motivo e inspiración para poder lograr mis metas y objetivos trazados a corto y largo plazo.

A mi esposo por su ayuda desinteresada e incondicional.

A mi madre por su apoyo por q ella cuida a mis hijos, porque sin ella no podría llegar a terminar mi carrera y porque gracias a ella soy una persona respetuosa trabajadora y luchadora

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de información utilizando una población muestral de 23 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: 56.52% de los encuestados tienen edad entre 31 a 50 años, 60.87% son del sexo femenino, 34.78% estudiaron secundaria completa, 73.91% conocen lo que es capacitación, 65.22% cree que la capacitación es una inversión, 43.48% cree que una de las dificultades que le impiden brindar capacitación a sus colaboradores es el aprendizaje lento, 39.13% cree que las capacitaciones ayudan a lograr objetivos y metas de la empresa, 56.52% si entrega sus productos a tiempo a sus clientes, 34.78% cree que una de las razones para no ver competitividad es que no tienen suficiente personal, 30.43% cree que los resultados de una buena competencia es tener clientes satisfechos. La investigación concluye que la mayoría de micro y pequeñas empresas tienen dificultades al momento de brindar una capacitación ya que el aprendizaje de sus colaboradores es lento y no logran ser competitivas porque cuentan con una cantidad reducida de trabajadores.

Palabras clave: Capacitación, competitividad, microempresa.

ABSTRACT

The research had as a general objective: To determine the characteristics of the training and competitiveness of the micro and small companies of the commerce sector, retail clothing item in the Gamarra Gallery of the Chiclayo District, 2017. The research was non-experimental design - cross-sectional, for the collection of information using a sample population of 23 micro and small businesses, to which a questionnaire of 14 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 56.52% of the respondents are aged between 31 to 50 years, 60.87% are female, 34.78% studied high school, 73.91% know what training is, 65.22% believe that training is an investment, 43.48% believe that one of the difficulties that prevent them from providing training to its collaborators is slow learning, 39.13% believe that the training helps to achieve objectives and goals of the company, 56.52% if in It delivers its products on time to its customers, 34.78% believe that one of the reasons for not seeing competitiveness is that they do not have enough staff, 30.43% believe that the results of a good competition is to have satisfied customers. The investigation concludes that the majority of micro and small companies have difficulties when providing training since the learning of their collaborators is slow and they do not manage to be competitive because they have a small number of workers.

Keywords: Training, Competitiveness, Micro and Small Business.

CONTENIDO

1. Título.....	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma de Jurado evaluador y asesor	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	9
III. Hipótesis	33
IV. Metodología.....	34
4.1. Diseño de la Investigación.....	34
4.2. Población y Muestra.....	34
4.3. Definición de operacionalización de variables	35
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	38
4.5. Plan de Análisis.....	38
4.6. Matriz de Consistencia.....	40
4.7. Principios Éticos	42
V. Resultados.....	44
5.1. Resultados	44
5.2. Análisis de Resultados	47
VI. Conclusiones.....	53
Aspectos complementarios	54
Referencias bibliográficas	55
Anexos	58

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla

Tabla 1 Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.....	44
Tabla 2 Características de la Capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.....	45
Tabla 3 Características de la Capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.....	46

FIGURA

Figura 1. Edad	64
Figura 2. Género	64
Figura 3. Grado de instrucción.....	65
Figura 4. Cargo	65
Figura 5. Tiempo que desempeñan el cargo	65
Figura 6. Conocimiento de la Capacitación	66
Figura 7. Consideración de la capacitación	66
Figura 8. Dificultades para capacitar	66
Figura 9. Lograr objetivos y metas	67
Figura 10. Entrega de Productos	67
Figura 11. Herramientas tecnológicas.....	67
Figura 12. Factores para una buena competencia	68
Figura 13. Razones para no ser competitivos	68
Figura 14. Resultados de la competencia.....	68

I. INTRODUCCIÓN

La importancia de las micro y pequeñas empresas nace porque son parte de un conjunto de segmentos tan importantes que ofrecen oportunidad de trabajo, es así que más del 80% de los habitantes económicamente se encuentran laborando y la cual producen un 47% de todo el PBI (producto bruto interno). En resumen, las micro y pequeñas empresas se basan en la producción del trabajo y al apoyo de la necesidad que por lo tanto se debe a: generar diferentes tipos de empleos, reducir la dificultad de la necesidad por intermedio de diferentes tipos de empleos que puedan generar una ganancia o ingreso. impulsar y transmitir el ánimo empresarial para que todas las personas sean emprendedoras. (Pantigoso, 2015)

A pesar de ser importantes las micro y pequeñas empresas tienen problemas de capacitación y competitividad los mismos que nacen alrededor de ellas y dificultan su desarrollo empresarial. Hoy por hoy los emprendedores inician sus negocios dejando de lado cosas muy importantes para el buen funcionamiento de las empresas las cuales están relacionado como ya antes se mencionó con la capacitación y la competitividad, ya que los representantes de estos negocios no se capacitan y tampoco brindan capacitación a sus colaboradores, viéndose esto reflejado en la falta de competitividad que las micro y pequeñas empresas en estudio tienen, pues no brindan una adecuada atención a sus clientes y no usan herramientas que les ayuden estar a la altura de poder competir con las demás empresas.

Pero este problema no solamente es a nivel nacional sino también internacional, por mencionar en Europa las micro y pequeñas tienen problemas de capacitación y competitividad y es por ello que hoy en día los colaboradores son los que toman la

iniciativa de capacitarse y están valorando mucho ello; llegando incluso algunos a llevar cursos de capacitación a distancia, utilizando las herramientas que hoy en día están a nuestro alcance como son los celulares o tablets, hoy por hoy las empresas de estos países están exigiendo a sus colaboradores que se capaciten ya que como es sabido la capacitación trae como resultado llegar a ser competentes y más aún si se trata del mundo empresarial. (Beyond knowledge, 2013)

En España, las empresas están capacitando a sus empleados para una mayor competitividad y es en tal asunto que menciona el Socio de Cegos España “El total de Directores de RRHH en España que están muy satisfechos con el modo en que la formación desarrolla las habilidades de sus empleados está en cotas muy bajas. Esto es un síntoma de que la formación está y debe estar cambiando. Hay que variar la formación tradicional para convertirla en una formación alineada al negocio, sostenible y orientada a resultados, tanto de la empleabilidad de las personas como del éxito de las organizaciones” En este país las capacitaciones aumentaron 4 puntos con relación al año 2012 y destaca el hito del 54% de 2010 y 2011, cuando lideró el desarrollo. (Araujo, 2013)

En América Latina, las micro y pequeñas empresas tienen problemas de capacitación de capital humano, que, en términos económicos, se ve reflejado en su poca productividad y competitividad empresarial. Esto manifiesta el hecho de que la región no haya crecido de manera dinámica durante los últimos períodos, lo cual se ha convertido en un impedimento para que sus ingresos se aproximen hacia los niveles alcanzados por los países más desarrollados. “El 75% de los empresarios tienen en realidad microempresas, que emplean alrededor del 40% de los trabajadores asalariados del sector privado. Además, el 28% de la población ocupada en la región se desempeña como trabajador por

cuenta propia”. O sea, muchos de ellos son auto empleados que manejan las micro y pequeñas empresas y muchas veces lo hacen de manera informal. Además, estas micro y pequeñas empresas tienen poca probabilidad de llegar a ser empresas más grandes ya que muchas veces los creadores de estas micro y pequeñas empresas los iniciaron por falta de oportunidades laborales, pero no están capacitados para administrar estas empresas de manera adecuada. (Casilda, 2014)

En México, las micro y pequeñas empresas tienen problemas de capacitación y competitividad y es algo preocupante para las empresas, en especial en las Mipymes, puesto que son representantes del 99.8% del total de micro y pequeñas empresas

En este país y brindan el 52% del PBI y el 72% del empleo, pero a pesar de ello no han logrado llegar a un nivel apto de competitividad en el mercado y tampoco han podido ser parte de proveedores de las empresas grandes. Las empresas de este país sufren con los cambios repentinos que existen y para los cuales no están preparados ya que han descuidado la capacitación que es uno de los factores que afectan su competitividad. (Gonzales, Jimenez, Mendoza, & Villegas, 2015)

En Colombia, las micro y pequeñas empresas tienen problemas de capacitación y competitividad y es que el reto de las empresas colombianas frente a los muchos tratados de libre comercio firmados y en proceso de afirmación, muestra la necesidad de instaurar la capacitación de los colaboradores como una obligación y además verlo como una inversión positiva y cuanto más cuando las empresas son de menor amplitud (micro y pequeñas empresas), puesto que en estos casos la producción puede ser de pequeña cantidad pero debe estar a la par de las grandes empresas en cuanto a calidad y así poder competir con ellas sin temor a perder. (Jamaica F. , 2015)

En Brasil, las micro y pequeñas empresas tienen problemas de capacitación y competitividad y es que las empresas no pueden encontrar personas con las capacidades que requieren siendo este un inconveniente ya que al contratar personas no capacitadas no les ayudan a ser competentes en el mundo empresarial global. Es por este motivo que en este país el gobierno ha empezado a invertir más en sistemas de información laboral para anticiparse a la escasez de mano de obra. (Gray, 2017)

En Argentina, las micro y pequeñas empresas tienen problemas de capacitación y competitividad porque las empresas enfrentan las más altas dificultades para satisfacer los requerimientos de habilidades socioemocionales de sus colaboradores y tienden a ofrecer capacitaciones solamente en habilidades específicas al cargo del empleado y esto sucede porque las empresas más se preocupan por capacitar a sus colaboradores para rendir específicamente en el área de desempeño y no de manera íntegra puesto que corren el riesgo de no recibir ganancias de este tipo de capacitaciones. (Flores, Gonzales, & Rosas, 2014)

En Chile, las micro y pequeñas empresas tienen problemas de capacitación y competitividad y es que este país también está dentro de los países que tienen escases de personas con competencias para ocupar los puestos de trabajo donde se requiere de personas idóneas; “los trabajadores claramente no tienen las capacidades que las empresas necesitan, y las empresas tienen grandes dificultades para encontrar el talento que necesitan para hacer crecer sus negocios”; es por lo que en este país algunas empresas están formando consejos de habilidades por sectores para conocer cuáles son las capacidades que necesitan los colaboradores en las diferentes funciones que ocupan y también en los diferentes niveles de complicación. (Gray, 2017)

En el Perú, las micro y pequeñas empresas tienen problemas de capacitación y competitividad ya que entre los principales errores que tienen casi todos los emprendimientos y que los lleva al fracaso son el no capacitarse, no evaluar a la competencia, desconocer el mercado, usar mal los préstamos que les brindan, no reinvertir, exceder en gastos, no innovar y no prestar atención a la opinión de sus clientes; es entonces que la gestión empresarial cumple un papel relevante, pues por medio de una adecuada información, capacitación y una buena planeación y aplicación de estrategias, se obtendrán resultados positivos. (Ari, 2017)

En el distrito de Chiclayo específicamente en la galería Gamarra, donde se desarrollará el trabajo de investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de venta de ropa los cuales poseen problemas de capacitación y competitividad porque estos negocios cuentan con personal que no está capacitado para brindar un servicio de calidad a los clientes, y esto se da por falta de entrenamientos por parte de estas empresas las cuales se dedican solamente a buscar ganancias y no se preocupan mucho por el bienestar de sus clientes y tampoco por estar a la altura de las más grandes empresas las cuales les llevan la delantera en muchos aspectos iniciando desde la atención al público, calidad, ofertas, variedades, usos tecnológicos entre otros puntos que les faltan en gran cantidad a estas micro y pequeñas empresas del rubro de venta minorista de ropa de damas. La falta de instrucción al personal que labora en estas micro y pequeñas empresas es lo que se ve más reflejado ya que al atender al público no utilizan estrategias adecuadas para realizar las ventas, sino que con su forma de atención hacen que los clientes opten por buscar mejores lugares. Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación y la competitividad de las micro y

pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017? Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. Describir las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. Describir las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

La investigación se justifica en teoría porque dará lugar a que los propietarios y/o responsables de las micro y pequeñas empresas conozcan las principales y distintas características de capacitación y competencia en las micro y pequeñas empresas de la sección comercio en el negocio prendas de damas para que los propietarios y colaboradores de estas micro y pequeñas empresas puedan conocerlas y para que puedan notar cuales son las falencias que incurren a diario en estos negocios; además presentarles algunos métodos de soluciones que les ayuden a contrarrestar sus problemas. La investigación también se justifica en la práctica porque será de importancia para los nuevos emprendedores ya que a través de esto conocen de las falencias ocurridas en las

micro y pequeñas empresas ya creadas y pueden tomar en cuenta las recomendaciones para no incurrir en lo mismo. Además, se justifica porque será de provecho para la sociedad, puesto que todos en algún momento realizamos alguna compra o vendemos algo, entonces quiera o no, estamos inmersos en el mundo de los negocios en cualquier rubro, pero las recomendaciones dadas en este trabajo serán de provecho no solamente para el rubro de venta de ropa para damas, sino también para otros rubros en general. Por último, metodológicamente se justifica porque será de provecho para los futuros profesionales, investigadores y estudiantes en general este trabajo de investigación será una oportunidad de información de los aspectos importantes de la capacitación y competitividad, de esta manera ellos pueden tomar información plasmada en este trabajo como un antecedente para realizar sus investigaciones.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal - descriptivo, fue no experimental, porque no se manipuló intencionadamente a las variables capacitación y competitividad; además la investigación fue de corte transversal porque su estudio se realizó en un espacio de tiempo fijo teniendo un inicio y un final específico; además fue descriptivo por solo se describió las principales características de la capacitación y competitividad.

Asimismo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 23 micro y pequeñas empresas a las cuales se les aplicó un cuestionario estructurado con 14 preguntas: las primeras 5 preguntas fueron referidas a conocer las principales características de los representantes, las siguientes 4 preguntas fueron referidas a conocer las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas y las últimas 5 preguntas fueron referidas a las características de la competitividad y

capacitación de las micro y pequeñas empresas. Dicho cuestionario se aplicó a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: en relación a los representantes de los empresarios, el 56.52% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas tienen edad entre 31 a 50 años, el 60.87% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son del sexo femenino, el 34.78% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas tienen un promedio de instrucción de secundaria completa, el 60.87% desempeñan el cargo de responsable de su micro y pequeña empresa, en relación a la variable capacitación el 73.91% tiene conocimiento de lo que es capacitación, el 65.22% cree que la capacitación es una inversión, el 43.48% cree que una de las dificultades que le impiden brindar capacitación a sus colaboradores es el aprendizaje lento, el 39.13% cree que las capacitaciones ayudan a lograr objetivos y metas de la empresa, en relación a la variable rentabilidad: el 56.52% si entrega sus productos a tiempo a sus clientes, el 43.48% si conoce las técnicas para ser competitivas en el mercado, el 34.78% cree que uno de los factores para tener una buena competencia es la atención personalizada, el 34.78% cree que una de las razones para no ver competitividad es que no tienen suficiente personal, el 30.43% cree que los resultados de una buena competencia es tener clientes satisfechos. La investigación concluye que la mayoría de micro y pequeñas empresas tienen dificultades al momento de brindar una capacitación ya que el aprendizaje de sus colaboradores es lento y no logran ser competitivas porque cuentan con una cantidad reducida de trabajadores.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Álvarez, Gutiérrez & Freire (2017) en su tesis “*Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas*”, se planteó el objetivo general: “Evaluar el impacto de la capacitación en la productividad laboral de las empresas chilenas” y los objetivos específicos: “Identificar las variables que determinan la probabilidad de que una empresa capacite a su personal”. “Analizar si existe diferencia en el impacto de la capacitación en empresas grandes y Pymes”. La investigación utilizó la metodología propensity score matching (PSM), nearest neighbor matching (NNM) y coarsened exact matching (CEM). La investigación obtuvo los siguientes resultados: A mayor porcentaje de propiedad extranjera, propiedad privada y miles de ingresos por venta, la empresa tendrá una menor probabilidad de capacitar a su personal, mientras que, a mayor salario promedio de sus trabajadores, la empresa tendrá mayor probabilidad de realizar capacitación, las empresas que realizan capacitación tienen una productividad superior en 2.74% con respecto a las empresas que no capacitan, en las empresas que capacitan sería 2.06% menor, la productividad laboral para las empresas que realizan capacitación es de 3.92%, existe una productividad laboral menor en 2.7% en las empresas que realizan capacitación con respecto a aquellas que no lo hacen. La investigación concluye que se observa que según las encuestas la capacitación no tendría un efecto valioso en la productividad laboral de las empresas chilenas, lo que es un fenómeno común entre los países latinoamericanos por las malas experiencias de capacitación recibidas anteriormente.

Arcos (2014) en su investigación “*Diseño de un plan de capacitación para las PYME’s en servicio al cliente, para el sector norte de Quito*”. Se planteó el siguiente objetivo general: “Diseñar un plan de capacitación para las PYME’s en servicio al cliente, para el sector norte de Quito” y como objetivos específicos: “Realizar un diagnóstico situacional de la capacitación en las PYMEs en servicio al cliente”. “Diseñar políticas y estrategias para mejorar la capacitación en las PYMEs”. “Detectar las necesidades de capacitación que existen en las PYMEs, para poder dar una solución a los diferentes problemas que existen en este tipo de organizaciones”. “Proponer un plan de capacitación sobre atención al cliente para las PYMEs”. La investigación utilizó la metodología de carácter cuantitativo, método inductivo. La investigación obtuvo los siguientes resultados: el 92% de los encuestados no conocen si su empresa cuenta con un programa de capacitación, el 55% de los encuestados si han recibido capacitaciones durante el tiempo que ha laborado, el 45% de los encuestados no se ha capacitado, el 97% de los encuestados considera que si es necesario capacitarse para desempeñar de mejor manera sus funciones, el 30% de los encuestados manifiesta que le gustaría recibir capacitación de habilidades de comunicación con el cliente, el 88.09% de los encuestados les gustaría que la empresa donde trabajan financie su capacitación, el 54.47% de los encuestados manifiesta que prefiere capacitarse en el turno de la mañana, el 68.51% de los encuestados manifiesta que las capacitaciones que reciben en la empresa en la que trabaja no han sido evaluadas. La investigación concluye que la mayor parte de los empleados de las diversas PYMEs del norte de la ciudad de Quito no han recibido capacitación por parte de la empresa en la que labora, hecho que perjudica su desempeño laboral por la falta de especialización en las diversas áreas que ofrece el mismo, teniendo como principal consecuencia el difícil

progreso tanto laboral como de desarrollo empresarial.

Gonzales, Demuner & Ibarra (2016) en su investigación: “*Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*”, se plantea el siguiente objetivo general: “Determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California e identificar las áreas que, dentro de ellas, influyen en dicha competitividad” y un objetivo específico: “Determinar qué áreas dentro de las empresas influyen más sobre tal nivel de competitividad”. La investigación utilizó la metodología de carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal; la investigación obtuvo los siguientes resultados: el 48% de empresas presentan un nivel de competitividad mediano, el 39% califica como bajo la dimensión planeación estratégica, el 42% califica como bajo la dimensión sistemas de la información, el 47% califica como mediano a la dimensión de producción y operaciones, el 41% califica como bajo la dimensión aseguramiento del calidad, el 45% califican como bajo a la dimensión de contabilidad y finanzas, el 44% califica como mediano a la dimensión de comercialización, el 45% califica como bajo a la dimensión de recursos humanos, el 41% califican como bajo la dimensión de gestión ambiental, el 48% califican como mediano a la dimensión de nivel de competitividad. La investigación concluye que las pymes en el estado presentan un nivel de competitividad medio-bajo, sin mostrar relación entre el tamaño de las empresas y su competitividad, mientras que el área de producción-operaciones resultó ser más significativa para su nivel de competitividad.

Antecedentes nacionales

Silva (2015) en su tesis *“Caracterización de la Capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - Rubro Venta de Ropa para Damas del Distrito de Chimbote, año 2014”*, se planteó el objetivo general: “Determinar y describir las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa para damas, del distrito de Chimbote, año 2014” y los objetivos específicos: “Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa para damas, del distrito de Chimbote, año 2014”. “Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro venta de ropa para damas del distrito de Chimbote, año 2014”. “Describir las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa para damas del distrito de Chimbote, año 2014”. La investigación utilizó la metodología cuantitativa, el nivel de la investigación fue descriptivo, el diseño fue: No Experimental – transversal – Descriptivo. La investigación obtuvo los siguientes resultados: El 45% tienen entre 18-30 años, el 70% son mujeres, el 75% tienen secundaria, el 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no recibieron capacitación antes de formar su empresa, el 90% considera la capacitación como una inversión, el 100% piensan que la capacitación tiene sus ventajas, el 85% no capacita a sus trabajadores y el 15% si capacita en temas de atención al cliente. La investigación concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran la capacitación como una inversión para obtener ventajas, sin embargo, en su mayoría no capacitan a sus trabajadores.

Bahamonde (2017) en su investigación *“La Capacitación y Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta de ropa para niños - Huánuco, 2017”*; se planteó el objetivo general: “Determinar en qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños – Huánuco, 2017” y los objetivos específicos: “Determinar en qué medida el fortalecimiento de las habilidades gerenciales influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños – Huánuco, 2017”. “Determinar en qué medida las relaciones laborales influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños – Huánuco, 2017”. “Determinar en qué medida la satisfacción de los clientes influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños – Huánuco, 2017”. La investigación utilizó la metodología de tipo cuantitativo con un diseño de investigación correlacional – descriptivo. La investigación obtuvo los siguientes resultados: El 57% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que, si ejerce liderazgo y gestiona el cambio en su empresa, el 53% mencionaron que no promueve la vivencia de los valores de la empresa y un clima de confianza para el logro de las metas propuestas, el 73% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si determina las condiciones para la evaluación y/o selección del personal de la empresa, el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si muestra una actitud emprendedora y motiva los cambios necesarios con tenacidad, el 63% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si considera que la capacitación empresarial mejora las competencias profesionales, el 83%

de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si considera que la capacitación crea un mejor clima laboral, el 57% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si considera que la capacitación aumenta la competitividad empresarial, el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si considera que la capacitación empresarial reduce el estrés laboral, el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que está convencido que la capacitación empresarial disminuye el ausentismo laboral, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si sus empresas ofrecen productos de calidad, el 97% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que el cliente se siente satisfecho por el cumplimiento de la oferta ofrecida, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si el servicio que brinda su empresa es de calidad, el 83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que si resuelve las quejas y reclamos de sus clientes en forma oportuna, el 60% de los representantes tienen resistencia al cambio. La investigación concluye que relación es positiva baja entre la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa para niños. Esto quiere decir que la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas es afectada por la capacitación que experimentan.

Saboya (2017) en su investigación *“Caracterización de la Capacitación y la Competitividad de las MYPES, en el rubro venta de ropa de menores, en el sector comercio, en la Ciudad de Tingo María, año 2017”*; se planteó el objetivo general: “Describir y determinar la caracterización de la capacitación y la competitividad de las

MYPES, en el rubro venta de ropa de menores, en el sector comercio, en la en la ciudad de Tingo María, año 2017” y los objetivos específicos: “Describir las características de la capacitación de las MYPES, en el rubro venta de ropa de menores, en el sector comercio, en la ciudad de Tingo María, año 2017”. “Establecer las características de la competitividad de las MYPES, en el rubro venta de ropa de menores, en el sector comercio, en la ciudad de Tingo María, año 2017”. La investigación utilizó la siguiente metodología: tipo cuantitativo, nivel descriptivo, la investigación obtuvo los siguientes resultados: el 58% de los encuestados tiene entre 20 a 35 años, el 100% son de género masculino, el 67% tienen grado de instrucción superior no universitaria, el 67% de las micro y pequeñas empresas tiene una antigüedad de tres años, el 83% cuenta con 1 a 5 trabajadores, el 50% del personal si han recibido capacitación, el 67% de los empresarios no han capacitado a sus trabajadores, el 50% de los trabajadores no ha llevado algún curso de capacitación de su especialidad, el 100% de los encuestados manifiesta que aprueba a la competitividad para el buen desempeño de las micro y pequeñas empresas, el 100% dice que sus vendedores si asesoran al cliente, el 100% manifiesta que hace la entrega del producto a sus clientes en el menor tiempo posible, el 50% manifiesta que si responden las consultas o reclamos posteriores al servicio que brindan. La investigación concluye que los representantes legales son relativamente jóvenes; es decir que no tienen amplia experiencia en la venta de ropa de vestir de menores buscando la eficiencia, definir y mantener un segmento de mercado. La mitad de los empresarios no tienen interés en capacitarse, la otra mitad se capacitaron con la finalidad de poder ofertar mejor sus productos, dar mejor servicio y atención al cliente, y por ende un mejor manejo de sus micro y pequeñas empresas, en cuanto a la competitividad creen en su totalidad en la

importancia de la capacitación para alcanzar la competitividad. Incidiendo en las asesorías de los vendedores a los clientes con un indicador altamente significativo, cuyo fin es buscar la eficiencia en las ventas con una mayor prestación en los servicios.

Antecedentes Locales

Gil (2017) en su tesis *“Caracterización de la capacitación y competitividad en las mypes sector producción de hilos parque industrial del distrito de Chiclayo-Lambayeque, 2018”*; se planteó el objetivo general: “Determinar las principales características de capacitación y competitividad de las MYPES del sector industria producción de hilos Parque industrial - Ciudad de Chiclayo”, y los objetivos específicos: “Determinar las principales características de capacitación de las MYPES en el sector Industria de producción de hilos en el Parque Industrial-Ciudad de Chiclayo”. “Determinar las principales características de competitividad de las MYPES en el sector industria de producción de hilos en el parque industrial-Ciudad de Chiclayo”. La investigación utilizó la metodología descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental. La investigación obtuvo los siguientes resultados: El 100% de los encuestados manifiestan que, si han recibido capacitación, el 25% de cada uno de los entrevistados manifiesta que ha tenido algún tipo de capacitación en temas como: Marketing, ventas, tecnología. Control de calidad, el 100% creen que es importante la capacitación para cada uno de los trabajadores de las empresas, el 77% han recibido capacitación al momento de ingreso a un puesto de trabajo, el 97% está capacitado para desempeñarse en su puesto de trabajo, el 97% manifiesta que los conocimientos adquiridos son beneficiosos para ser competitivos en el mercado y la permanencia en el puesto de trabajo, el 100% de los encuestados consideran que el producto que fabrican es competitivo en el mercado, el 73% de los encuestados

considera que el producto que producen es entregado a tiempo estimado. La investigación concluye que el personal ha recibido capacitación especializada para la producción del producto, en marketing, ventas en diseño, innovación y sobre control, es de vital importancia para el desarrollo personal y la gestión, conocen de su trabajo y de su formación profesional, los operarios están capacitados algunos han aprendido en la empresa, otros han tenido conocimientos en la manipulación de equipos mecánicos, y han alcanzado un nivel óptimo en el ámbito laboral; el nivel de capacidad competitiva que Administra cada empresario de las micro y pequeñas empresas, está en función a la competitividad con su competidor uno por lograr mayor capacidad productiva y otro por optar igualar, la actividad productiva es considerada competitiva en función al precio y la garantía que se le da cada uno de sus productos; la entrega de los productos a tiempo, cortos periodos de tiempo.

Urcia (2016) en su investigación *“Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las mypes del sector comercial, rubro de zapaterías del Distrito de Chiclayo, 2016”*, se planteó el siguiente objetivo general: “Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro zapaterías del Distrito de Chiclayo, 2016” y los objetivos específicos: “Determinar las características de la gestión de la calidad de las MYPEs del sector comercial, rubro de zapaterías del Distrito de Chiclayo 2016”. “Determinar las características de la competitividad de las MYPEs del sector comercial, rubro de zapaterías del Distrito de Chiclayo 2016”. La investigación utilizó la metodología descriptiva, diseño no experimental, transversal. La investigación obtuvo los siguientes resultados: el 96% dicen que su empresa si tienen establecida su misión y visión, el 92% de los encuestados

conocen los valores que maneja su negocio en cuanto a institución, empleados y servicios, el 69% dicen que si conocen cuales son los factores limitantes que afectan el buen funcionamiento de su empresa, el 88% indican que si existe y se aplica la planificación de las actividades en su negocio, el 62% dicen que capacitan a sus colaboradores, el 92% manifiestan que en su empresa si se fomenta el trabajo en equipo, el 62% utilizan algún tipo de motivación e incentivo para sus colaboradores, el 75% están dispuestos a realizar cambios que mejoren la eficiencia de su negocios. La investigación concluye que los empresarios propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro zapaterías de la ciudad de Chiclayo tienen notoriamente implantada su misión y visión, asimismo entienden claramente los valores de su empresa, utilizando la planificación en las tareas realizadas en su empresa, brindando capacitación a sus colaboradores, además de fomentar el trabajo en equipo y motivar a sus colaboradores a tal punto de estar dispuestos a realizar cambios para que su empresa sea más eficiente.

Chinguel (2016) en su tesis *“Caracterización del modelo de gestión y procesos en mypes del rubro de venta de ropa del mercado modelo en el distrito de Chiclayo, 2016”*; se planteó el objetivo general: “Determinar de qué manera afectan los procesos al implementar un modelo de gestión orientado, a mejorar sus procesos de compra, venta y comercialización, de las Mypes, del rubro de venta de ropa del mercado modelo del distrito de Chiclayo, 2016” y los objetivos específicos: “Determinar las características del modelo de gestión, más idóneas, que deberían tener las Mypes, del rubro de venta de ropa del mercado modelo del distrito de Chiclayo, 2016 para la aplicación modelo de gestión”. “Determinar las características que aplican las Mypes, del rubro de venta de ropa del mercado modelo del distrito de Chiclayo, 2016 en el proceso de compra, venta y

comercialización”. La investigación utilizó la metodología de Diseño no experimental-transversal de tipo Cuantitativa y de nivel Descriptiva. La investigación obtuvo los siguientes resultados: El 95 % no aplica criterios de selección de proveedores, el 95 % no tiene algún acuerdo actual con sus proveedores, un 88 % no dispone de una cartera de clientes, el 91 % de los microempresarios no reciben asesoría por parte de sus proveedores, el 51 % de los microempresarios no capacita a su personal, el 91% no utiliza estas herramientas como tecnología de su confianza, el 98% no utiliza estas herramientas como tecnología para realizar una gestión de comercio ya sea de compra o venta con respecto a sus productos, el 84% no considera costos de almacenamiento, el 95% si considera la garantía y lo exige, el 95% no lo considera a los costos administrativos como parte de sus costos de operaciones, el 98% no sabe computadora, el 58% considera al sistema manual más fiable y más seguro, un 63% no utiliza o lo que es mercadería por consignación, 74% opta por un sistema manual y no utiliza la desconoce algún mecanismo de control formal que lo aplique actualmente, un 51% emplea otro mecanismo y no las compras por tendencia, el 51% si monitorea su proceso de ventas, el 93 % si emplea los servicios de un contador externo, el 93% no utiliza ningún mecanismo de ventas, un 67% no considera costos de transporte, un 84% no realiza un proceso de inventarios. La investigación concluye que las características de los técnicos de compras, ventas y comercialización dejar ver, las malas prácticas en la relación con sus proveedores y con sus clientes ya que no están capacitados para ocupar la negociación con ofertas de sus proveedores, haciendo una gestión externa basada en la especulación como tendencias de moda sin conocer si existe la posibilidad de éxito en dicha gestión. Los empresarios no tienen protocolos de negociación y tampoco utiliza tecnología para tener una figura de eficiencia durante este

proceso; estas empresas no tienen la intención de fidelizar a sus clientes y no se preocupan por marcar la diferencia y originalidad en la atención que brindan al público.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Micro y pequeñas empresas

Es el acuerdo económico establecido por una persona jurídica o natural, que tienen el propósito de conseguir beneficios o ganancias de pequeño nivel productivo de actividades de fabricación, elaboración, comercialización o beneficio de servicios.

Una microempresa tiene un promedio de 1 a 10 trabajadores y sus ventas anuales deberían ser de 150 UIT (532,500). Una pequeña empresa tiene un promedio de 1 hasta 100 trabajadores con ventas anuales de Hasta 1700 UIT (6,035000). Una Empresa mediana las ventas anuales superiores son a 1700 UIT que llega a un monto de 2300 unidades impositivas tributarias (UIT).

Si la micro y pequeña empresa sobrepasa el importe de ventas que establece la ley tendrá que sustentar la terminación prácticamente de un año para iniciar como empresa pequeña en el sistema de laborales. Del mismo modo, si una sociedad pequeña tiene más ventas por lo tanto más ingresos de lo que corresponde tiene unos 3 años de dar inicio en el sistema de laborales generales. Todas las pequeñas, medianas y micro empresas que preparen a sus trabajadores tiene la opción de concluir el consumo de un desembolso en el IR (Impuesto a la Renta) por el total superior parejo que equivaldría a un 1% del precio en las planillas anuales. (Universidad Católica San Pablo, 2017)

Clasificación de las micro y pequeñas empresas

- **De sobre vivencia:** Son las que se originan producto de la necesidad apremiante de conseguir dinero, es por ello que su fundamental cualidad es la de liderar los precios sin tener en cuenta sus reducidos márgenes de ganancia, entonces, al no contar con un área contable dentro de la misma, usan su patrimonio de manera incierta, recurriendo a incluso a usar el dinero perteneciente al de la mercadería.
- **De subsistencia:** Son aquellas que logran recuperar su inversión y también logran obtener rentabilidad que les permite compensar el trabajo de sus colaboradores.
- **En crecimiento:** Son aquellas que son capaces de ahorrar sus ingresos y recostearlos, este tipo de Mypes brindan oportunidades de empleo y se pueden convertir en una empresa grande. (Tercero, 2016)

Características de Propietarios de las Micro y pequeñas empresas

- **Son de espíritu emprendedor:** Los emprendedores tienen la capacidad de iniciar negocios y son capaces de obtener buenos resultados.
- **Desean tener mayor acceso al crédito:** A pesar que las micro y pequeñas empresas tienen poco acceso, los emprendedores consideran que el crédito es un elemento muy importante para que este tipo de empresas puedan tener éxito en el mercado.

- **Confían en el futuro:** Tener que enfrentarse a los cambios repentinos del futuro hace que los emprendedores opten por anticiparse a estos cambios, lo cual deja en evidencia que dichos emprendedores están madurando siendo así que inician a proyectarse al futuro con menor inseguridad.
- **Generan oportunidades de empleo:** Son responsables de la concentración de aproximadamente la mitad de puestos de trabajo formales, es por ello que las micro y pequeñas empresas son denominadas también como motores de la economía del país. (Gestión, 2017)

Capacitación

La capacitación es considerada como una herramienta positiva por excelencia, que nos ayuda a optimizar el desempeño de los colaboradores, también puede ayudarnos a tener sistemáticamente un diagrama en el que nos daría facilidades en el cambio que se necesita para que los empleados de la compañía tengan una visión mejorada de los beneficios y las ventajas del mismo. El tener una capacitación eficiente permite que la compañía pueda innovar, el desarrollo de destrezas profesionales, colectivas y prácticas, afirmado en el uso de tecnologías de información, con un sentido moral y de compromiso social. “La capacitación no debe visualizarse como una obligación, que tiene la empresa con sus empleados, porque lo manda la ley. Es una inversión que trae beneficios a la empresa y a la persona que asiste a las capacitaciones”. Los resultados que permite tener la capacitación, es ayudar al progreso propio y competitivo de las personas. La

capacitación ayuda a entrenar y establecer al recurso humano que demanda y trabaja en este momento en una entidad, ya que es una actividad proyectada. (Cota, 2016)

Tipos de capacitación:

Existen distintos tipos de formación como:

- Enseñanza para el compromiso. Va dirigida al aplicado que va a desempeñar un evento en actividad, presentemente sea de modo de nuevas ganancias o por retribución ha sido promovido o reubicado centralmente de la misma entidad.
- Capacitación promocional. Rastrea conceder al aplicado trabajador el hecho de obtener puestos de superior categoría.
- Capacitación en el empleo. Es una ruta de acciones encaminadas a desarrollar actividades y acrecentar actitudes en los trabajadores. Se logra indagar la elaboración propia, de la misma manera que los objetivos de la compañía. (Torres & Rubio, 2016)

Objetivos de la capacitación en las empresas

Promover el progreso completo de los colaboradores, teniendo por resultados el avance de la empresa.

Se tiene que tener en cuenta en primer lugar que la empresa además de tener como objetivo buscar ganancias económicas como consecuencia de sus diligencias empresariales, demanda una sostenibilidad a través del tiempo para que admita suministrar entradas de dinero de manera permanente. Esto se puede lograr primordialmente con el

trabajo directo de los colaboradores y su ejercicio en un espacio de tiempo, para este caso ha de ser obligatorio colocar cada uno de los elementos propios y profesionales que establecen el favor del trabajador en su área de compromiso. Particularmente para este caso, el área de recursos humanos debe hacer más que la creación de un programa exacto de formación, requiriendo tener identificado los componentes de conducta, capacidades, destrezas, cualidades y competitividades y más componentes de los trabajadores, avalando un estudio completo de los recursos humanos que forman parte de la empresa, para después crear programas de formación en lo posible de manera personalizada, para desarrollar las características profesionales de cada empleado.

Coadyuvar y mejorar los saberes técnicos ineludibles para el buen desempeño de las labores

Existe la necesidad de que la compañía cuente con estudios minuciosos de los perfiles laborales con los que tiene en factor de elección de personal, de tal manera que se logren identificar las sapiencias técnicas con los que deben contar los colaboradores en cada una de las áreas. Así, se crearán los procedimientos de capacitación determinada que permiten la reforma y reajuste de conocimientos en las áreas que se soliciten. Por ejemplo, primordialmente el uso de equipos tecnológicos de última gama que demandan un conocimiento concreto para su operación, y los cuales son de vital importancia no solo para el rendimiento de la organización, en materia de reducción de tiempos de producción, reducción de gastos, reducción de procesos, sino también para el aumento en las ganancias por concepto de aceptación del mercado, competitividad, innovación y otros factores.

Afinar al trabajador en su puesto de trabajo

Hay un aspecto de distintos estudios en el espacio organizacional que es la reubicación de personal, no obstante, tratándose de la capacitación, es conveniente afinar al colaborador en su área de trabajo, buscando fortalecer a este en todos los aspectos posibles para que su rendimiento sea el esperado y el óptimo. Por lo que los procedimientos de capacitación organizacional están orientados a avalar que los procesos se elaboren de acuerdo a los planes estratégicos y operativos de la empresa, y allí no es posible efectuar cambios drásticos de personal. En ese caso, siempre se busca tener personal totalmente apto en las áreas de trabajo. Mientras tanto, será ineludible que dichos planes contengan cursos de contingencia que permitan que en casos especiales un colaborador se pueda desempeñar en otro cargo que sea afín a su conocimiento. “No es buscar un trabajador multipropósito, se trata de efectuar un proceso de reemplazos o rotación internas óptimas que minimicen las consecuencias por concepto de retiro, despido o causas médicas o fortuitas”. (Jamaica M. , 2015)

Competitividad:

La competitividad es la capacidad de competir. En el ámbito de la economía, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores.

En este sentido, factores que inciden en la capacidad competitiva son la relación entre la calidad y el coste del producto, el nivel de precios de los insumos, así como el nivel de salarios en el país productor. Asimismo, otros aspectos muy importantes para incrementar la competitividad son la eficiencia de los sistemas o técnicas de producción y el

aprovechamiento de los recursos necesarios para la elaboración de bienes y servicios, es decir, la productividad.

Según Michael Porter, la competitividad se puede establecer basado a una serie de características. Resumidamente, y según Porter, hay primordialmente cuatro elementos que son las más relevantes para poder determinar la competitividad. Michael Porter contribuyó con múltiples percepciones verdaderamente atractivos sobre la ciencia corporativa o industrial, entre los cuales algunas de esas definiciones fueron adquiridas por distintas cadenas de escritores que siguieron desarrollando teorías alrededor de esta, respetando la base primordial del trabajo realizado por Porter como ámbito universal.

Factores relevantes:

- Equipamiento del país: Es transcendental establecer cuanta es la cantidad y la particularidad de los elementos productores de tipo primordial; patrimonios naturales, inversiones, infraestructuras y tejido corporativo. Estar al tanto, de esta manera, los colaboradores, o sea, destrezas, saberes y conjunto de técnicas utilizadas ya que estos llegarán a ser la esencia de la cual se favorecerá la organización institucional.
- Requerimientos internos: En tal sentido, es esencial estar al tanto de cuál es la carestía del producto relacionado con el ofrecimiento existente. Es muy necesario que haya una solicitud rigurosa en busca de artículos que destaquen y se prevean a las insuficiencias.

- Establecer si verdaderamente hay una organización fructífera con proveedores de todas las capacidades, relacionadas entre ellas tanto horizontales como verticales y que promueva la competitividad fundando una oferta que impulse la innovación.

“Predisposición social hacia la innovación, esto además incluye el trato legal a la innovación y todas las medidas que dificulten o faciliten las mismas. La innovación es un valor extremadamente positivo para cualquier empresa, mejores productos significan mayores ventas”. (Riquelme, 2016)

Las estrategias competitivas

La estrategia lleva consigo a una superioridad competitiva y ésta se vienen a ser una revolución de la información y de las teorías que se pueden estudiar, no existiendo alguna duda de que haya sucedido un cambio significativo en la conceptualización en los sistemas de información que posee cada representante de una empresa, ya que la información que tiene cada empresa es su razón de ser cuando lo aplica. Cuando Michael Porter aún no se había plateado sus teorías modernas el factor de la información era considerado como fragmento en los procesos de negocios, mientras tanto que hoy en día se le reconoce como aquella que determina un proceso, lo cual es fundamental para desarrollar una empresa, no obstante, no se toma en cuenta su valor real, pero se debe entender que debería ser estimada como un instrumento estratégico en cada rubro. (Riquelme, 2014)

Según lo afirma Michael Porter en sus estudios, al enfrentar las cinco fuerzas o factores de la competencia, podemos disponer de las estrategias genéricas muy fuertes que componen un mejor desempeño frente a los competidores en cualquier industria, y estas fuerzas son las siguientes: “El liderazgo global en costos, la diferenciación y el enfoque o concentración”. (Porter, 2015)

Competitividad en el ámbito empresarial

Cuando se aplica el concepto en el ámbito empresarial, se entiende que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores.

- La competitividad empresarial puede basarse en precio o en otras variables. A continuación, las explicamos en mayor detalle:
- En precio: la empresa es capaz de ofrecer sus productos a un menor precio que sus competidores sin reducir sus ganancias. Esta competitividad se basa en menores costos de producción (gracias a una mejor tecnología, factores de producción más productivos, mejor organización, etc.) lo que permite que la empresa reduzca sus precios y aun así mantenga un margen atractivo sobre la venta.
- Otros factores distintos al precio: la empresa es capaz de cobrar un mayor precio que sus competidores y así aumentar sus ganancias relativas. Este tipo de competitividad se basa en la capacidad de ofrecer una mayor calidad, una mejor imagen o una logística más desarrollada, entre otros factores.

- Para desarrollar la competitividad de la empresa se necesita de directivos dinámicos, con visión de futuro, abiertos al cambio tecnológico y a la necesidad de innovar constantemente para ajustarse a los cambios del entorno.
- Cuando un país es competitivo, es capaz de sostener la competencia impuesta por la oferta de otros países en el mercado internacional, ofrecer sus productos y servicios de forma beneficiosa y/o atraer inversión internacional. Todo lo anterior produce en mayor crecimiento económico con potenciales ayudas para los ciudadanos (mayor empleo, aumento de ingresos, etc.) (Sevilla, 2017)

La competitividad de un país no se especifica por los límites geográficos de un país, sino que está determinada por el contenido que tienen sus empresas de concebir y cultivar ventajas comparativas. Coexisten varios factores que ayudarían a obtener lo anterior en donde el estado y sus políticas tienen un rol elemental. A continuación, pasamos a manifestar algunos de los factores más principales:

- **Instituciones públicas:** la calidad de las instituciones públicas es elemental para que las empresas puedan ejecutarse proyectos a largo plazo, obtener sus ganancias y proteger a sus trabajadores. Cuando un país tiene un marco legal creíble, tribunales de justicia imparciales, funcionarios de gobierno alejados de la corrupción, etc. las empresas pueden desarrollarse.
- **Infraestructura:** la inversión en infraestructura de un país (carreteras, puentes, aeropuertos, etc) proporciona el crecimiento y mejora de las empresas ya que disminuye los costos de transacción y les puede realizar de manera más eficiente.

- **Estabilidad macroeconómica:** la permanencia macroeconómica de un país es imprescindible para cautivar a los inversionistas. Estos buscan ambientes seguros en donde el compromiso de perder su inversión sea disminuido o al menos conocido.
- **Salud y educación:** una población resistente y con altos niveles de educación es competente de desarrollar destrezas que les permitan combatir en el mundo global, forjar nuevos proyectos y sostener el desarrollo empresarial a través de mayor productividad.
- **Mercados financieros desarrollados:** cuando existe un mercado financiero avanzado es más simple capitalizar proyectos rentables que en un futuro transmitirán el desarrollo nacional.
- **Tecnología:** el acogimiento y proceso de nuevas tecnologías es elemental para que las empresas sean competitivas en un medio cambiante.
- **Innovación:** el proceso de nuevos acontecimientos y la creación de nuevos productos y servicios propagan las contingencias de las empresas para conquistar nuevos consumidores y sostener su crecimiento en el futuro.
- **Eficiencia en el mercado laboral:** cuando el mercado laboral es eficaz tanto las empresas como los trabajadores se apoyan. Las empresas encuentran las destrezas que necesitan para desarrollar su negocio mientras que los trabajadores reciben un salario adecuado que les permite su desarrollo personal. (Sevilla, 2017)

Estos y otros factores adicionales son considerados en índices internacionales que buscan determinar el grado relativo de competitividad de los países. Así por ejemplo, tenemos el

Global Competitiveness Index que todos los años elabora un ranking con el nivel de competitividad de los países basándose en 12 pilares de competitividad. (Sevilla, 2017)

Tipos de competitividad

Por otro lado, podríamos distinguir dos tipos de competitividad:

- Competitividad interna: es la capacidad de una organización para lograr la mayor eficiencia posible de sus recursos y aumentar la productividad de los factores (trabajadores, capital y tierra principalmente). La empresa trata de mejorar con respecto a sí misma.
- Competitividad externa: es la capacidad de una organización de lograr ventajas competitivas en el contexto del mercado. Para ello se evalúan factores externos como la innovación, las situación de la industria (5 fuerzas de porter), la estabilidad económica, etc. Las organizaciones deben luchar por mantener su competitividad presente y futura. Esto se estudia en gran medida en el entorno del marketing.

2.3. Marco Conceptual

- **Micro y pequeñas empresas:** Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier firma de organización de una gestión empresarial que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes de prestación de servicios.
- **Capacitación:** Conjunto de actividades didácticas, orientadas a aumentar conocimientos, habilidades y aptitudes del trabajador que labora en una empresa.
- **Competitividad:** Es la capacidad de competir. En el ámbito de la economía, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus competidores.
- **Emprendedores:** Se llama así a aquellas personas que tienen a su cargo un negocio el cual nació con la finalidad de cubrir sus necesidades, estos individuos son reconocidos por su espíritu valiente puesto que enfrentan muchas cosas con la finalidad de sacar adelante su negocio.
- **Ropa de damas:** Son aquellas prendas exclusivamente dirigidas al segmento femenino de la población, existiendo una gran variedad de modelos los cuales se renuevan a medida del paso del tiempo.

III. HIPÓTESIS

En la investigación: Caracterización de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

En la investigación se utilizó del diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo.

- Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a las variables capacitación y la competitividad; solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.
- Fue transversal, porque el estudio de investigación caracterización de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2017.
- Fue descriptiva, porque solo se describieron las principales características de la capacitación y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la galería central del distrito de Chiclayo, 2017.

4.2. Población y Muestra

Se utilizó una población de 23 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo (ver anexo 3).

Se utilizó una muestra de 23 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

4.3. Definición de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa.	Son los individuos que deciden manejar una micro y pequeña empresa.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son individuos de diversas edades, de género femenino o masculino, cuentan con diferente grado de instrucción, pueden ser dueños o administradores y llevan años desempeñándolo.	Edad	- 18 - 30 años - 31 - 50 años - 51 a más años	Cuantitativo
			Género	- Femenino - Masculino	Nominal
			Grado de instrucción	- Secundaria completa - Secundaria incompleta - Técnico no universitario - Universitario completo	Nominal
			Cargo	- Dueño - Responsable	Nominal
			Tiempo que desempeñan el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal Numérico

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Capacitación	Conjunto de actividades didácticas, orientadas a aumentar conocimientos, habilidades y aptitudes del trabajador que labora en una empresa.	Este término es muy conocido en el mundo empresarial, es una herramienta muy importante en el desarrollo y crecimiento de los colaboradores.	Conocimiento de la capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - Más o menos 	Nominal
			Consideración de la capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - Gasto - Inversión 	Nominal
			Dificultades para capacitar	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje lento. - No tienen tiempo. - No se adapta a los cambios 	Nominal
			Lograr objetivos y metas	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - A veces 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Competitividad	Es la capacidad de competir. En el ámbito de la economía, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus competidores.	Es el resultado de las buenas practicas que se realizan en las empresas, implica utilizar ciertas estrategias o herramientas para lograrlo. Es un logro muy importante en el mundo empresarial.	Entrega de productos	- Sí - No	Nominal
			Herramientas tecnológicas	- Sí - No - A veces	Nominal
			Factores para una buena competencia	- Atención personalizada - Rapidez en la entrega de los productos - Las instalaciones - Ninguna	Nominal
			Razones para no ser competitivos	- No tiene suficiente personal - No se encuentran a la moda - No brindan buena atención - Precios muy altos	Nominal
			Resultados de la competitividad	- Clientes satisfechos - Fidelización de los clientes. - posicionamiento de la empresa - Incremento en las ventas	Nominal

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta que es una técnica que ayudo a establecer un contacto directo con los representantes de las micro y pequeñas empresas.

El instrumento que se utilizo fue el cuestionario estructurado con 14 preguntas las cuales estuvieron distribuidas en tres partes ; las primeras 5 preguntas fueron direccionadas para conocer las características de los representantes, las siguientes 4 preguntas fueron direccionadas a conocer las características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas y las ultimas 5 preguntas fueron direccionadas a las características de la competitividad y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa de damas en la galería gamarra del distrito de Chiclayo, 2017. (ver anexo 4).

4.5. Plan de Análisis

Después de la recolección de información a través de la técnica de la encuesta, se realizó la tabulación de manera ordenada y utilizando la información obtenida, separando las respuestas de acuerdo a cada una de las variables de esta investigación, tanto de capacitación como de competitividad para lo cual se utilizaron los siguientes programas informáticos tales como:

- Microsoft Office Word: este programa fue utilizado para redactar toda la información correspondiente a la investigación, formulando además un antecedente con información de las variables capacitación y competitividad.

- Microsoft Office Excel: a través de este programa se realizó las tablas de presentación de resultados y las figuras estadísticas, como resultados de las encuestas, logrando obtener los porcentajes reales según la información brindada por los empresarios encuestados.
- Microsoft Power Point: en este programa se elaboraron la presentación en diapositivas para la exposición de tesis, siendo este uno de los programas utilizados en el momento de la sustentación de la investigación.
- Turnitin: esta herramienta fue utilizada para medir el porcentaje de similitud de la investigación con otros estudios y así evitar el plagio, demostrando la originalidad del trabajo de investigación.

4.6. Matriz de Consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.</p> <p>Objetivo específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. Describir las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de</p>	<p>Capacitación y Competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017</p>	<p>Se utilizó una población de 23 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. La información se obtuvo a través de las observaciones y visitas al lugar.</p> <p>Se utilizó una muestra de 23 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. La información se obtuvo a través de las observaciones y visitas al lugar.</p>	<p>En la investigación se utilizó el diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo. Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a las variables capacitación y la competitividad; solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.</p> <p>Fue transversal, porque el estudio de investigación caracterización de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2017.</p> <p>Fue descriptiva porque solo se describieron las principales características de la capacitación y competitividad de las micro y pequeñas</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado.</p>

Chiclayo, 2017.
Describir las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la galería central del distrito de Chiclayo, 2017.

4.7.Principios Éticos

Protección a las personas: Se protegió a las personas que colaboraron en esta investigación haciendo preguntas solo de la empresa y la información que ellos nos facilitaron únicamente fue utilizada con fines académicos. No se revela ningún dato la cual ellos no autorizaron.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Se respetó el medio ambiente pues se utilizó solamente la cantidad exacta de papel que se necesitaba imprimiendo únicamente el trabajo final, y se utilizó el correo electrónico, también se apagaron los monitores, CPUs, estabilizadores, luces y ventiladores que no se utilizaron y se desconectaron los equipos eléctricos al apagarlos, también se hizo buen uso de la energía eléctrica, se cuidó en todo tiempo utilizar solo la cantidad necesaria; asimismo se respetó la biodiversidad, proveyendo diferentes alternativas de solución para la problemática en estudio.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que participaron de esta investigación lo hicieron por su propia decisión y se les informó que los datos que nos alcanzaron fueron de manera anónima, ya que no se colocan nombres ni otro dato que permita identificarlos.

Beneficencia y no maleficencia: En este sentido se aseguró el bienestar de los representantes o dueños de las micro y pequeñas empresas, dado que al aplicar el cuestionario se tuvo una buena conducta y respeto, por ende, los resultados del estudio son de gran utilidad para mejorar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en estudio

Justicia: Se utilizó este principio tratando de una manera razonable a todas las personas que ofrecieron información para formulación del proyecto de investigación.

Integridad científica: Se respetó este principio sosteniendo la integridad científica, dando a conocer la problemática en estudio.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa de damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

Datos Generales	N	%
Edad		
18 – 30 años	6	26.09
31- 50 años	13	56.52
51 a más años	4	17.39
Total	23	100.00
Genero		
Femenino	14	60.87
Masculino	9	39.13
Total	23	100.00
Grado de instrucción		
Secundaria completa	8	34.78
Secundaria incompleta	3	13.04
Tecnico no universitario	8	34.78
Universitario completo	4	17.39
Total	23	100.00
Cargo		
Dueño	9	39.13
Responsable	14	60.87
Total	23	100.00
Tiempo que desempeñan el cargo		
0 a 3 años	9	39.13
4 a 6 años	9	39.13
7 a más años	5	21.74
Total	23	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro venta minorista de ropa de damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

Tabla 2

Características de la Capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa de damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

Capacitación	N	%
Conocimiento de la capacitación		
Si	17	73.91
No	2	8.70
Más o menos	4	17.39
Total	23	100.00
Consideración de la capacitación		
Gasto	8	34.78
Inversión	15	65.22
Total	23	100.00
Dificultades para capacitar		
Aprendizaje lento	10	43.48
No tienen tiempo	6	26.09
No se adapta a los cambios	7	30.43
Total	23	100.00
Lograr objetivos y metas		
Si	9	39.13
No	8	34.78
A veces	6	26.09
Total	23	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – rubro venta minorista de ropa de damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

Tabla 3

Características de la Capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa de damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

Competitividad	N	%
Entrega de productos		
Si	13	56.52
No	10	43.48
Total	23	100
Herramientas tecnológicas		
Si	10	43.48
No	7	30.43
A veces	6	26.09
Total	23	100
Factores para una buena competencia		
Atención personalizada	8	34.78
Rapidez en la entrega de los productos	6	26.09
Las instalaciones	5	21.74
Ninguna	4	17.39
Total	23	100
Razones para no ser competitivos		
No tiene suficiente personal	8	34.78
No se encuentran a la moda	6	26.09
No brindan buena atención	4	17.39
Precios muy altos	5	21.74
Total	23	100
Resultados de la competitividad		
Clientes satisfechos	7	30.43
Fidelización de los clientes	7	30.43
Posicionamiento de la empresa	5	21.74
Incremento en las ventas	4	17.39
Total	23	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – rubro venta minorista de ropa de damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa de damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

Edad: El 56.53% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio entre 31 a 50 años (Tabla 1). Estos resultados contrastan con los resultados de Silva (2015) quien encontró que el 45% tienen entre 18-30 años, también se contrastan con los resultados de Saboya (2017) el cual manifiesta que el 58% de los encuestados tiene entre 20 a 35 años. Lo cual demuestra que hoy en día las micro y pequeñas empresas están siendo manejadas por personas adultas las cuales tienen la capacidad de tomar decisiones para el desarrollo de su empresa.

Género: El 60.87% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo femenino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados de Silva (2015) quien manifiesta que el 70% son mujeres, pero contrasta con los resultados de Saboya (2017) quien encontró que el 100% son de género masculino. Esto demuestra que las micro y pequeñas son manejadas por mujeres las cuales pueden ayudar en la toma de decisiones de los clientes que llegan a estos negocios.

Grado de instrucción: El 34.78% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el grado de instrucción de secundaria completa (Tabla 1). Lo cual coincide con los resultados encontrados por Silva (2015) quien manifiesta que el 75% de

los encuestados en su investigación tienen secundaria y se contrastan a los resultados de Saboya (2017) quien encontró que el 67% de los encuestados en su investigación tienen grado de instrucción superior no universitaria. Lo cual demuestra las micro y pequeñas empresas son manejadas por personas que no cuentan con preparación superior, pero hacen todo lo posible para sacar adelante sus emprendimientos a pesar de las limitaciones que puedan tener.

Cargo: El 60.87% tienen el cargo de representantes de sus micro y pequeñas empresas y el 39.13% tienen el cargo de dueños (Tabla 1). Lo cual demuestra que las personas que manejan estas micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa en la Galería Gamarra del distrito de Chiclayo se hacen llamar representantes con la finalidad de poder relacionarse más con sus colaboradores.

Tiempo que desempeñan el cargo: El 39.13% desempeñan el cargo de representantes de las micro y pequeñas empresas en un tiempo de 0 a 3 años, otro 39.13% lo desempeñan entre 4 a 6 años y el 21.74% lo desempeñan hace 7 años a más (Tabla 1). Lo cual demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años desempeñando el cargo.

Tabla 2.

Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa de damas en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

Conocimiento de la capacitación: El 73.91% conocen el término capacitación, el 17.39% tienen más o menos conocimiento del término capacitación y el 8.7% no conoce el término capacitación (Tabla 2). Estos resultados nos demuestran que los emprendedores si conocen el termino capacitación la cual es un conjunto de actividades orientadas a mejorar los conocimientos, habilidades y aptitudes de los colaboradores esto permita mejorar su desempeño adaptándose a los cambios del mercado competitivo.

Consideración de la capacitación: El 65.22% consideran que la capacitación es una inversión. (Tabla 2). Estos resultados coinciden con los resultados de Silva (2015) quien encontró que el 90% considera la capacitación como una inversión. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen claro que la capacitación trae buenos resultados en el crecimiento de su empresa puesto que es un valioso recurso que sirve como una estrategia de gestión empresarial.

Dificultades para capacitar: El 43.48% creen que el aprendizaje lento es una de las dificultades que impiden brindar una capacitación a los colaboradores (Tabla 2). Estos resultados se contrastan con los resultados de Bahamonde (2017) quien menciona que el 60% de los representantes tienen resistencia al cambio. Lo cual demuestra que los

colaboradores no son capacitados ya que su aprendizaje es lento lo cual dificulta un buen desarrollo de un taller de capacitación.

Lograr objetivos y metas: El 39% si cree que la capacitación ayude a que las micro y pequeñas empresas puedan lograr sus objetivos (Tabla 2). Estos resultados coinciden con los resultados de Silva (2015), quien encontró que el 100% de sus encuestados piensan que la capacitación tiene sus ventajas. Lo cual demuestra que los empresarios de hoy en día ya están considerando a la capacitación como un medio que les ayuda a lograr metas, puesto que si tienen personal capacitado les podrán dar mayores responsabilidades y ellos responderán de manera adecuada con la ayuda de sus conocimientos adquiridos en las capacitaciones.

Tabla 3.

Características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017.

Entrega de productos: El 56.52% consideran que los productos que ofrecen son entregados a tiempo a sus clientes (Tabla 3). Estos resultados coinciden con lo encontrado por Gil (2017) quien menciona que el 73% de los encuestados considera que el producto que producen es entregado a tiempo estimado. Esto demuestra que los emprendedores de hoy en día están enfocados en brindar un servicio adecuado a sus clientes para que se sientan satisfaciendo y de eso modo puedan fidelizarlos.

Herramientas tecnológicas: El 43.48% de los emprendedores hacen uso de herramientas tecnológicas en las operaciones que realizan en su negocio (Tabla 3). Estos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Chinguel (2016) el 91% no utiliza estas herramientas como tecnología para realizar una gestión de comercio ya sea de compra o venta con respecto a sus productos. Lo cual demuestra que entre las acciones que las empresas están practicando para mejorar su competitividad está el uso de herramientas de tecnología, lo cual le permite realizar actividades de manera más eficiente.

Factores para una buena competencia: El 34.78% considera que uno de los factores que le ayuda a su empresa a tener una buena competencia es la atención personalizada (Tabla 3). Estos resultados se contrastan a lo que obtuvo Saboya (2017), quien manifiesta que el 100% manifiesta que los encuestados en su investigación respondieron que hacen la entrega del producto a sus clientes en el menor tiempo posible. Lo cual demuestra que los empresarios están tomando en cuenta mejorar el tiempo de atención al cliente como parte de sus actividades competitivas.

Razones para no ser competitivos: El 34.78% mencionan que una de las razones que no ayudan a tener competitividad es que no tiene suficiente personal, el 26.09% menciona que es porque no se encuentra a la moda, el 17.39% manifiesta que es porque no brindan buena atención y el 21.74% porque tienen precios muy altos (Tabla 3). Lo cual demuestra que las microempresas del sector comercio, rubro ropa de la Galería Gamarra del Distrito

de Chiclayo, les falta personal para la adecuada atención a sus clientes y cumplir con las funciones que les permitan llegar a ser competitivas.

Resultados de la competencia: El 30.43% manifiesta que uno de los resultados de tener una buena competencia es tener clientes satisfechos y fidelizados (Tabla 3). Estos resultados coinciden con lo encontrado por Bahamonde (2017) quien menciona que el 97% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionaron que el cliente se siente satisfecho por el cumplimiento de la oferta ofrecida. Lo cual demuestra que las micro y pequeñas empresas en estudio tienen un porcentaje de clientes felices y fidelizados, lo cual desde ya la fidelización o lealtad del cliente con la empresa es hoy en día un factor fundamental para la buena marcha de un negocio.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los encuestados en esta investigación tienen una edad promedio entre 31 a 50 años, son de género femenino, tienen instrucción promedio de secundaria completa y técnico superior, desempeñan el cargo de responsables de las micro y pequeñas empresas en un lapso de tiempo de entre 0 a 6 años.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen conocimiento del término capacitación, consideran que es una inversión, creen que las dificultades que impiden a brindar una capacitación es el aprendizaje lento, y creen que las capacitaciones ayudan a las empresas a lograr objetivos y metas.

La mayoría de las micro empresas hacen la entrega de sus productos en corto tiempo, usan herramientas tecnológicas, creen que una de las razones que no ayudan a tener competitividad es que no tienen suficiente personal, creen que los resultados de una buena competencia es tener clientes satisfechos y la fidelización de los mismos y no creen que los resultados de una buena competencia es el incremento de las ventas.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Programar capacitaciones para sus colaboradores donde se les explique los temas que desean aprender, de manera sencilla, con la finalidad que los que tienen aprendizaje lento puedan aprender también.
- Investigar más acerca de los diferentes tipos de capacitaciones que hoy en día brindan algunas empresas para que ellos puedan adaptarlos en su micro empresa, de esta manera seguir creciendo y desarrollándose en el mundo empresarial.
- Adaptar el uso de más herramientas tecnológicas en sus negocios con la finalidad de brindar una atención óptima al cliente en la entrega de productos en más corto tiempo y de esta manera competir con las otras empresas.
- Contratar suficiente personal y prepararlos para atender a sus clientes y realizar las actividades de la empresa con el fin de llegar a ser empresas competitivas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, B., Gutiérrez, B., & Freire, D. (2017). *Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas*. Los Angeles.
- Araujo, J. (29 de Abril de 2013). Estudio sobre la formación de los trabajadores en Europa. (Cegos, Entrevistador)
- Ari, M. (2017). *Gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del mercado internacional San Jose Base I de la ciudad de Juliaca 2017*. Juliaca.
- Arcos, A. (2014). *“Diseño de un plan de capacitación para las PYME’s en servicio al cliente, para el sector norte de Quito*. Quito.
- Bahamonde, M. (2017). *La Capacitación y Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas Sector Comercio - Rubro Venta de Ropa para Niños - Huánuco, 2017*. Huánuco.
- Beyond knowledge. (29 de Abril de 2013). *Cegos Beyond knowledge*. Recuperado de <https://www.cegos.es/actualidad/estudio-formacion-trabajadores-europa>
- Casilda, R. (04 de Febrero de 2014). *El Pais*. Recuperado de https://elpais.com/economia/2014/02/04/actualidad/1391508351_607373.html
- Chinguel, G. (2016). *Caracterización del Modelo de Gestión y Procesos en Mypes del Rubro de Venta de Ropa del Mercado Modelo en el Distrito de Chiclayo., 2016*. Chiclayo.
- Cota, J. (2016). *La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados*. México.
- Fernandez, L. (2017). *Caracterización de la recaudación tributaria y beneficios de servicio nacional de capacitación para la industria de la construcción – sencico: caso región Lambayeque*.

- Flores, R., Gonzales, C., & Rosas, D. (2014). *CINCO HECHOS sobre laa capacitacion en firma en America Latina y el Caribe*. America Latina.
- Gestión. (27 de Junio de 2017). *Gestión Perú*. Recuperado de Día Internacional de las Mipymes: 4 características de los emprendedores peruanos: <https://gestion.pe/peru/dia-internacional-mipymes-4-caracteristicas-emprendedores-peruanos-271584-noticia/>
- Gil, J. (2017). *Caracterización de la capacitación y competitividad en las mypes sector producción de hilos parque industrial del distrito de Chiclayo-Lambayeque, 2018*. Chiclayo.
- Gonzales, L., Demuner, M., & Ibarra, M. (2016). *Competitividad empresarial de las pequeñas*.
- Gonzales, M., Jimenez, M., Mendoza, F., & Villegas, E. (2015). *Problema de competitividad: La capacitación*. Mexico.
- Gray, D. (30 de Marzo de 2017). *World Economic Forum*. Recuperado de <https://es.weforum.org/agenda/2017/03/en-america-latina-las-empresas-buscan-trabajadores-mejor-cualificados/>
- Jamaica, F. (2015). *Los Beneficos de la Capacitacion y el Desarrollo del Personal de las Pequeñas Empresas*. Bogotá.
- Jamaica, M. (2015). *Los beneficios de la capacitacion y el desarrollo del personal de las pequeñas empresas*. Bogotá.
- Pantigoso, P. (17 de Junio de 2015). *EY Buiding a better working world*. Recuperado de <https://perspectivasperu.ey.com/2015/06/17/las-pymes-en-el-peru-impulsando-el-crecimiento-economico/>

- Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva reformada*. Colombia.
- Riquelme, M. (2014). *Ventaja Competitiva*. Mexico. Recuperado de <https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>
- Riquelme, M. (23 de julio de 2016). *Web Empresas*. Recuperado de ¿Que Es La Competitividad Según Michael Porter?: <https://www.webyempresas.com/la-competitividad-segun-michael-porter/>
- Saboya, R. (2017). *Caracterización de la capacitación y la competitividad de las mypes, en el rubro venta de ropa de menores, en el sector comercio, en la ciudad de Tingo María, año 2017*. Tingo María.
- Sevilla, A. (2017). *competitividad conceptos*.
- Silva, F. (2015). *Caracterización de la Capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - Rubro Venta de Ropa para Damas del Distrito de Chimbote, año 2014*. Chimbote.
- Tercero, A. (2016). *Gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de salud humana a- Topicos en la ciudad de Tarapoto - 2016*. Tarapoto.
- Torres, E., & Rubio, E. (2016). *ETEL 604 Diseño Institucional Aplicado al mundo Laboral Taller #3: Ensayo - Tipos de Capacitación y Oportunidad de Mejoramiento*. Turabo.
- Universidad Católica San Pablo. (2017). *regimen especial de trabajadores de las micro y pequeñas empresas*. San Pablo. Recuperado de <http://ucsp.edu.pe/>
- Urcia, K. (2016). *Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las mypes del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, 2016*.

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	AÑO 2017				AÑO 2018				AÑO 2019							
		Semestre II				Semestre I				Semestre II							
		Mes				Mes				Mes							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto.	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación.		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación.			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación.				X												
5	Mejora del Marco Teórico y Metodológico.					X	X	X	X								
6	Elaboración y Validación del instrumento de recolección de datos.									X							
7	Elaboración del Consentimiento Informado.									X							
8	Recolección de datos.										X						
9	Presentación de Resultados.											X					
10	Análisis e Interpretación de los resultados.											X					
11	Redacción de Informe Preliminar.												X				
12	Revisión del Informe Final de la Tesis por el Jurado de Investigación.													X			
13	Aprobación del informe final de la Tesis por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación.															X	
15	Redacción de Artículo Científico.																X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto de Desembolso (Estudiantes)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros			
* Impresiones	20	1	20
* Fotocopias	10	1	10
* Empastado	12	1	12
* Papel bond A-4 (500 hojas)	10	1	10
* Lapiceros	2.5	1	2.5
Servicios			
* Uso de Turnitin	50	1	50
Sub total			104.5
Gastos de Viaje			
* Pasajes para recolectar información	5	1	20
Sub total			20
Total de presupuesto desembolsable			124.5
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría			
Servicios			
* Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120
* Búsqueda de información	35	2	70
* Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160
* Publicación de artículo en repositorio institucional.	50	1	50
Sub total			400
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252
Sub total			252
Total presupuesto no desembolsable			652
Total (S/.)			776.5

Anexo 3: Cuadro de sondeo de las micro y pequeñas empresas.

N°	Nombre del Dueño	Nombre de la Galeria	N° del Stand
1	Lizeth Chapoñan Macalopu	Galerias Modelo	Stand 43
2	Anónimo	Novedades Moda	Stand 48
3	Anónimo	Moda Fashion	Stand 49
4	Anónimo	Sin Nombre	Stand 47
5	Luz Marina Cubas Landazuri	Your Closet	Stand 38
6	Anónimo	Sin Nombre	Stand 17
7	Yeraldi Elizabeth Piscoya Bocanegra	Sayuri	Stand 33
8	Anónimo	Sin Nombre	Stand 27
9	Anónimo	Centro Moda	Stand 28
10	Anónimo	Sin Nombre	Stand 22
11	Raquel Paredes Jaime	Novedades Reyna	Stand 20
12	Anónimo	Sin Nombre	Stand 16
13	Anónimo	Sin Nombre	Stand 05
14	Anónimo	Sin Nombre	Stand 06
15	Anónimo	Novedades Castañeda	Stand 07
16	Anónimo	Sin Nombre	Stand 12
17	Anónimo	Sin Nombre	Stand 13
18	Anónimo	Moda Drim	Stand 08
19	Anónimo	Ferisa Moda	Stand 09
20	Anónimo	Sin Nombre	Stand 22
21	Anónimo	Sin Nombre	Stand 24
22	Anónimo	Sin Nombre	Stand 15
23	Anónimo	Sin Nombre	Stand 4

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tubo por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Caracterización de la Capacitación y Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Venta Minorista de Ropa en la Galería Gamarra del Distrito de Chiclayo, 2017. Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas

I. GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31- 50 años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de Instrucción

- a) Secundaria completa
- b) Secundaria incompleta

- c) Técnico no universitario
- d) Universitario completo

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Responsable

5. Tiempo que desempeña el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

II. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACIÓN

2.1. Capacitación

6. ¿Conoce el término capacitación?

- a) Si
- b) No
- c) Más o menos

7. ¿Cómo considera la capacitación?

- a) Gasto
- b) Inversión

8. ¿Cuáles son las dificultades que impiden brindar una capacitación?

- a) Aprendizaje lento
- b) No tienen tiempo
- c) No se adapta a los cambios

9. ¿Cree usted que las capacitaciones ayudan a las empresas a lograr objetivos y metas?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

III. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

3.1. Competitividad

10. ¿Considera usted que realiza la entrega de los productos a sus clientes a tiempo?

- a) Si
- b) No

11. ¿Hace uso de herramientas tecnológicas para la buena gestión de su Mype?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

12. ¿Cuál cree usted que es un factor que ayuda a tener buena competencia?

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos
- c) Las instalaciones
- d) Ninguna

13. ¿Cuál considera usted como una de las razones que no ayudan a tener competitividad?

- a) No tiene suficiente personal
- b) No se encuentran a la moda
- c) No brindan buena atención
- d) Precios muy altos

14. ¿Cuál considera usted que es un resultado de una buena competencia?

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas

Anexo 5.

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra Del Distrito de Chiclayo, 2017

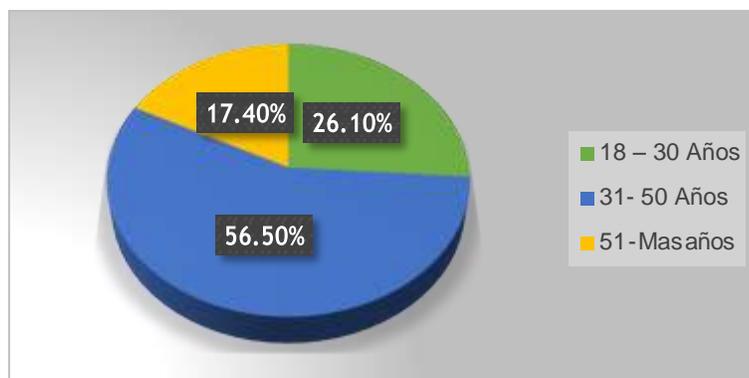


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

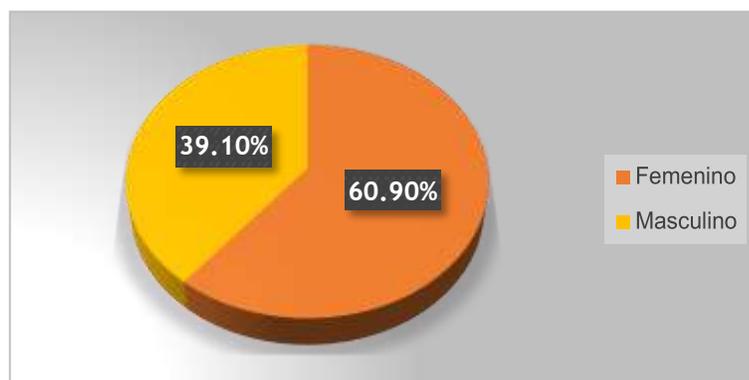


Figura 2. Género

Fuente. Tabla 1

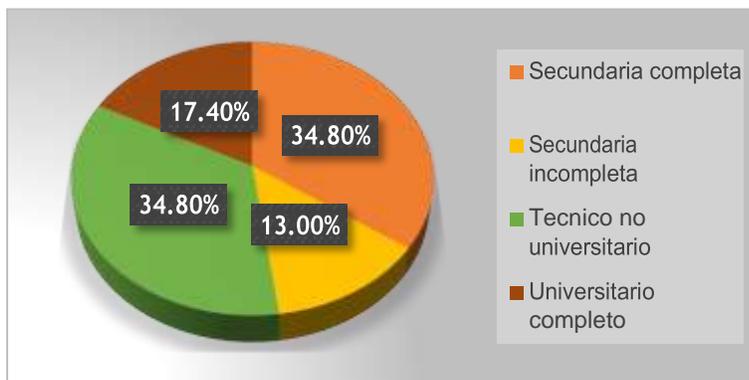


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

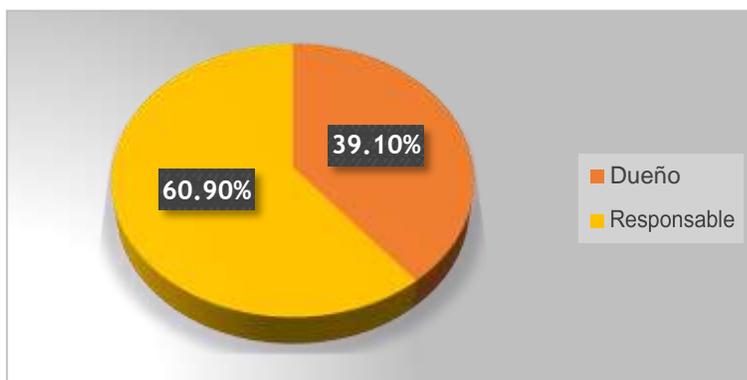


Figura 4. Cargo

Fuente. Tabla 1

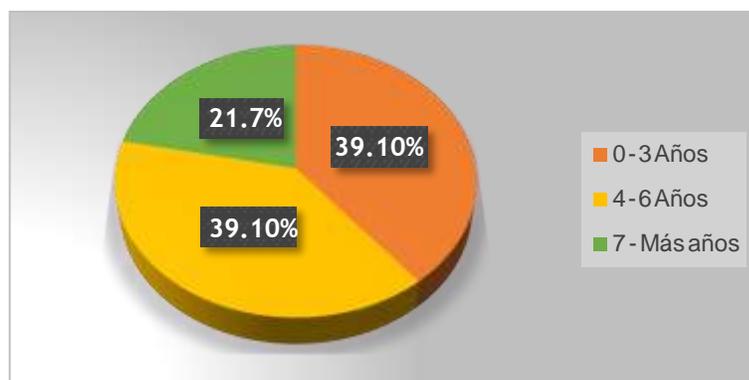


Figura 5. Tiempo que desempeñan el cargo

Fuente. Tabla 1

Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra Del Distrito de Chiclayo, 2017

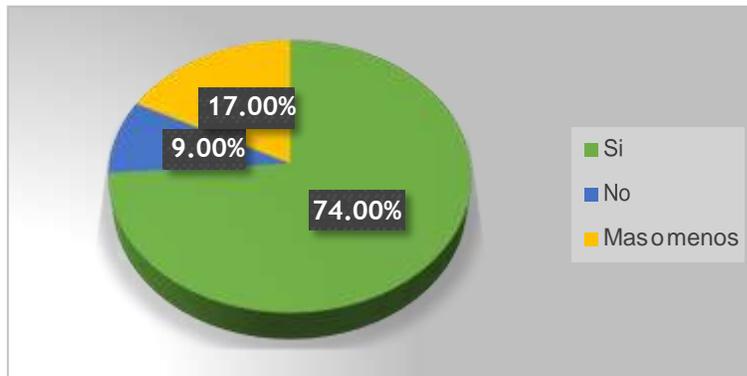


Figura 6. Conocimiento de la Capacitación

Fuente. Tabla 2

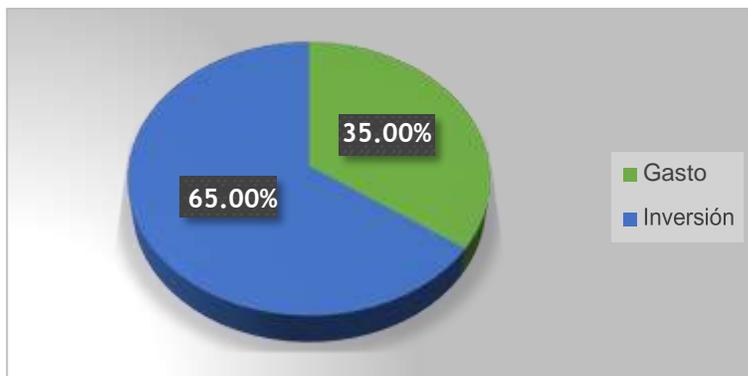


Figura 7. Consideración de la capacitación

Fuente. Tabla 2

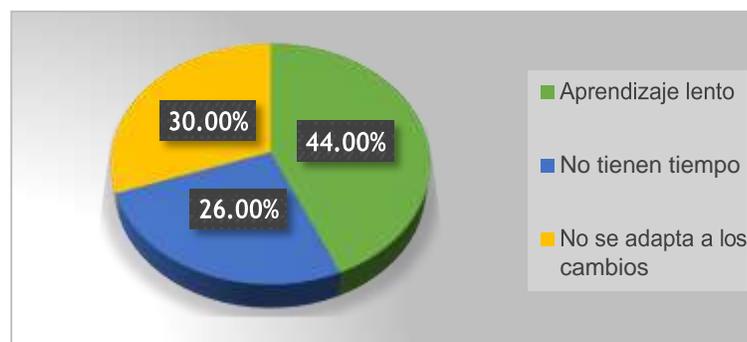


Figura 8. Dificultades para capacitar

Fuente. Tabla 2

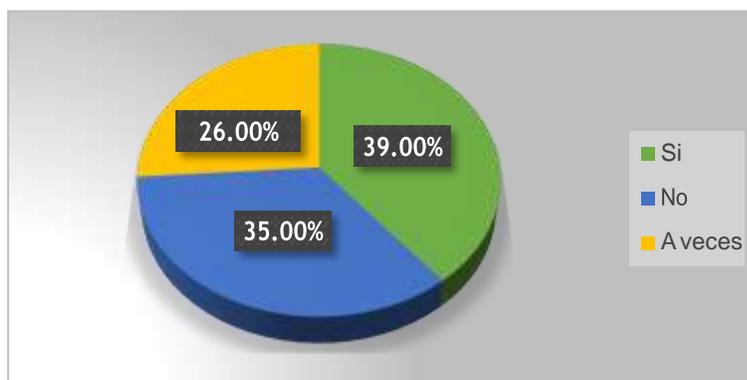


Figura 9. Lograr objetivos y metas
Fuente. Tabla 2

Características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – rubro venta minorista de ropa en la Galería Gamarra Del Distrito de Chiclayo, 2017

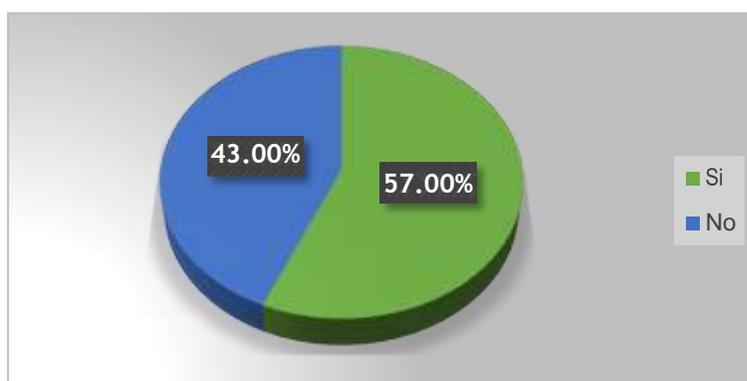


Figura 10. Entrega de Productos
Fuente. Tabla 3

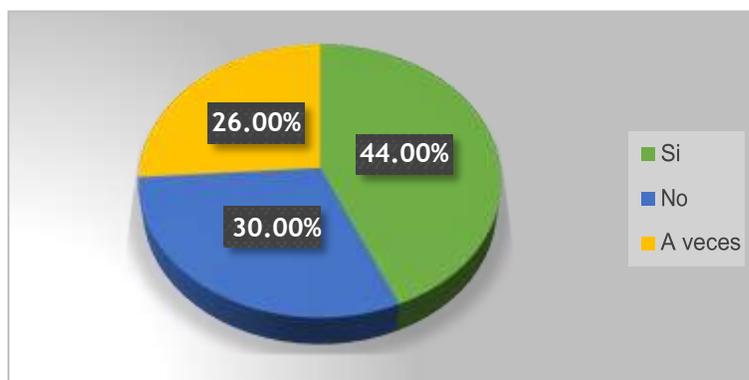


Figura 11. Herramientas tecnológicas
Fuente. Tabla 3

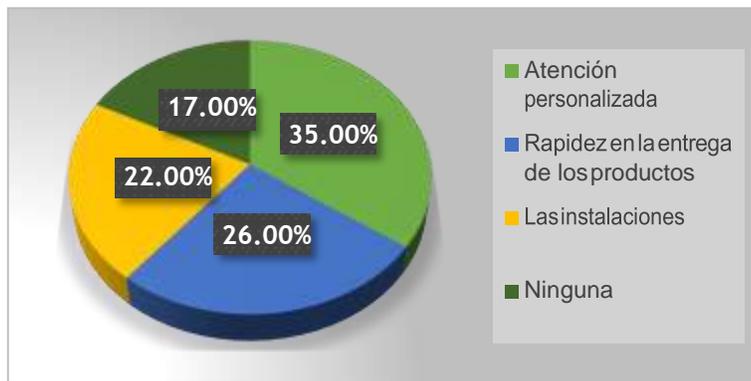


Figura 12. Factores para una buena competencia

Fuente. Tabla 3

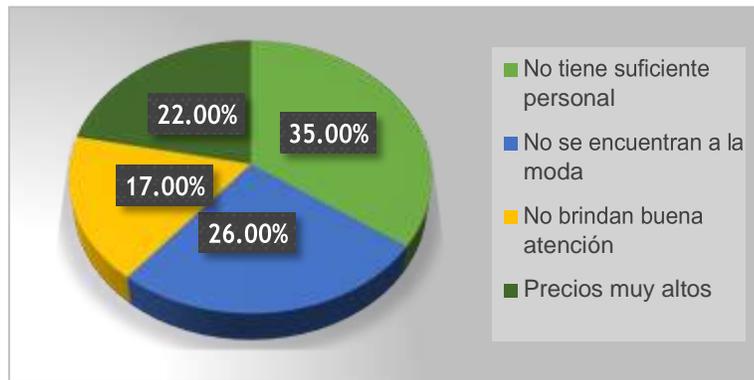


Figura 13. Razones para no ser competitivos

Fuente. Tabla 3

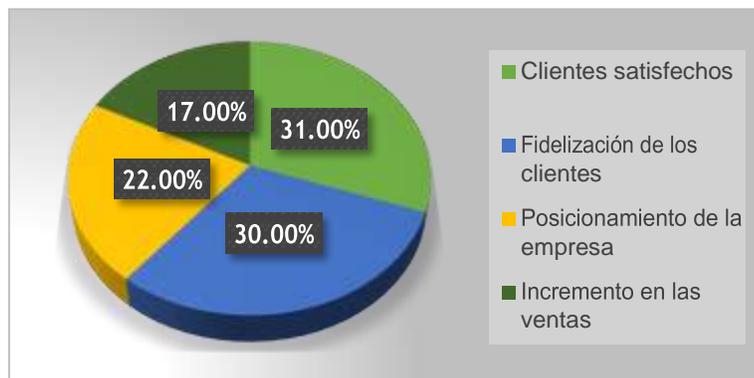


Figura 14. Resultados de la competencia

Fuente. Tabla 3