



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO DE
AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA -
PIURA, AÑO 2016**

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

AUTORA:

ELIZABETH OLINDA ALBURQUEQUE ORDINOLA

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2017**

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgr. Víctor Helio Patiño Niño

Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes R. Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

A todas aquellas personas que me brindaron su colaboración, conocimientos, experiencias, enseñanzas y me ayudaron de manera incondicional en esta investigación

A los empresarios MYPE que procesan y distribuyen agua de mesa en el distrito de Castilla.

DEDICATORIA

A Dios por ayudarme en el trabajo, por darme la
oportunidad de cumplir con este sueño trazado

A mi familia por brindarme su apoyo en todos los
momentos de mi vida.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales del rubro de agua de mesa en el distrito de Castilla - Piura, año 2016; las variables seleccionadas para la investigación son la capacitación y la competitividad; la metodología de la investigación es de nivel descriptivo, con un diseño no experimental, transversal. La unidad de la investigación son 10 MYPE del rubro agua de mesa en el distrito de Castilla – Piura; así por la variable capacitación la muestra está constituida por 40 trabajadores y por la variable competitividad está representada por los clientes de las MYPE, la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se estableció la existencia de necesidad de capacitarse por parte de la totalidad de los trabajadores; se identificó que los medios de capacitación utilizados, son los medios audiovisuales y se evidencia que no existe retroalimentación; se indica que las ventajas competitivas se basa además de los clientes frecuentes y en el reconocimiento de su marca, asimismo contar con recursos tecnológicos para los procesos de embotellamiento y producción de un agua de calidad y finalmente se estableció que dentro de las estrategias competitivas se consideran la capacidad de respuesta y la relación precio – calidad.

Palabras clave: Capacitación, Competitividad, MYPE.

ABSTRACT

The present research work had as general objective to determine the characteristics of the training and competitiveness of the commercial MYPE of the table water sector in the district of Castilla - Piura, year 2016; the variables selected for research are training and competitiveness; the methodology of the research is level is descriptive, with a non-experimental, cross-sectional design. The research unit is 10 MYPE of the Water table in the district of Castilla - Piura; so the training variable is made up of 40 workers and the competitiveness variable is represented by the representatives of the MYPE and the clients, the technique of data collection is the survey, and the instrument is the questionnaire. Among the main conclusions was established the existence of a need for training by all workers; It was identified that the means of training used are the audiovisual media and it is evident that there is no feedback, It is indicated that the competitive advantages are based in addition to the frequent customers and in the recognition of its brand, also count on technological resources for the processes of bottling and production of a quality water and finally it was established that within the competitive strategies are considered the responsiveness and the price - quality relation.

Keywords: Training, Competitiveness, MYPE.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
2.1 Antecedentes	9
2.2 Bases Teóricas.....	24
2.2.1 Teoría de la Capacitación	24
2.2.1.1 Definición	24
2.2.1.2 Necesidades de Capacitación	24
2.2.1.3 Medios de Capacitación	27
2.2.1.4 Retroalimentación.....	27
2.2.2 Teoría de la Competitividad	28
2.2.2.1 Ventajas competitivas.....	29
2.2.2.2 Estrategias Competitivas	30
2.3 Hipótesis.....	31
III. <i>METODOLOGÍA</i>	32
3.1 Diseño de la investigación	32
3.2 Población y Muestra.....	33
3.4. Técnicas e instrumentos	39
3.4.1 Técnicas	39
3.4.2 Instrumentos	39
3.5 Plan de análisis.....	39
3.6 Matriz de Consistencia:.....	41
3.7 Principios éticos.	42
IV RESULTADOS	43
4.1 Resultados	43

4.2 Análisis de los resultados	48
V. CONCLUSIONES	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
ANEXOS	62

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Necesidad de capacitación</i>	43
<i>Tabla 2 Nivel de desempeño</i>	43
<i>Tabla 3 Requerimiento Frecuente de Capacitación</i>	43
<i>Tabla 4 Medios de capacitación</i>	44
<i>Tabla 5 Retroalimentación.....</i>	44
<i>Tabla 6 Cliente frecuente</i>	44
<i>Tabla 7 Conocimiento rubro que desempeña</i>	45
<i>Tabla 8 Reconocimiento de la marca.....</i>	45
<i>Tabla 9 Uso de recursos</i>	45
<i>Tabla 10 Recursos tecnológicos.....</i>	46
<i>Tabla 11 Calidad de servicio</i>	46
<i>Tabla 12 Precio del producto</i>	46
<i>Tabla 13 Respuesta de atención de la MYPE</i>	47

I. INTRODUCCIÓN

En la economía moderna los estudios e investigaciones relacionadas a las MYPE debido a su vital importancia; reflejado en la fuerte incidencia que estas tienen en proveer de fuentes de trabajo que conforman una base fundamental del tejido social. (Cohen & Baralla, 2012).

Las definiciones que se otorgan a las MYPE son variadas y a nivel Latinoamérica se consideran como un instrumento de cohesión y estabilidad social al brindar oportunidades de empleo a colectivos, semi o escasamente cualificados. En lo referente a la composición sectorial, el 49% de las MYPE se desempeñan en el sector comercial, el 38% en el sector servicios y sólo el 13% en manufactura (Saavedra & Hernández , 2008)

A nivel latinoamericano el peso de las pymes en el número de empresas es bastante variable según el país y esto depende esencialmente del peso de las microempresas formales. En El Salvador, Colombia, México y Perú los datos oficiales registran una cantidad muy elevada de microempresas formales y esto explica la baja participación de las pymes en el total de las firmas. Por el contrario, en el Ecuador el porcentaje de microempresas formales registradas es más reducido y, como consecuencia, el peso de las pymes es mayor. En relación con el empleo se puede observar que en algunos países (Argentina, Brasil y Uruguay) el porcentaje de la ocupación que se puede relacionar directamente con las pymes supera el 40%, mientras que en los otros casos los valores se ubican entre el 20% y el 30%. Un caso distinto es el del Perú, en el cual la importancia de las microempresas formales en el empleo es

muy elevada y, como consecuencia de ello, el peso de las pymes en la ocupación es inferior al 12%. (Ferraro & Stumpo, 2010).

Perú viene experimentado desde hace algunos años cambios importantes, como en el caso de las políticas macroeconómicas se han mostrado consistentes en el escenario internacional. La política monetaria ha tenido una meta de inflación de entre el 1% y el 3% que, salvo en algunos años específicos, se ha cumplido. En la política fiscal, la regla básica es que el déficit del sector público no financiero sea menor del 1%, algo que, en general, también se ha cumplido. Entre 2000 y 2011, este déficit alcanzó un promedio del -0,28%. Este escenario favorable, tanto externo como interno, hizo posible que el PIB crezca rápidamente, que la inflación sea de las más bajas de la región, que las cuentas fiscales mejoren y que la deuda pública registre una notoria reducción. Esto significa que, desde el punto de vista de los agregados económicos, el país ha tenido un buen desempeño. (Infante & Chacaltana , 2014)

El último censo de Empresas en Perú determinó que existen un total de 3'220,000 empresas que tienen más de 2 trabajadores, de este total el 98% son MYPE y 1.5% son PYME; entre los dos tipos de unidades económicas hacen el 99.5% en todas las unidades económicas del país. (Villarán, 2010).

CODEMYPE (2005), precisa que dentro de la problemática MYPE, se evidencia que ésta radica en su administración, dado que en la mayoría de los casos se trata de empresas familiares que carecen de formalidad tanto en la organización como en el planeamiento y no poseen manuales de procedimiento ni políticas preestablecidas para la toma de decisiones. Es por ello que el manejo financiero de la compañía muchas veces se vuelve determinante en la vida de las MYPE.

El empresario peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero el acceso a capacitación en el segmento PYME es muy bajo, entre el 15% y 20%. Esto genera una gran brecha porque, actualmente, por lo que el mundo paga más es por productos con un factor de innovación y el peruano promedio de la micro y pequeña empresa no ha llegado a conceptualizar cómo calzar esos elementos dentro de su modelo de negocio, señala Luis Terrones, Gerente de Desarrollo de COFIDE. (Gestión, 2014).

Tolentino & Vera (2007) indican que dentro del análisis macroeconómico, el Perú se encuentra en un período en el que se observa un aumento en la inversión, el cual se sustenta principalmente en las buenas oportunidades de negocios que presenta la economía como consecuencia de la estabilidad macroeconómica y el contexto externo favorable. Asimismo, precisan que el factor político también tiene un efecto importante en el nivel de oportunidades y amenazas en el ambiente. En Perú se vive una etapa de estabilidad política y se fomenta la exportación con el fin de generar divisas y nuevos puestos de trabajo.

La SUNAT precisa que la recaudación representa un incremento de 7.1% en términos reales, de acuerdo con la Superintendencia de Banca y Seguros (2014). En cuanto al primer cuatrimestre del año, los ingresos se incrementaron en 7.7% con relación a similar periodo del 2013, por encima del crecimiento de la economía. La recaudación del IGV total aumentó en 6.9% (a S/. 4,207 millones), impulsado por el IGV Importaciones que creció 11.6% (a S/. 1,875 millones) y el IGV Interno que lo hizo en 3.5% (S/. 2,332 millones), todo en relación al mismo mes de año anterior (GESTION, 2014).

Se espera que con la Ley 30056 (Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial) el panorama para las pequeñas y microempresas sea distinto este año. “La ley ataca varios de los problemas de las MYPE, como la informalidad, la falta de capital humano capacitado, los altos costos para innovar”, dice el viceministro de Industria y MYPE, Francisco Grippa. (Comercio, 2014).

En el ambiente del microentorno, (Porter, 2009) señala las cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector. En primer lugar tenemos la Amenaza de Entrada: los nuevos aspirantes a entrar en una industria aportan una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado que ejerce presión en los precios, los costes y el índice de inversión necesario para competir, así pues, la amenaza de entrada marca un límite al potencial de beneficios de una industria. Cuando la amenaza es real, los miembros deben reducir los precios o incrementar la inversión para detener a los nuevos competidores. En segundo lugar menciona la Influencia de los Proveedores: los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismo al cobrar un precio elevado, limitar la calidad o los servicios o al traspasa sus costes a los participantes de la industria. Los proveedores poderosos, incluidos los que proporcionan mano de obra, puede sacar la máxima rentabilidad de un industria que no pueda traspasar un incremento del coste al precio final.

La tercera fuerza es la Influencia de los Compradores: los clientes influyentes – la otra cara de los proveedores influyentes – pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones (lo cual hace subir los costes) y enfrentando en general a los distintos participantes en una industria. Todo ello a costa de la rentabilidad de una industria. Los compradores son poderosos si cuentan con influencia negociadora sobre los participantes en una industria, especialmente si son

sensibles a los precios, porque emplean ese peso para ejercer presión a la reducción de precios. La siguiente fuerza es la Amenaza de los Sustitutos: un sustituto realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera. Cuando la amenaza de sustitutivos es elevada, la rentabilidad de la industria se resiente por ello. Los productos o servicios sustitutivos limitan el potencial de rendimiento de una industria al colocar un techo en los precios. (Porter, 2009)

Y la quinta fuerza: Rivalidad entre Competidores Existentes: adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio. Una rivalidad elevada limita el rendimiento de una industria. El grado por el cual la rivalidad hace descender el potencial de beneficio de una industria depende, en primer lugar, de la intensidad con la que las empresas compiten y, segundo, de la base sobre la que están compitiendo. (Porter, 2009)

El sustituto natural del agua embotellada es el agua del grifo, sin embargo, esta no ha sido la generalidad para todas las zonas del país, pues los consumidores asocian el agua de mesa con calidad, salud y bienestar, algo que no se lo puede generalizar para el líquido que sale del grifo en sus casas; y esto es precisamente lo que ha permitido el crecimiento del negocio del agua embotellada. (Gutierrez & Calle H, 2010).

La ciudad de Piura al estar ubicada norte del Perú y se caracteriza por su clima caluroso casi en todo el año consume grandes cantidades de agua en sus diferentes presentaciones propuestas por los ofertantes (por mencionar: Gasificada, refresco, agua de mesa, agua mineral, etc.), además Piura y especialmente Castilla no cuenta con suficiente agua dulce, siendo esta más bien en su mayoría salobre, la cual hay que procesar para que pueda ser consumida directamente. Esta característica climatológica

significa una gran oportunidad para esta MYPE. Debido a estas razones el crecimiento de empresas procesadoras de agua de mesa y distribuidoras; ya que vieron la existencia de una demanda insatisfecha hace algunos años; en Piura existen aproximadamente 25 MYPE; y en el distrito de Castilla son un total de 10 MYPE, debidamente registradas mediante razón social y número de Registro Único de Contribuyente – RUC, información obtenida del Programa MI Empresa del Ministerio de la Producción.

Este número de MYPE revela que el negocio de comercialización de agua de mesa en la ciudad es rentable; pero también indica que existe una rivalidad alta entre ellas mismas por lo cual las MYPE deben preocuparse por temas como: Gestión empresarial, calidad y diseños de productos, productividad de procesos, condiciones y calidad del trabajo, competencias de los recursos humanos y capacidad de inserción de la empresa en los mercados.

En las MYPE del distrito de Castilla dedicadas a la producción y embotellamiento de agua de mesa, en algunos casos los dueños han sido distribuidores de otras MYPE, es decir, compraban el agua en bidones y los vendían, dado que era un negocio rentable realizaron préstamos, invirtiendo en un sistema completo para el proceso de esterilización y filtración de agua potable y aprovechando un espacio de sus casas instalaron dicho equipo para dar inicio a su propio negocio.

La fuente de abastecimiento de agua potable para éstas MYPE son las redes que pasan frente a sus casas, la cual llega clorada y se almacena en un tanque de plástico de 1000 litros que está conectado a una bomba de acero, pasando al proceso de filtración, en donde el primer filtro que está formado por grava, cuarzo y arena, filtra sustancias sólidas, el segundo filtro que contienen carbono activado, elimina olores, colores y sabores como el cloro y otros contaminantes químicos y el tercero es el filtro pulidor,

que retiene partículas muy pequeñas, luego ésta se ozonifica a través de una lámpara ultravioleta que elimina las bacterias, gérmenes, virus, algas y esporas, pasando al tanque de almacenamiento de agua tratada y ozonizada, llenándose los bidones que están debidamente desinfectados y finalmente son tapados y etiquetados.

Éstas MYPE cuentan entre 3 a 6 trabajadores, que en algunos casos son familiares, cuyos medios de capacitación utilizados son los medios audiovisuales y no les brindan retroalimentación para transmitirles información necesaria para un adecuado desempeño. Entre sus ventajas competitivas están los clientes frecuentes, que son reconocidas en el mercado según su marca y cuentan recursos tecnológicos para los procesos de embotellamiento y producción de un agua de calidad.

La investigación abarca los temas de competencias de los recursos humanos, mediante la variable capacitación del personal y la variable competitividad inmersa en temas de calidad, productividad y gestión; de tal manera que se determinen sus necesidades de capacitación y las estrategias adecuadas para hacer frente al entorno tan competitivo.

Por lo antes caracterizado, el enunciado del problema es: ¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016?

Siendo el objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016. Y como objetivos específicos: (a) determinar que necesidades de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016; (b) identificar que medios de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla – Piura, año 2016; (c) indicar que ventajas competitivas tienen las

MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016; (d) determinar que estrategias competitivas usan las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.

Esta investigación se justifica de manera práctica ya que presenta como finalidad determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016. Además, porque permite cumplir con un requisito que la Universidad los Ángeles de Chimbote ha establecido para la obtención del título profesional. Siendo esta investigación un precedente para otras investigaciones.

De manera teórica, se justifica ya que las MYPE han ido cobrando mayor importancia cada año; en el año 2012 aportaron el 42% al PBI nacional, y albergaron al 60% de la población económicamente activa del país, generando fuentes de trabajos formales e informales, y, además, son el principal motor de la actividad comercial en la región Piura. (Silupu, 2012).

Metodológicamente se justifica ya que la investigación aplica la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y diseñó un cuestionario para el recojo de información y se validó por expertos.

De manera institucional, se justifica ya que la investigación beneficiará a las MYPE, puesto que permitirá conocer las características de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro de agua de mesa del distrito de Castilla. Las cuales se podrán conocer, mejorar y estar en mejoramiento continuo para el éxito institucional.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Capacitación

Como antecedentes se considera a (Sosa, 2014), realizó una tesis "*Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del Instituto Tecnológico del Nororiente (ITECNOR), ubicado en los llanos de La Fragua, Zacapa*", presentada en la Universidad Rafael Landívar – Guatemala. La investigación fue de tipo Mixto cuantitativo – cualitativo, la población estuvo conformada por 12 sujetos de investigación, utilizó como instrumento para recopilar los datos cualitativos con un Grupo Focal (GF), y cuantitativos un Diagnóstico de Necesidades de capacitación (DNC), permitiéndole obtener resultados en habilidades, conocimientos y actitudes, así como determinar necesidades, debilidades y fortalezas de los docentes, concluyendo que los datos lograron determinar los elementos que debe contener el programa de capacitación para el personal docente, los cuales se obtuvieron en los resultados de la investigación. Según las necesidades se hace evidente reforzar la actitud en los docentes debido a que no se brinda un servicio de calidad y no se trabaja en equipo. También se hace indiscutible que se debe actualizar las estrategias de enseñanza y crear un mismo plan de trabajo debido a que no existen lineamientos para llevar un mismo formato por parte de dirección académica. Las estrategias se aplican en la docencia, pero no han sido capacitados en las nuevas técnicas y métodos de enseñanza, por lo que se necesita reforzar los conocimientos en estrategias modernos que se aplican en la actualidad en el proceso enseñanza y aprendizaje, ya que si no se capacita se obtendrá el resultado de deficiencias en la calidad en el área de didáctica y pedagogía.

Mérida (2013), quien presentó su tesis: “Diagnóstico de necesidades de capacitación del personal de la Dirección de Área de Salud de la Cabecera Departamental de Huehuetenango”, en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala, cuya investigación es de tipo descriptiva, la población fue de 119 colaboradores y no se aplicó ningún método de selección de muestra debido a que se trabajó con la totalidad de colaboradores a través de la técnica del censo, que según del Cid, Méndez y Sandoval (2011), es el procedimiento de investigación propuesto para estudiar la totalidad de los elementos de una población-universo, utilizó como instrumentos la entrevista con 45 preguntas abiertas y cerradas dirigida a los jefes de departamentos y el cuestionario con preguntas cerradas, de opción múltiple y preguntas con respuesta categorizada o de escala, dirigida al personal operativo y administrativo. Siendo sus principales conclusiones: que los resultados del diagnóstico de necesidades de capacitación aplicado al personal de la Dirección en estudio, le permitieron identificar 6 áreas de interés institucional: sistematización, relaciones Interpersonales, computación, clima organizacional, redacción y archivo y calidad del servicio. La mayoría de colaboradores administrativos necesitan de mayor inversión de tiempo en formación y capacitación sobre los aspectos técnicos del puesto que desempeñan, debido a la falta de conocimiento / experiencia al momento de ingresar a la entidad. También el estudio revela que un número significativo de colaboradores operativos y administrativos, no han recibido instrucciones sobre la ejecución de tareas que tienen a su cargo y cuando existieron, fueron de manera verbal, además la mayoría de encuestados operativos comentan la inexistencia de un manual de funciones, dificultando la ejecución de tareas ya que no se cuenta con especificaciones claras sobre las tareas que deben realizar.

Moreira (2013) realizó la investigación titulada: *“Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para mejorar la calidad de servicio. Propuesta de un módulo práctico”*, presentada en la Universidad de Guayaquil. La investigación es de tipo descriptiva, la población está constituida por los directivos, personal administrativo, docentes y estudiantes Universidad Cristiana Latinoamericana extensión Guayaquil en total 1 directivos, 10 personal, 20 docentes y 100 estudiantes, empleó la técnica de la encuesta. Concluye que el 95 % de la población encuestada de Universidad Cristiana Latinoamericana están de acuerdo que la formación incide en la calidad de servicio. La comunidad universitaria está de acuerdo que se efectúen evaluaciones cada semestre al personal de atención al cliente para medir la calidad de servicio que ofrece al usuario. El 91% del personal administrativo manifiestan que al recibir un módulo práctico de capacitación en atención al cliente sería un factor importante para mejorar la calidad de servicio. Docentes y estudiantes con el 93% considera que el personal administrativo de la UCL no ha sido debidamente capacitado, ni ha recibido el entrenamiento adecuado y de manera oportuna, manifiesta que no responde a los requerimientos de los usuarios oportunamente. La comunidad universitaria con un 97% está de acuerdo que reciban talleres de capacitación para mejorar el servicio de atención al cliente.

Aguilar (2015) en su tesis *“Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro boticas de Trujillo, 2013”*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Trujillo, la investigación fue de diseño no experimental, transversal y descriptiva, para llevarla a cabo, se escogió en forma dirigida una muestra de 37 MYPE, de una población de 370, a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas cerradas,

utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo como resultado con respecto a la capacitación que el 67.6% manifestaron que su personal si recibió capacitación y el 78.4% declararon que sí consideran que la capacitación es una inversión. Siendo sus principales conclusiones: Poco más de 2/3 (75.7%) de los representantes legales o dueños de las MYPE encuestadas tienen instrucción superior no universitaria completa, asimismo concluyó que alrededor de 2/3 (67.6%) de las MYPE encuestadas dijo que sus trabajadores si recibieron algún curso de capacitación y que mucho más de 2/3 (78.4 %) de las MYPE encuestadas consideran que la capacitación es una inversión para su empresa.

Burgos (2014), en su investigación titulada *“La política de capacitación como un mecanismo para la mejora de su competitividad: análisis del sector maderero en el distrito de Villa el Salvador-Lima Metropolitana”*, presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, empleó el diseño metodológico de la encuesta centrándose en las MYPE formales del sector madera, que se encuentran representadas en el distrito de Villa El Salvador, y que están inscritas en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa – REMYPE. La población objetivo son los negocios de la actividad económica: Fabricación de muebles (CIU 36104), Fabricación de otros productos de madera (CIU 20293) y Fabricación de partes y piezas de carpintería (CIU 20224) localizados principalmente en el Parque Industrial de Villa El Salvador. El marco base para la selección de la muestra es la información correspondiente a 179 establecimientos en la actividad económica: Fabricación de muebles, de otros productos de madera y de partes y piezas de carpintería inscritos en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa – REMYPE. Dentro de las principales conclusiones se consideran: Que una política de capacitación debe ir acompañada de otros servicios

complementarios que afecten la oferta, tales como: el acceso a financiamiento, encadenamiento con medianas o grandes empresas, mejoramiento de la calidad de los productos (innovación) y articulación al mercado (juntarse con otros mediante la asociación) principalmente. Es decir, la política de capacitación debería inscribirse en un enfoque que comprende una perspectiva equilibrada e integrada del desarrollo, considerando tres pilares: el crecimiento económico, el progreso social y los aspectos medioambientales. De esta forma, podrían promoverse empresas competitivas sostenibles. Asimismo, concluye que, por el lado de las microempresas, se observa que los mayores niveles de venta promedio se obtuvieron en los casos en donde la empresa presentaba trabajadores con capacitación, quienes obtuvieron en promedio un 41.1% más de ingreso mensual que aquellas microempresas que no tenían conductores ni trabajadores capacitados (S/ 38,125 vs S/27,018 respectivamente).

Sayan (2014) realizó una investigación titulada *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro acopio compra y venta de aceitunas, en el distrito de Tacna, periodo 2011-2012”*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Tacna. La investigación fue descriptiva, para lo cual se escogió una muestra poblacional de 15 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 40 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, concluyendo con respecto a los empresarios que del 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados: el 87% son adultos, el 13% son jóvenes, superior universitaria incompleta 7%, primaria completa 7%, primaria incompleta 7%, el 93% es de sexo masculino, el 7% femenino, el 20% tiene secundaria completa, el 33% secundaria incompleta, superior no universitaria completa 26%. Sobre el financiamiento los empresarios encuestados

manifestaron que sus MYPE tienen las siguientes características: el 80% obtuvo su crédito de las entidades bancarias, en el año 2011 el 40% indica que fue a corto plazo, en el año 2012 el 27% fue de corto plazo y el 33% a largo plazo, el 53% se invirtió en capital de trabajo y el 7% en mejoramiento y/o ampliación de local. Con respecto a la capacitación los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPE son: el 40% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 27% tuvieron dos curso de capacitación, Con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 20% ha recibido alguna capacitación, El 67% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 47% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa.

Adanaque (2014), realizó una investigación sobre “*Capacitación y la rentabilidad en las MYPE servicio–rubro hospedaje de Piura, año 2013*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura, ésta fue de tipo descriptiva, trabajó con el diseño de una investigación no experimental de nivel cualitativa, mediante una entrevista y aplicación de un cuestionario a 30 empresarios y 30 trabajadores con el propósito de conocer cuál es la relación que hay entre la Capacitación y la rentabilidad de las MYPE rubro de Hospedajes en Piura, identificar las Características de la capacitación de las MYPE Rubro Hospedajes en Piura, se pudo conocer con el 46% que hay poco interés por capacitarse, y 80% opina la rentabilidad que deja el rubro son satisfactorias para la empresa, concluyendo que la rentabilidad es consecuencia de la buena implementación de capacitación a los colaboradores, si este último es bien utilizado el camino para poder obtener la rentabilidad esperada está muy cerca. Además, concluye que a mayor capacitación un mejor servicio y por lo tanto una mejor rentabilidad, y ésta tiene relación con la productividad, además que las

capacitaciones y su incidencia en la rentabilidad son un factor muy importante para la empresa por el nivel de competitividad que existe en el mercado empresarial y que los microempresarios objeto de la investigación no recibieron ningún tipo de capacitación previo a obtener créditos y/o financiamiento que les permita realizar una adecuada gestión en el uso de recurso, no teniendo capacidad para invertir en el talento humano, generando poca rentabilidad .

Gomez (2014), presentó su tesis denominada “*Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013*” en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura. La investigación fue de tipo descriptiva, con un enfoque cuantitativo y con diseño transversal no experimental. La población está conformada por 45 trabajadores, 382 clientes y para el recojo de información aplicó la técnica de la encuesta. Dentro de las conclusiones tenemos: que la capacitación en los restaurantes de la ciudad de Chulucanas, se sustentan mayormente en la experiencia diaria de venta, donde el servicio al cliente se basa en el esfuerzo del mozo, por utilizar sus recursos de la mejor manera, según indicaciones del dueño o administrador, por lo tanto, se requiere de un programa de capacitación de atención al cliente. Las características del servicio al cliente, se basan en la actitud y disposición del mozo y del personal por atender al cliente, utilizando gran parte de su esfuerzo físico para lograr la satisfacción del cliente. Los dueños de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas solo ofrecen capacitación de tipo informal, es decir se dan al ingresar al restaurante, como instrucciones para su desempeño laboral de manera general, sin contar con una programación.

Palacios (2014), en su investigación titulada “*Caracterización de capacitación y competitividad en las MYPE rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, 2013*”,

presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura, empleó la metodología tipo descriptiva, un nivel cuantitativo y con un diseño no experimental transversal; la población de estudio fueron las tiendas de ropa de bebés del mercado modelo de Piura, y la muestra estuvo conformada por 09 tiendas, con un total de 23 trabajadores; además se consideró los clientes tomando una muestra a criterio del investigador lo cual fueron 50 clientes y concluyó que la capacitación que se brinda en las MYPE del rubro de ropa de bebés, no es planificada, se brinda anualmente, o cada vez que se contrata nuevo personal; donde se pudo concluir que los trabajadores son capacitados en su minoría con un 48% y en su mayoría carecen de capacitación con un 52%. Los medios de capacitación utilizados son la demostración y el ejemplo; a través de procesos de inducción; los cuales se realizan con una frecuencia en su mayoría de 64% anualmente, a través de charlas y cursos de atención al cliente, ventas, etc.

2.1.2 Variable Competitividad

Se consideró a (Calderon, 2015), presentó su investigación: “Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano”, en la Universidad Nacional de Colombia., empleó la metodología de investigación cualitativa y diseño transversal, aplicando la técnica de entrevistas a 25 empresarios y empleados. Entre sus conclusiones se considera que durante la investigación cualitativa de campo en el barrio el Restrepo y con el uso de entrevistas a profundidad, notas de campo, bitácoras y fotografías se encontró que en estas organizaciones se encuentra capital humano artesanal que carece de capacitación formal y que ha aprendido a realizar su labor empíricamente. Sin embargo, la teoría enuncia que la educación formal en el capital humano es importante para alcanzar mejores niveles de productividad, autores desde

Adam Smith hasta Brady en 1989 consideran que sin educación en el capital humano de las organizaciones es imposible llegar al crecimiento económico. Asimismo, no se ven fáciles de alcanzar a exportar, pues este capital humano, que es en gran medida un factor importante para la competitividad de estas organizaciones, no tiene ni la capacitación adecuada ni el interés de aprender formalmente nuevas herramientas para manejar su empresa, en áreas como administración, contabilidad, computación e inglés, así como de áreas de la producción del calzado mismo como la guarnición, el diseño, la soladura y el manejo de cueros. Por su parte, ellos prefieren llevar la información comercial y de producción de su empresa manualmente, usando cuadernos y libretas, lo cual genera demoras y olvidos de entregas de pedidos, así como inexactitud a la hora de hacer cuentas y saber cuánto les cuesta en realidad la producción de un par de zapatos, ocasionando que en varias ocasiones terminen por vender a pérdida; es decir que vendan sus productos a un precio menor que el costo de producción.

Mantilla, Vilcacundo, Ruiz, & Mayorga (2014), quienes presentaron ante la Universidad Técnica de Ambato de Tungurahua – Ecuador su investigación denominada “La innovación tecnológica y la competitividad de las PYMES manufactureras del Cantón Ambato”. Se trata de un estudio no experimental de carácter descriptivo y transversal, con un enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo. La muestra se conformó con 111 empresas de un total de 156 donde se encuentran las pequeñas y medianas empresas manufactureras distribuidas de acuerdo con el muestreo estratificado proporcional: 101 pequeñas y 10 medianas. Para el recojo de información utilizó la técnica de la encuesta. Dentro de sus principales conclusiones se consideran: Respecto al grado actual de Innovación Tecnológica en las PYMES manufactureras del cantón Ambato, se ha determinado la existencia de un nivel de innovación tecnológica

medio, un porcentaje bajo en comparación a otros contextos empresariales a nivel nacional. A su vez, en cuanto a los índices de competitividad, concluye que las PYMES manufactureras locales cuentan con un nivel de competitividad medio, el cual constituye una desventaja el momento de enfrentarse a sus principales rivales en otras ciudades o regiones. Con relación a los factores externos que más afectan la competitividad de las PYMES, destacan los niveles de competencia, la dificultad para exportar y, principalmente, la legislación actual. En contraste, los elementos externos que han aportado más a las empresas son su posicionamiento en el mercado y la buena relación que manejan tanto con clientes como con proveedores. Asimismo, evidencia que, la mayor parte de PYMES locales no consideran la Innovación Tecnológica como factor clave de éxito, razón por lo cual, en su mayoría, no disponen de un departamento o personal encargado de este tema.

Saavedra & Tapia (2013), realizaron la investigación sobre: “Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México”, presentado en la Universidad Nacional Autónoma de México. Su estudio fue de carácter descriptivo, con un diseño de investigación no experimental y de corte transversal. Los datos se obtuvieron mediante la aplicación de una encuesta con una entrevista personal a los empresarios o responsables de la empresa. Los datos se recopilan de un estudio de campo con una muestra de 400 empresas micro, pequeñas y medianas del Distrito Federal en México. Concluyen su investigación que los resultados de la investigación muestran que la competitividad medida por tamaño de empresa indica que las estrategias de las empresas y el entorno de negocios que proporciona el gobierno impactan en forma distinta al momento de generar competitividad; pues la micro empresa no es competitiva mientras que la pequeña y mediana son altamente

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

Aguirre (2015), realizó una investigación titulada *“Caracterización de la competitividad de las MYPE del Perú: el caso de la panadería y pastelería El Manantial EIRL, Nuevo Chimbote, 2013”*, publicada en la revista *In Crescendo Ciencias Contables & Administrativas*, de la Universidad Católica Los Ángeles del Chimbote, La investigación fue descriptiva, bibliográfica, documental y de caso. Para recoger la información se utilizaron las técnicas de la revisión bibliográfica y la entrevista, a través de fichas bibliográficas y un cuestionario de preguntas cerrada. es de tipo y nivel cualitativo-descriptivo-bibliográfico-documental y de caso, no hubo población ni muestra, siendo sus conclusiones: La mayoría de los autores revisados establecen que las MYPE del Perú son informales, utilizan tecnología de nivel artesanal o intermedio, no cuentan con mano de obra calificada y desconocen métodos o estrategias de gestión empresarial; asimismo, presentan bajos niveles de productividad y competitividad, y no tienen capacidad competitiva basada en la innovación. Sin embargo, algunas MYPE están mejorando sus procesos de compra-venta de los productos y servicios que ofrecen. Además, afirman que la capacitación influye en la gestión, los procesos productivos y calidad e innovación tecnológica. La mayoría de los autores nacionales revisados solo se han dedicado a caracterizar la competitividad y establecer que las mype del Perú no son competitivas debido a que no aplican los

factores explicativos de la competitividad; en cambio, la panadería y pastelería El Manantial E.I.R.L. sí es competitiva, porque aplica los factores explicativos de la competitividad empresarial. Según los autores pertinentes revisados, las MYPE del Perú no son competitivas debido a que no aplican los factores de la competitividad empresarial; en cambio, la panadería y pastelería El Manantial E.I.R.L., sí es competitiva porque utiliza y aplica los factores explicativos de la competitividad empresarial.

Centurion (2015), presentó su investigación sobre “*Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa (2013)*”, publicada en la Revista In Crescendo de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Santa. Fue un estudio cuantitativo de nivel descriptivo que se desarrolló mediante un diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó un muestreo no probabilístico intencional y de una población de 356 MYPE se extrajo una muestra de 160 MYPE, distribuida de la siguiente manera: 90 MYPE de Chimbote, 63 MYPE de Nuevo Chimbote y 7 MYPE de Coishco. Se utilizó la técnica de análisis estadístico descriptivo y como instrumentos se usaron las tablas de distribución de frecuencias porcentuales. Concluye que la mayoría de las MYPE de la provincia de Santa tiene permanencia en el rubro de 4 años a más, son formales y fueron creadas para obtener ganancias. Aseguran que la formalización les proporciona ventajas, como aumento de sus ventas, obtención de créditos, y les ayuda a posesionarse en el mercado. No cuentan con un plan estratégico, pero conoce a sus competidores y percibe que es competitiva. Tiene dificultades con el personal de poca iniciativa, que no se adapta al cambio, permitiendo una rotación constante, pero la totalidad de las MYPE coincide que con la aplicación de una adecuada gestión de

calidad ha mejorado el rendimiento de su negocio.

Gonzales (2014), realizó una investigación titulada: *“Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria-año 2013”*, presentada en la Universidad San Martín de Porres – Lima. La investigación fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño es transversal. La población estuvo conformada por 240 empresas del sector textil del distrito de La Victoria, con un tamaño de muestra que asciende a 50 personas entre hombres y mujeres empresarios, utilizando la técnica de la encuesta y concluye: que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial. La gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero. Un gran número de empresas no cuenta con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la Ley N° 28015 y que la mayoría de las empresas no cuenta con una apropiada política empresarial, imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras.

Jimenez (2014), realizó una tesis denominada: *“Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las MYPE rubro boticas AAHH Santa Rosa-Piura, 2013”*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura, La investigación es de tipo descriptiva, presenta un nivel cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal; la población de estudio fueron las boticas del Asentamiento Humano Santa Rosa - Piura, y la muestra estuvo conformada por 06 boticas, con un

total de 17 trabajadores; además se consideró a 30 clientes. Entre las principales conclusiones tenemos: que las principales características de las MYPE en su mayoría cuentan con un buen número de personal, presentan capacidad de endeudamiento, una demanda regular, presentan un buen posicionamiento y cumplen con disposiciones legales de los grupos de interés. Las estrategias competitivas, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios; generalmente en el rubro estos factores son relevantes para los clientes y para la zona donde se ubican ya que, se requieren otros servicios por estar frente al hospital. Las características de la calidad de servicio, a la calidad de servicio, los clientes manifiestan que la atención es buena, Por otro lado, los clientes consideran la empatía de los empleados buena. En cuanto a la amabilidad de los empleados, los clientes la consideran regular. Los factores de la calidad de servicio que más inciden es el precio, la infraestructura y principalmente la seguridad, ya que se ubican en una zona no muy segura.

Palacios (2014), realizó una investigación sobre *“Formalización y competitividad en las MYPE servicio–rubro talleres de mecánica (Piura), año 2014”*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura, empleó la metodología de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo, diseño transversal no experimental, cuya población está conformada por 50 MYPE de la ciudad de Piura, por lo tanto, es una población finita y para el recojo de la información utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, siendo sus principales conclusiones: Las MYPE del rubro de ropa de bebés cuenta en promedio con 3 trabajadores en un 78%, y otras en un 22% entre 03 a 05 trabajadores; las propietarias manifiestan que sí cuentan con un amplio stock de mercadería en un 78%, mientras que un 22% manifiestan que su stock es regular. Además, concluye que los benéficos de la competitividad en las

MYPE de servicio rubro talleres mecánicos (Piura) que el uso adecuado de la capacitación, las TICs, acceso a conocimiento que proporcione valor agregado, capacidad de asociatividad, limitada capacidad de innovación, investigación, acceso a fuentes de financiamiento; va a permitir a la MYPE crecer y por consiguiente ser un referente en su rubro.

Vilela (2014), presentó una investigación titulada: *Caracterización de la competencia laboral y competitividad en las MYPE, rubro Courier de Piura, año 2014*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura. El tipo de investigación que utilizó fue descriptivo, de enfoque cuantitativo y de diseño transversal no experimental. Así la población está compuesta por 14 propietarios y/o administradores y por 84 trabajadores, constituyendo un total de 98 sujetos y empleó la técnica de observación con el instrumento de guías de observación. Dentro de sus conclusiones se consideran: Podemos decir que las competencias requeridas por las MYPE rubro Courier de Piura, son los conocimientos técnicos, la solución de problemas, información clara, orientación al cliente, liderazgo, trabajo en equipo, excelencia, resistencia a la tensión, planificación, negociación; que se llegaron a determinar por el tipo de perfil que buscan los empleadores de las empresas Courier; y se obtuvo que la mayoría de los trabajadores de las empresas Courier de Piura no cuentan con estas competencias. El grado de competitividad de la MYPE del rubro Courier se encuentra en su mayoría menos competitiva ya que tienen nivel inestable, porque existen MYPE que no se preocupan en obtener mejores resultados, como en la maximización de los recursos, la eficiencia por mejorar los tiempos de entregas, en modernizar sus equipos, en implementar nuevos sistemas, o por mejorar los flujogramas de operaciones. La importancia de la competitividad de las MYPE, es baja ya que en su

minoría se preocupa por ser más competitiva y por obtener mejores beneficios; nos encontramos en un mundo cambiante en donde es un requisito principal que las empresas se acojan a políticas de crecimiento para poder surgir en el ambiente competitivo y exigente.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría de la Capacitación

2.2.1.1 Definición

“La capacitación, debe entenderse como una forma de educación a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad”. (Rodriguez & Morales, 2008).

2.2.1.2 Necesidades de Capacitación

Ezponda (2009), la capacitación es importante porque conduce a una mayor rentabilidad y/o actitudes hacia la orientación de los objetivos organizacionales; asimismo, se interiorizan y ponen en práctica las variables de motivación, realización, crecimiento y fomenta la cohesión en los grupos de trabajo, mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos.

Las necesidades de capacitación de acuerdo a (Mendoza, 2005) se refieren a las carencias que los trabajadores tienen para desarrollar su trabajo de manera adecuada dentro de la organización. Por tanto, la detección de necesidades de capacitación debe ser un estudio comparativo entre la manera apropiada de trabajar y la manera como realmente se trabaja.

Chiavenato (2007), precisa que la detección de las necesidades de capacitación es una forma de diagnóstico que requiere sustentarse en información relevante. Gran

parte de esta información se debe agrupar sistemáticamente, mientras que otra parte está disponible a manos de los administradores de línea. La determinación de las necesidades de capacitación es una responsabilidad de línea y una función de staff; es decir, el administrador de línea es el responsable de la percepción de los problemas que provoca la falta de capacitación. Es el responsable de las decisiones relativas a la capacitación, utilice o no los servicios de asesoría que prestan los especialistas en capacitación.

Además señala que el análisis organizacional debe verificar todos los factores (como planes, fuerza de trabajo, eficiencia organizacional, clima organizacional) que pueden evaluar los costos involucrados y los beneficios esperados de la capacitación en comparación con otras estrategias capaces de alcanzar los objetivos de la organización, para así poder determinar la política global relativa a la capacitación. En el nivel organizacional se presenta una dificultad no sólo para identificar las necesidades de capacitación, sino también para definir los objetivos de ésta. A partir de la premisa de que la capacitación es una respuesta estructurada a una necesidad de conocimientos, habilidades o competencias, el éxito del programa dependerá siempre de la forma en que se haya identificado la necesidad que debe ser satisfecha. (Chiavenato, 2007).

Reza (2006) indica que un Diagnóstico de Necesidades de Capacitación, en adelante DNC, no es simplemente la petición desordenada de un jefe o de sus subordinados acerca de lo que ellos creen necesitar para desempeñar su puesto de trabajo, ya que si la investigación de necesidades se hace con esta idea, se caerá en el error de “capacitar por capacitar”. Tampoco un diagnóstico es un simple listado de cursos a escoger entre los supervisores de la empresa. Si bien es cierto, el diagnóstico no garantiza el 100% el éxito del programa, sí aumenta considerablemente la certeza de

estar lo más cercano a la realidad que se viva en la empresa, al fin y al cabo el diagnóstico es una fotografía, de una situación dada en un momento determinado

Alles (2002) indica que el análisis del desempeño o de la gestión de una persona es un instrumento para dirigir y supervisar personal. Entre sus principales objetivos es el desarrollo personal y profesional de colaboradores, la mejora permanente de resultados de la organización y el aprovechamiento adecuado de los recursos humanos. Asimismo, precisa que el desempeño se evalúa para decidir promociones, remuneraciones o simplemente para decirles a los empleados cómo están haciendo su tarea. A partir de las evaluaciones, los jefes y sus subordinados pueden reunirse y revisar el comportamiento del empleado en relación con el trabajo, recordando que la mayoría de las personas necesitan y esperan esa retroalimentación.

Leibowicz (2000) precisa que en la actualidad, permanecer empleado implica poseer la capacidad de empleabilidad y esto significa tener la capacidad de adquirir y crear nuevos conocimientos y de adaptarse a las necesidades del mercado de trabajo. Entonces, no se puede negar que, cada vez más urge que el concepto de formación continua se practique y se disemine. El desafío está justamente en promover, facilitar e incentivar la práctica de formación continua por medio de la creación de mecanismos de articulación activa entre distintos servicios y entre diferentes niveles y modalidades de formación.

Puntualizando además (Leibowicz, 2000), que la convergencia y coordinación entre los servicios flexibles, los de información y orientación profesional y los sistemas de certificación de competencias constituyen una infraestructura de pilares sólidos que genera condiciones de mayor accesibilidad y alcance de la formación. Los instrumentos apropiados y eficaces de articulación a nivel metodológico, en el campo de acción de las

instituciones y departamentos empresariales de formación, serían la formación flexible y la modularización. Las tendencias señalan que la combinación de ambos enfoques junto con las tecnologías de la información y la comunicación conforman un trípode que abre las puertas para adquirir competencias de acuerdo a necesidades específicas y continuar el aprendizaje durante toda la vida.

Además señala (Molouny, 2013), Gerente General de Trabajando. Com, que en la medida que la tecnología avanza en la sociedad, mayor es la necesidad de talento humano que se requiere, o sea, de personas competentes tanto en lo técnico como en lo emocional capaces de crear valor, innovar, afrontar retos y que contribuyan a que la organización aprenda a mantenerse en un mercado globalizado.

2.2.1.3 Medios de Capacitación

Con respecto a los medios de capacitación, Siliceo (2006) hace hincapié que los últimos avances de la pedagogía han demostrado lo poco eficiente que son muchos métodos tradicionales de enseñanza. En la actualidad debemos entender y aceptar que la enseñanza debe estar centrada en el grupo y no en el instructor, lo cual quiere decir que la creatividad, interacción y la aportación de cada uno de los educandos, son la clave del éxito en la función educativa, aclarando que no existe un método ideal que sea el mejor, todos serán buenos y darán los resultados deseados siempre y cuando estén relacionados claramente con los objetivos que se persiguen, con el número de participantes del curso, con el tiempo de que se dispone y con otros factores asimismo importantes.

2.2.1.4 Retroalimentación

En cuanto a la retroalimentación (Jauli & Reig, 2010), indican que ser retroalimentado en esencia ocurre cuando el aspirante primero es capaz de darle elementos al retroalimentador y segundo es capaz de integrar las observaciones que se le ofrecen. El retroalimentador sabe escuchar para detectar lo mejor de él y compartir. El retroalimentado sabe escuchar para integrar lo que se le dice. El diálogo y la escucha son el hilo conductor de este importante proceso. Para que exista una retroalimentación apropiada se requiere que el que retroalimenta y el retroalimentado estén de acuerdo sobre el sentido de esa relación. En otras palabras, el retroalimentador acuerda el rumbo que tomará la relación y decide compartir su experiencia y su tiempo con el que se debe desentrañar sus caminos para avanzar en ese sentido. Dependiendo de la dirección del objetivo el retroalimentador ayudará al seguidor a que ajuste sus parámetros para hacer más eficiente su ejecución y así poder llegar a la meta con mayor eficacia.

2.2.2 Teoría de la Competitividad

2.2.2.1 Definición

Martínez & Mas (2007) precisan que la competitividad es un concepto bien definido en relación con el mundo de las empresas, ya que puede entenderse como la capacidad por parte de éstas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado.

Plan Nacional MYPE 2005-2009 (2016), señala que “la competitividad de las empresas radica en su capacidad para ganar posiciones sostenibles y espacios crecientes en los mercados, a partir de sus ventajas diferenciales”. Así mismo indica “la intensificación de la competencia en los mercados lleva a la necesidad de una elevación

continua de la productividad a través de las innovaciones constantes de procesos, productos y gestiones.

2.2.2.2 Ventajas competitivas

Pérez (2006) precisa que el cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados”. Asimismo, precisa que de acuerdo con el grado de satisfacción que manifiestan los clientes por el servicio recibido, se plantean diferentes niveles de intensidad en las relaciones entre el cliente y la organización. De esta forma se entenderá que haya: compradores, clientes y clientes fidelizados.

Con respecto al desempeño de los trabajadores, (Leibowicz, 2000) manifiesta que en virtud de los constantes cambios que se producen en todos los niveles y la acelerada obsolescencia de los saberes, la formación y la selección de una profesión no constituye un acto decisivo único para toda la vida y que finaliza al acceder al primer puesto de trabajo, sino un proceso continuo. Ello exige a las personas desarrollar una capacidad de aprendizaje que les posibilite asumir con flexibilidad puestos de trabajo, analizar en forma constante su potencial personal, desarrollar su iniciativa y autonomía en el desempeño profesional.

Van (2007) cita a Warren Buffett, quien reconoce que una franquicia – un nicho bien definido que pone a una empresa en una categoría aparte de la de sus competidores y que le sirve para mantener el poder de establecer los precios y los márgenes de utilidad- modifica el juego de la competencia. Una marca fuerte constituye este tipo de franquicia. Por eso prácticamente todos los gurús de la administración y todos los libros sobre negocios identifican la marca de una empresa como el factor clave para conservar

el liderazgo en el mercado, especialmente cuando se trata de empresas de bienes de consumo.

Cabrera, Lòpez, & Ramìrez (2011) expresan que cuando dos o más agentes compiten, se dice que uno de ellos tiene ventaja absoluta porque es más productivo que el resto. La productividad se mide como la capacidad de producir más con el menor uso de factores de producción.

La tarea del empresario es muy dura. Puede verse sorprendido en cualquier momento por la aparición de nuevos productos, nuevas tecnologías, nuevos competidores o cambios en los gustos de los clientes, que pueden amenazar seriamente la buena marcha de su empresa; por lo tanto debe estar alerta, no sólo para poder contratacar con rapidez ante los cambios, sino también para aprovechar las nuevas oportunidades que se presentan constantemente. (Escorsa & Valls. , 2004)

2.2.2.2 Estrategias Competitivas

Mathews (2009) cita a Michael Porter, quien define la competitividad por la productividad con la que este utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. En este sentido, se considera una empresa competitiva a la que es capaz de ofrecer continuamente productos y servicios con atributos valorados por sus clientes. Los mercados cambian, las exigencias de los consumidores también cambian y, por eso, es clave que la empresa se adapte permanentemente a estos cambios, a fin de mantener o mejorar sus niveles de competitividad.

Escudero (2011), indica que el precio está determinado por la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por un bien o servicio. Para fijar el precio se debe tener en cuenta los objetivos de rentabilidad, volumen y crecimiento de ventas, servicios al cliente y también debe servir como estrategia ante la competencia. La

táctica puede ser: revisión de los precios actuales, cambios en la política de descuentos. Asimismo, precisa que la fijación de precios es muy importante cuando se dan circunstancias como: introducción ampliación de productos en el mercado, pues la competencia cambia su política de precios o se producen modificaciones en el comportamiento de los consumidores.

Pérez (2006), indica que la forma de entender la calidad en la atención al cliente por parte de las organizaciones ha evolucionado durante los últimos años de manera significativa. El éxito competitivo de las empresas actuales va más allá de atraer y captar clientes para que adquieran sus productos y servicios; se centran también en lograr su satisfacción y fidelización para maximizar los beneficios económicos. Además señala que las organizaciones del siglo XXI enfatizan cada vez más la importancia que tiene el cliente en la proyección de su negocio. Las empresas guían su atención hacia las necesidades y expectativas del cliente.

2.3 Hipótesis

Para el presente estudio no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, p. 140, 2003).

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

El tipo de investigación es descriptiva, porque busca especificar las características del problema y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado. Según (Vara, 2010) los diseños descriptivos están hechos para enumerar con mayor precisión y fidelidad posible, una realidad empresarial o un mercado.

El diseño de la investigación es no experimental, porque no se va a manipular las variables, se limita a observar los datos. Asimismo, transversal porque el recojo de datos se realiza en un mismo periodo de tiempo. No habrá una evaluación posterior para observar cambios en los sujetos de estudio. Para (Hernández , Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación, 2004) el diseño no experimental se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. A su vez el diseño transversal es cuando los datos se recolectan en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables.

Además posee un enfoque cuantitativo, porque examina los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Recoge y analiza datos sobre las variables y estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar. De acuerdo a Hernández , Fernández, & Baptista (2004), éste enfoque usa recolección de datos con base en la mediación numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

La unidad de la investigación son 10 MYPE del rubro de agua de mesa de Castilla (Programa Mi Empresa – PRODUCE). Para la variable capacitación son 40 trabajadores de las MYPE del rubro agua de mesa de Castilla, es población finita considerándose exclusivamente a los colaboradores. Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) precisan que cuando una población finita conocida es menor de 50, como la presente investigación, no se requiere aplicar fórmula estadística.

Para la variable competitividad, la población está conformada por los clientes de las MYPE del rubro de agua de mesa, por lo tanto según Hernández, Fernández y Baptista, (2010), el tipo de población es infinita.

CUADRO N° 01: RELACION DE MYPE

N°	RAZON SOCIAL	MARCA DE AGUA	DIRECCION	RUC	N° TRABAJADORES
1	DISTRIBUIDORA JL GOGNY NUÑEZ JORGE LUIS	Agua de mesa GOG	Calle Las Ponceanas Mz. U - 1 lote 18 - Urb. Miraflores – Castilla – Piura	10474368365	5
2	CORONADO NAVARRO FLORENCIO RAFAEL	Agua de Mesa AGUA MIA	Ca. Los Fresnos Mza. F.I- lote 16 Urb. Miraflores, Castilla – Piura	10026104292	3
3	ASPAUZA RAZURI MIGUEL ENRIQUE LUCIANO	Agua Natural MANANTIAL	Av. Grau 287 –Castilla	10026650351	4
4	AQUASU EIRL	Agua de mesa AQUASU	Mz. Y Int 102 Lt 01A Miraflores Castilla Piura	20526348576	3
5	SANDOVAL JIMENEZ CARLOS AUGUSTO	AQUALIFE PERU	Av. Progreso 1304 Castilla Piura	10036588077	3
6	INDUSTRIAL AGUANOR SRL	Agua MONTECLARO/CUMBRE	Av. Progreso 3150 Castilla Piura	20398922868	6
7	NEGOCIOS Y SERVICIOS RAYPA EIRL	Agua de Mesa RAYPA	Av. Guardia Civil Mz B Lt 01 Castilla Piura	20441120355	4
8	SEMINARIO FIGALLO FEDERICO GONZALO	Agua de Mesa PREMIUM	Los fresnos Mz F Lt 12 Urb. Miraflores Castilla Piura	10026494732	3
9	AGUA DE MESA SAN MIGUEL SCRL	Agua de Mesa SAN MIGUEL	Calle. Tacna 424 Castilla Piura	20526046481	4
10	BODEGUITA SANDRITA SRL	Agua de mesa EDAM PIURA	Ca Libertad 833 Castilla Piura	20526334869	5
Fuente: Programa Mi Empresa – PRODUCE				TOTAL	40

3.2.2 Muestra

La muestra de la investigación está representada para la variable capacitación por los 40 trabajadores de las MYPE del rubro agua de mesa de Castilla; según (Hernández, Fernández , & Baptista, 2010) para poblaciones menores a 50 individuos se considera $N = n$; por lo cual se consideraron los 40 trabajadores, a quien se le aplicará la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario.

Para la variable competitividad está representada por los clientes de las MYPE. La cantidad de clientes de las MYPE del rubro de agua se considera una población infinita, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

Z = Grado de confiabilidad (1.96) = 95%

e = Margen de error (5%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Por lo que el tamaño de la muestra metodológicamente se explica:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Reemplazando valores:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025}$$

n = 384 personas

Criterios de inclusión:

Para la variable capacitación se incluye a los trabajadores de la MYPE agua de mesa.

Para la variable competitividad a los clientes mayores de 15 años, que compran agua.

Criterios de exclusión:

Para la variable capacitación se excluye a los ayudantes de estiba

Para la variable competitividad se excluye a los clientes no disponibles.

3.3. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
CAPACITACION	“La capacitación, debe entenderse como una forma de educación a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad”. (Rodriguez & Morales, 2008)	Necesidades	Se medirá a través del nivel de desempeño, manejo de recursos y requerimiento de capacitación, mediante la técnica de la encuesta, a través del cuestionario aplicado a los trabajadores de la MYPE rubro agua de mesa.	¿Usted considera que necesita capacitarse? ¿En qué nivel considera su desempeño como empleado? ¿Usted requiere capacitarse frecuentemente?	Si () No () Alto () Medio () Bajo () Si () No ()	Trabajadores
		Medios	Se medirá a través de las técnicas e instrumentos, mediante la técnica de la encuesta, a través del cuestionario aplicado a los trabajadores de la MYPE rubro agua de mesa.	¿Qué medios de capacitación le brindan la MYPE? ¿Considera que existe retroalimentación en la MYPE?	Charlas () Capacitación externa () Medios Audiovisuales () Muy de acuerdo () De acuerdo () Muy desacuerdo () Desacuerdo	Trabajadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
COMPETITIVIDAD	Luna (2012) define la competitividad como la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico.	Ventajas	Se medirá a través de cliente frecuente, conocimiento del rubro, reconocimiento de marca, recursos materiales y recursos tecnológicos, mediante la técnica de la encuesta, a través del cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro agua de mesa.	<p>¿Usted se considera un cliente frecuente?</p> <p>¿Considera que los trabajadores tienen conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?</p> <p>¿Considera que su marca es reconocida en el mercado?</p> <p>¿El personal de atención cuenta con los recursos adecuado para la atención?</p> <p>¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?</p>	<p>Si () No ()</p> <p>Si () No ()</p> <p>Si () No ()</p> <p>De acuerdo () Indeciso () En desacuerdo ()</p> <p>De acuerdo () Indeciso () En desacuerdo ()</p>	Cientes
		Estrategias competitivas	Se medirá a través de la calidad de atención, precio de los productos y capacidad de respuesta, mediante la técnica de la encuesta, a través del	<p>¿Cuál es la calidad del servicio entregado?</p> <p>¿Considera que los</p>	<p>Bueno () Regular () Malo ()</p> <p>De acuerdo ()</p>	Cientes

			<p>cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro agua de mesa.</p>	<p>precios del producto están acorde con la calidad del producto y servicio?</p> <p>¿Cuál es su percepción a la capacidad de respuesta de la atención de la MYPE?</p>	<p>Indeciso () En desacuerdo ()</p> <p>Bueno () Regular () Malo ()</p>	
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	--

3.4. Técnicas e instrumentos

3.4.1 Técnicas

- a) Encuestas: Según (Alelú, Cantín, López, & Rodríguez, 2010), es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

En la presente investigación se aplicó a los clientes y trabajadores de las MYPE del rubro de agua de mesa en el distrito de Castilla - Piura

3.4.2 Instrumentos

- a) Cuestionario: Según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. En la investigación la elaboración de las preguntas se realizaron de acuerdo a los indicadores de las variables, con la finalidad de determinar las características de la competitividad y capacitación.

La escala de medición de los indicadores, son nominales para las preguntas dicotómicas y ordinales para el resto de preguntas; tanto para el cuestionario de capacitación y competitividad.

3.5 Plan de análisis

Los datos recopilados se codificaron, para mantener el orden y posteriormente elaborar los cuadros estadísticos, mediante el Programa SPSS V.21 de los cuales se realizó el análisis e interpretación de los datos, para la discusión de resultados y la elaboración de las conclusiones. Además para la elaboración de la

tabulación, análisis y la interpretación de los datos se ejecutaron haciendo uso de los programas Microsoft Office Excel 2010.

3.6 Matriz de Consistencia:

Título	Enunciado	Problema General	Objetivo General	Hipótesis	Variable	Metodología
Caracterización de la Capacitación y la Competitividad en las MYPE del Rubro de Agua de Mesa en el Distrito de Castilla - Piura, Año 2016	General	¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), Año 2016?	Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), Año 2016.	Para el presente estudio no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, p. 140, 2003).	Capacitación Competitividad	Tipo Descriptiva Nivel Cuantitativo Diseño No experimental Transversal
	Específicos		(a) determinar que necesidades de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016; (b) identificar que medios de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla – Piura, año 2016; (c) indicar que ventajas competitivas tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016; (d) determinar que estrategias competitivas usan las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.			Población 10 MYPE del rubro agua de mesa Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario

3.7 Principios éticos.

Dentro de las consideraciones éticas se ha tenido en cuenta:

- La tesis es de autoría personal no se ha plagiado.
- No se ha manipulado la información, los datos son fidedignos
- Para el recojo de información no se ha obligado ni retribuido económicamente a los encuestados para obtener información.
- Se ha guardado confidencialidad de las personas que brindaron la información
- Se ha citado a los autores de acuerdo a las normas APA.

IV RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Con respecto a la Variable Competitividad

Tabla 1

Necesidad de capacitación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	100.0%
NO	0	0.0%
TOTAL	40	100 %

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 2

Nivel de desempeño

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	25	62.5%
Medio	15	37.5%
Total	40	100.0%

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 3

Requerimiento Frecuente de Capacitación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	85.0%
No	6	15.0%
Total	40	100.0%

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 4
Medios de capacitación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Charlas	7	17.5%
Capacitación externa	3	7.5%
Medios Audiovisuales	30	75.0%
Total	40	100.0%

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado por: Investigadora

Tabla 5
Retroalimentación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	4	10%
Muy desacuerdo	0	0%
Desacuerdo	36	90.0%
Total	40	100.0%

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado por: Investigadora

4.1.2 Con respecto a la Variable Competitividad

Tabla 6
Ciente frecuente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	275	71.6
No	109	28.4
Total	384	100.0

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado por: Investigadora

Tabla 7**Conocimiento rubro que desempeña**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	234	60.9%
No	150	39.1%
Total	384	100.0%

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 8**Reconocimiento de la marca**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	244	63.5
No	140	36.5
Total	384	100.0

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 9**Uso de recursos**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	183	47.7%
Indeciso	32	8.3%
En desacuerdo	169	44.0%
Total	384	100.0%

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 10
Recursos tecnológicos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	275	71.6%
Indeciso	61	15.9%
En desacuerdo	48	12.5%
Total	384	100.0%

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 11
Calidad de servicio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	155	40.4
Regular	229	59.6
Total	384	100.0

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 12
Precio del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	273	71.1
Indeciso	58	15.1
En desacuerdo	53	13.8
Total	384	100.0

Fuente: Resultado de encuesta
Elaborado por: Investigadora

Tabla 13***Respuesta de atención de la MYPE***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	114	29.7%
Regular	270	70.3%
Total	384	100.0%

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado por: Investigadora

4.2 Análisis de los resultados

4.2.1 Con respecto a la variable capacitación

En la Tabla 1 denominada: “Necesidad de Capacitación”, se observa que de 40 personas encuestadas, el 100% consideran que si necesitan capacitarse para que el desempeño de sus actividades sea mejor, resultado que se basa en el aporte de (Mendoza, 2005) quien señala que las necesidades de capacitación se refieren a las carencias que los trabajadores tienen para desarrollar su trabajo de manera adecuada dentro de la organización. Por tanto, la detección de necesidades de capacitación debe ser un estudio comparativo entre la manera apropiada de trabajar y la manera como realmente se trabaja. Asimismo, los resultados se asemejan a los de (Moreira, 2013), quien concluye en su investigación que el 91% del personal administrativo manifiestan que al recibir un módulo práctico de capacitación en atención al cliente sería un factor importante para mejorar la calidad de servicio, resultados que se contrastan con el objetivo específico N° 01 de la presente investigación: ***determinar que necesidades de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.***

En la Tabla 2 denominada: “Nivel de Desempeño”, se determina que de 40 personas encuestadas el 62% tiene un nivel de desempeño alto, mientras que el 15% un nivel medio, lo cual se sustenta con el aporte de (Alles, 2002) quien precisa que el desempeño se evalúa para decidir promociones, remuneraciones o simplemente para decirles a los empleados cómo están haciendo su tarea. A la vez estos resultados se comparan con los de (Palacios J. , 2014), en su investigación en la que determina que el 52% de los encuestados tienen nivel de desempeño medio y el 9% son de bajo desempeño, contrastándose con el **objetivo específico N° 1 de la presente**

investigación: *determinar que necesidades de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016*

En la Tabla 3 denominada: “Requerimiento Frecuente de Capacitación” se tiene que de los 40 trabajadores encuestados el 85% requieren capacitarse frecuentemente y sólo el 15% lo contrario, resultados que se basan en el aporte de (Leibowicz, 2000) quien precisa que en la actualidad, permanecer empleado implica poseer la capacidad de empleabilidad y esto significa tener la capacidad de adquirir y crear nuevos conocimientos y de adaptarse a las necesidades del mercado de trabajo, presentando cierta coincidencia con (Sosa, 2014) quien en su investigación concluye que no han sido capacitados en las nuevas técnicas y métodos de enseñanza, por lo que se necesita reforzar los conocimientos en estrategias modernas que se aplican en la actualidad en el proceso enseñanza y aprendizaje, resultados que se contrastan con el **Objetivo Específico N° 1 de la presente investigación: *determinar que necesidades de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016***

En la Tabla 4 denominada: “Medios de Capacitación”, se observa que de las 40 personas encuestadas, el 17.5% ha sido capacitado a través de charlas, el 7.5% con capacitaciones externas y el 75% se ha evidenciado que sólo reciben capacitación por medio audiovisual, resultados que se basan en el aporte de (Siliceo, 2006). Además los resultados se comparan con los de (Palacios G. , 2014), quien concluye que los medios de capacitación utilizados es la demostración y el ejemplo, a través de procesos de inducción, los cuales se realizan con una frecuencia en su mayoría de 64% anualmente, mediante charlas y cursos de atención al cliente, ventas, etc., **resultados que se contrastan con el Objetivo Específico N° 2: *identificar que***

medios de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla – Piura, año 2016.

En la Tabla 5 denominada: “Retroalimentación”, se determina que de los 40 trabajadores el 90% no están de acuerdo que existe retroalimentación en las MYPE donde laboran y un 10% si están en desacuerdo, resultado que se basa en el aporte de (Jauli & Reig, 2010) quien indica que dependiendo de la dirección del objetivo el retroalimentador ayudará al seguidor a que ajuste sus parámetros para hacer más eficiente su ejecución y así poder llegar a la meta con mayor eficacia.. Asimismo, se compara con los resultados de (Mérida, 2013), quien determinó que el 62% de jefes de departamentos indican que no existen mecanismos formales de retroalimentación de desempeño, no se documenta adecuadamente la información y las observaciones son verbales., resultados que se contrastan con el **Objetivo Específico N° 2: identificar que medios de capacitación tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla – Piura, año 2016.**

En la Tabla N° 6 denominada: “Clientes Frecuentes” se determinó que el 71.6% se consideran clientes frecuentes, mientras que 28.4% lo contrario, conforme, lo cual se sustenta con el aporte de (Perez, 2006), quien señala que acuerdo con el grado de satisfacción que manifiestan los clientes por el servicio recibido, se plantean diferentes niveles de intensidad en las relaciones entre el cliente y la organización. De esta forma se entenderá que haya: compradores, clientes frecuentes y clientes fidelizados, presentando similitud con (Jimenez, 2014), quien considera que la frecuencia de los clientes en la zona es constante en un 83% en nivel medio y un 17% en bajo, resultados que se contrastan con el **Objetivo Específico N° 3: indicar que ventajas competitivas tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.**

En la Tabla 7 denominada: “Conocimiento Rubro que Desempeña”, el 60.9% consideran que los trabajadores tienen conocimiento sobre el rubro en que se desempeñan, sin embargo el 39.1% consideran que no tienen conocimiento, resultado que se basa en el aporte de (Leibowicz, 2000) quien indica que las personas deben desarrollar una capacidad de aprendizaje que les posibilite asumir con flexibilidad puestos de trabajo, analizar en forma constante su potencial personal, desarrollar su iniciativa y autonomía en el desempeño profesional, acercándose a (Mantilla, Vilcacundo, Ruiz, & Mayorga, 2014) concluye que las PYMES manufactureras locales cuentan con un nivel de competitividad medio, el cual constituye una desventaja el momento de enfrentarse a sus principales rivales en otras ciudades o regiones, contratándose con el **Objetivo Específico N° 3: indicar que ventajas competitivas tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.**

En la Tabla 8 denominada: “Reconocimiento de la Marca”, se tiene que el 63.5% de los encuestados mencionaron reconocerla, mientras que el 36.5% no reconocen la marca del producto, resultado que se basa en el aporte de (Van, 2007) quien precisa que los gurús de la administración y todos los libros sobre negocios identifican la marca de una empresa como el factor clave para conservar el liderazgo en el mercado, especialmente cuando se trata de empresas de bienes de consumo, asimismo se compara con los resultados de la investigación realizada por (Palacios G. , 2014), donde determina que el reconocimiento de la marca en el mercado es buena en un 56% de los encuestados, mientras que el 33% es regular y el 11% mala, resultados que se contrastan con el **objetivo específico N° 3: indicar que ventajas competitivas tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.,** permitiendo inferir que ante las necesidades de los clientes que

son muy cambiantes las MYPE deben ser más competitivas porque las exigencias en el mercado son mayores.

En la Tabla 9 denominada: “Uso de Recursos”, el 47.7% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo que el personal de atención cuenta con los recursos adecuados para la atención, el 44% lo contrario y el resto 8.3% está indeciso, resultado que se basa con los aportes de (Cabrera, Lòpez, & Ramìrez, 2011), que precisan que la productividad se mide como la capacidad de producir más con el menor uso de factores de producción. Además se compara con los resultados de (Vilela, 2014), quien determinó en su investigación que el 59% de los trabajadores no cuentan con las competencias básicas requeridas, por ende hacen un mal uso de los recursos que le empresa afectando el desempeño de los mismos, resultados que se contrastan con el **objetivo específico N° 3: indicar que ventajas competitivas tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.**

En la Tabla 10 denominada: “Recursos Tecnológicos”, el 71.6% de los encuestados está de acuerdo que las MYPE de agua de mesa cuentan con recursos tecnológicos y el 12.5% está en desacuerdo. Asimismo el 15.9% es indeciso, lo que se basa en los aportes de (Escorsa & Valls. , 2004) quienes señalan que ante la aparición de nuevos producto, nuevas tecnología, nuevos competidores los empresarios deben estar alerta, no sólo para poder contratacar con rapidez ante los cambios, sino también para aprovechar las nuevas oportunidades que se presentan constantemente, comparándolo con los resultados de (Palacios G. , 2014), quien concluye en su investigación que un 76% las MYPE renuevan los recursos tecnológicos, el 12% a veces y el 12% restante no los renueva, resultados que se contrastan con el **objetivo específico N° 3: indicar que ventajas competitivas**

tienen las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016. Se infiere que las MYPE rubro de agua de mesa deben contar con tecnología para que el proceso de purificación y de esta manera entregar un producto de calidad a los usuarios,

En la Tabla 11 denominada: “Calidad de Servicio”, se concluye que el 40.4% de los clientes manifiestan que la calidad del servicio es buena y el 59.6% es regular, lo que se acerca a (Mathews, 2009) quien define la competitividad por la productividad con la que este utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. En este sentido, se considera una empresa competitiva a la que es capaz de ofrecer continuamente productos y servicios con atributos valorados por sus clientes, resultados que se comparan a los de (Jimenez, 2014), que concluye que la atención y la empatía de los empleados en su mayoría es buena y en cuanto a la amabilidad en su minoría los clientes la consideran regular, resultados que se contrastan con el **Objetivo Específico N° 4: determinar que estrategias competitivas usan las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.** Deduciéndose además que deduce que la calidad del servicio en las MYPE debe mejorar de tal manera que ésta sea buena, porque es uno de los factores primordiales para mantenerse en el mercado que día a día es muy competitivo.

En la Tabla 12 denominada: “Precio del Producto”, los clientes manifestaron en un 71.1% estar de acuerdo, mientras que el 13.8% en desacuerdo. Y el resto 15.1% son indecisos, resultado que se basa en el aporte de (Escudero, 2011) quien precisa que fijar el precio se debe tener en cuenta los objetivos de rentabilidad, volumen y crecimiento de ventas, servicios al cliente y también debe servir como estrategia ante la competencia. Además, se comparan con los resultados de la investigación de (Jimenez, 2014), que concluye que las estrategias competitivas, la

diversificación de sus servicios y las estrategias de precios; generalmente en el rubro estos factores son relevantes para los clientes y para la zona donde se ubican ya que, se requieren otros servicios por estar frente al hospital, resultados que se contrastan con **Objetivo Específico N° 4: determinar que estrategias competitivas usan las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.** Por lo que se deduce que en las MYPE de agua de mesa existe una buena relación entre precio y calidad de servicio, lo cual se debe mantener o mejorar para permanecer en el mercado

En la Tabla 13 denominada “Respuesta de Atención de la MYPE”, se observa que 29.7% de los clientes consideran buena la percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención y el 70.3% lo considera regular, lo cual se sustenta con el aporte de (Perez, 2006) quien precisa que el éxito competitivo de las empresas actuales va más allá de atraer y captar clientes para que adquieran sus productos y servicios; se centran también en lograr su satisfacción y fidelización para maximizar los beneficios económicos, cuyos resultados que se contrastan con el **Objetivo Específico N° 4: determinar que estrategias competitivas usan las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), año 2016.**

V. CONCLUSIONES

Dentro de las conclusiones se determinó lo siguientes:

Se estableció que la totalidad de los trabajadores de las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura) necesitan capacitarse; además se determina que las capacitaciones deben ser más frecuentes, en la mayoría de trabajadores lo que se traduce en un desempeño alto.

Se identificó que los medios de capacitación utilizados en las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), son los medios audiovisuales; además se evidencia que no existe retroalimentación por medio de reuniones grupales u otros, donde se trasmite la información necesaria para un adecuado desempeño.

Se indica que las ventajas competitivas de las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), es ser reconocidas en el mercado según su marca y contar con recursos tecnológicos para los procesos de embotellamiento y producción de un agua de calidad.

Se estableció que dentro de las estrategias competitivas de las MYPE del rubro Agua de mesa en el distrito de Castilla (Piura), se consideran la capacidad de respuesta y la relación precio – calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adanaque, R. (2014). *Capacitación y la rentabilidad en las Mype servicio–rubro hospedaje de Piura, año 2013*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura: http://tesis.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CATOLICA/265. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura: http://tesis.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CATOLICA/265
- Aguilar, L. (2015). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro boticas de Trujillo*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú: http://tesis.uladech.edu.pe/bitstream/handle/ULADECH_CATOLICA/188/U001
- Aguirre, Q. (2015). *Caracterización de la competitividad de las MYPE del Perú: el caso de la panadería y pastelería El Manantial EIRL, Nuevo Chimbote, 2013*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/1219/969>
- Alelú, Cantín, López, & Rodríguez. (2010). *Estudio De Encuestas*. Obtenido de . https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf
- Alles, M. (2002). *Desempeño por competencias: evaluación de 360o*. Ediciones Granica SA.
- Burgos, M. (2014). *La política de capacitación como un mecanismo para la mejora de su competitividad: análisis del sector maderero en el distrito de Villa el Salvador-Lima Metropolitana*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5>
- Cabrera, López, & Ramírez. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de Investigación N° 04*. Obtenido de Universidad Central. Colombia. Fundación.
- Calderon, M. (2015). *Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia: <http://www.bdigital.unal.edu.co/508>. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia: <http://www.bdigital.unal.edu.co/508>

- Centurion, R. (2015). *Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa (2013)*. Obtenido de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/829/489>
- Chiavenato, I. (2007). *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. El Capital Humano de las Organizaciones* (Octava ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- CODEMYPE. (2005). *Promoción y Formalización para la competitividad y desarrollo de la Micro y Pequeña empresa*. Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Obtenido de Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, C. inisterio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Cohen, M., & Baralla, G. (2012). *La situación de las PyMEs en América latina*. Obtenido de leralpyme.org: http://www.ieralpyme.org/images_db/noticias_archivos/137.pdf
- Comercio, E. (23 de Enero de 2014). *Siete puntos claves en los cambios de la ley de mypes*. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/peru/estos-son-puntos-claves-nueva-ley-mypes-noticia-1704562>
- Escorsa , P., & Valls. , J. (2004). *Tecnología e Innovación en la Empresa* (Vol. 18).
- Escudero, J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. España: Paraninfo SA.
- Ezponda, L. (2009). *La importancia de la capacitación en las empresas*. Universia, 40.
- Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina. Entre avances innovadores y desafíos institucionales*. CEPAL. Santiago de Chile.
- GESTION. (12 de mayo de 2014). *La Recaudación Tributaria ascendió a S/. 9,988 millones en Abril*. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/sunat-recaudacion-tributaria-ascendio-s-9988-millones-abril-2096959>
- Gestión. (12 de Octubre de 2014). *Menos del 20% de mypes acceden a capacitación, según Cofide* . Obtenido de <http://gestion.pe/empresas/menos-20-mypes-acceden-capacitacion-segun-cofide-2111038>
- Gomez, F. (2014). *Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las mype, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura: http://tesis.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CAT
- Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial y competitividad en las MYPE del sector textil en el marco de la Ley n° 28015 en el distrito de La Victoria-año 2013*. Obtenido de

- Obtenido de Universidad San Martín de Porres - Lima:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf
- Gutierrez, Z., & Calle H. (2010). *Plan de Negocios de Agua Embotellada para ETAPA*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca–Ecuador–Sudamérica:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1289/17/UPS-CT002232.pdf>
- Hernández , Fernández, & Baptista. (2004). *Metodología de la Investigación*. McGraw - Hill Interamericana México.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES. México.
- Infante , R., & Chacaltana , J. (2014). *Hacia un desarrollo inclusivo El caso del Perú.CEPAL*. Santiago de Chile.
- Jauli, I., & Reig, E. (2010). *Retroatimentación Positiva* (Vol. 1). LID Editorial.
- Jimenez, M. (2014). *Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las mype rubro boticas AAHH Santa Rosa-Piura, 2013*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura:
http://tesis.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CATOLICA/270
- Leibowicz, J. (2000). *Ante el imperativo del aprendizaje permanente, estrategias de formación continua* (Vol. 9). Montevideo: Oficina Internacional del Trabajo/CINTERFOR.
- Luna, J. (2012). *INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR MANUFACTURERO DE CELAYA, GUANAJUATO*. Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net.
- Mantilla, Vilcacundo, Ruiz, & Mayorga. (2014). *La innovación tecnológica y la competitividad de las PYMES manufactureras del Cantón Ambato*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato, Tungurahua - Ecuador:
<http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/La%20innovacion%20tecnologica%20y%20la%20competitividad%20de%20las%20pymes%20manufactureras.pdf>
- Martínez, E., & Mas, M. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. Fundacion BBVA.
- Mathews. (2009). *Competitividad: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las MYPE*. USAID. Perú. Mype competitiva.
- Mendoza, A. (2005). *Manual para determinar necesidades de capacitación y desarrollo*. México: (Quinta ed.). Editorial Trillas Sa De Cv.

- Mérida, M. (2013). *Diagnóstico de necesidades de capacitación del personal de la dirección de área de salud de la cabecera departamental de Huehuetenango*. Obtenido de Universidad Rafael Landívar – Guatemala: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Me>
- Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral. (2006). *Metodología para detectar necesidades de capacitación y determinar prioridades*. SERPE OML.
- Molouny, P. (2013). *Trabajando.com Argentina*. Obtenido de <http://www.fiso-web.org/Content/files/articulos-profesionales/3970.pdf>
- Moreira, R. (2013). *Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para mejorar la calidad de servicio. propuesta de un módulo práctico*. Obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1666/1/TESIS%20COMPLETA%20ROS%20AMELIA%20MOREIRA%20ORTEGA.pdf>
- Palacios, G. (2014). *Formalización y competitividad en las mype servicio–rubro talleres de mecánica (Piura), año 2014*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - Piura: http://tesis.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CATOLICA/271
- Palacios, J. (2014). *Caracterización de capacitación y competitividad en las Mype rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, 2013*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: http://tesis.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CATOLICA/264
- Perez, V. (2006). *CALIDAD TOTAL EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España: Ideaspropias.
- Plan Nacional MYPE 2005-2009. (Junio de 2016). *Plan Nacional MYPE de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa 2005 – 2009*. Impresora Amarilys. Obtenido de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Porter, M. (2009). *SER COMPETITIVO Edición actualizada y aumentada*. Barcelona, España: Deusto.
- Reza, J. (2006). *Nuevo Diagnóstico de Necesidades de Capacitación y Aprendizaje en las Organizaciones* (Primera ed.). México: Panorama Editorial S.A.
- Rodriguez, & Morales. (2008). *La CAPACITACIÓN en las organizaciones modernas. Facultad de Contaduría y Administración/Universidad Autóno*.

- Saavedra, & Tapia. (2013). *Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México: <http://faedpyme.ojs.upct.es/index.php/revista1/article/view/38/61>
- Saavedra, M., & Hernández, Y. (2008). *Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo*. Obtenido de Universidad de los Ángeles, Merida, Venezuela: <http://www.redalyc.org/pdf/257/25711784011.pdf>
- Sayan, M. (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro acopio compra y venta de aceitunas, en el distrito de Tacna, periodo 2011-2012*. Obtenido de Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tacna - Perú: http://tesis.uladech.edu.pe/bitstream/handle/ULADECH_CATOLICA/220/U008-Repitorio-Tesis-Uladech-Catolica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Siliceo, A. (2006). *Capacitación y Desarrollo de Personal*. (Cuarta ed.). México: Limusa.
- Silup, B. (2012). Las Mypes están haciendo crecer a Piura. (E. Belletich, Entrevistador)
- Sosa, Y. (2014). *Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del Instituto Tecnológico del Nororiente (ITECNOR), ubicado en los llanos de La Fragua, Zacapa*. Obtenido de Universidad Rafael Landívar - Guatemala: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Sosa-Yadira.pdf>
- Tolentino, K., & Vera, M. (2007). *Estudio de Pre-Factibilidad para la Producción y Comercialización de Cerámicas de Chulucanas. Lima - Perú*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú: tesis.pucp.edu.pe:8080/.../TOLENTINO_KARINA_ESTUDIO_DE_PRE-FACTIB
- Van, A. (2007). *EL SIGLO DE LOS MERCADOS EMERGENTES. Como una nueva clase e empresas de talla mundial se está tomando el mundo*. . Norma .
- Vanesa Pérez. *CALIDAD TOTAL EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. 2006. Primera. Vigo. (2006). Vigo.
- Vara, A. (2010). *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales? Manual breve para los tesisistas de Administración, Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing*. Obtenido de Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres. Lima – Perú. Segunda edición (Abreviada).

- Vilela, R. (2014). *Caracterización de la competencia laboral y competitividad en las mype, rubro Courier de Piura, año 2014*. Obtenido de Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - Piura: http://tesis.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CATOLICA/273
- Villarán, F. (2010). *Entrevista: La importnacia de la MYPE en el desarrollo del país*. Obtenido de <http://www.teleley.com/revistaperuana/villaran-66.pdf>

ANEXOS

Cuestionario

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE del rubro agua de mesa de Castilla, año 2016”**

I. CAPACITACIÓN

1.1 ¿Usted considera que necesita capacitarse? Si () No ()

**1.2 ¿En qué nivel considera su desempeño como empleado? Alto ()
Medio () Bajo ()**

1.3 ¿Usted requiere capacitarse frecuentemente? Si () No ()

**1.4 ¿Qué medios de capacitación le brindan la MYPE? Charlas ()
Capacitación externa () Medios Audiovisuales ()**

**1.5 ¿Considera que existe retroalimentación en la MYPE? Muy de
acuerdo() De acuerdo () Muy desacuerdo () Desacuerdo ()**

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE del rubro agua de mesa de Castilla, año 2016”**

I COMPETITIVIDAD

- 2.1 ¿Usted se considera un cliente frecuente? Si () No ()**
- 2.2 ¿Considera que los trabajadores tienen conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña? Si () No ()**
- 2.3 ¿Considera que su marca es reconocida en el mercado? Si () No ()**
- 2.4 ¿El personal de atención cuenta con los recursos adecuado para la atención? De acuerdo () Indeciso () En desacuerdo ()**
- 2.5 ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos? De acuerdo () Indeciso () En desacuerdo ()**
- 2.6 ¿Cuál es la calidad del servicio entregado? Bueno () Regular () Malo ()**
- 2.7 ¿Considera que los precios del producto están acorde con la calidad del producto y servicio? De acuerdo () Indeciso () En desacuerdo ()**
- 2.8 ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de la MYPE? Bueno () Regular () Malo ()**

Validaciones

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Lerida Isabel Saavedra Cordova, identificado con DNI 02609444, con el grado de Magister en Gestión Pública

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por la estudiante ELIZABETH OLINDA ALBURQUEQUE ORDINOLA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA - PIURA, AÑO 2016", que se encuentra realizando.

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



Mg. Lic. Adm. LERIDA ISABEL SAAVERDA CORDOVA
CLAD 02307

Piura, Noviembre 2016.

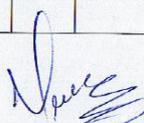


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS:

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA - PIURA, AÑO 2016”

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿En qué nivel considera su desempeño como empleado?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Usted requiere capacitarse frecuentemente?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Qué medios de capacitación le brindan la MYPE?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Considera que existe retroalimentación en la MYPE?	X			X		X	SI () NO (X)


Mg. Lic. Adm. LERIDA ISABEL SAVERDA CORDOVA
CLAD 02307

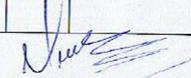


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS:

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA
- PIURA, AÑO 2016

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted se considera un cliente frecuente?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Considera que los trabajadores que tienen conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Considera que su marca es reconocida en el mercado?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿El personal de atención cuenta con los recursos adecuados para la atención?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Cuál es la calidad del servicio entregado?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Considera que los precios del producto están acorde con la calidad del producto y servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de la MYPE?	X			X		X	SI () NO (X)

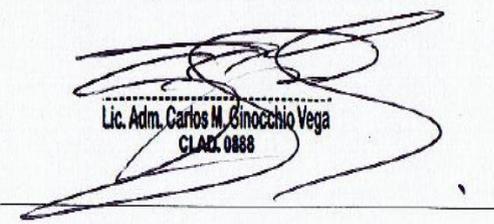

Mg. Lic. Adm. LERIDA ISABEL SAUVERDIA CORDOVA
CLAD 02307

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CARLOS MANUEZ GINOCCHIO VEGA, identificado con DNI 02867439, con el grado de Magíster en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: _____, elaborado por la estudiante ELIZABETH OLINDA ALBURQUEQUE ORDINOLA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA - PIURA, AÑO 2016", que se encuentra realizando.

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


Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega
CLAD. 0888

Piura, Noviembre 2016.

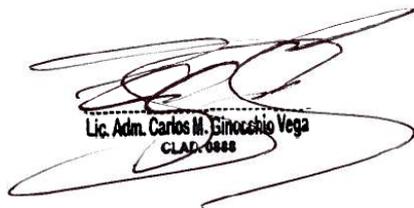


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS:

**“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA
- PIURA, AÑO 2016”**

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿En qué nivel considera su desempeño como empleado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿Usted requiere capacitarse frecuentemente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿Qué medios de capacitación le brindan la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿Considera que existe retroalimentación en la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)


Lic. Adm. Carlos M. Sinocchia Vega
CLAD-6888



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS:

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA
- PIURA, AÑO 2016

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted se considera un cliente frecuente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿Considera que los trabajadores tienen conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿Considera que su marca es reconocida en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿El personal de atención cuenta con los recursos adecuados para la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
6. ¿Cuál es la calidad del servicio entregado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
7. ¿Considera que los precios del producto están acorde con la calidad del producto y servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
8. ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)

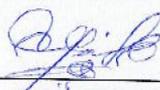
Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Vega
CLAB. 0588

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MANUEL GERARDO MERO HINOSTROZA, identificado con DNI 02659237, con el grado de Magister en Ciencias Políticas

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por la estudiante ELIZABETH OLINDA ALBURQUEQUE ORDINOLA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA - PIURA, AÑO 2016", que se encuentra realizando.

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


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

Piura, Noviembre 2016.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA
- PIURA, AÑO 2016”**

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿En qué nivel considera su desempeño como empleado?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Usted requiere capacitarse frecuentemente?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Qué medios de capacitación le brindan la MYPE?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Considera que existe retroalimentación en la MYPE?	X			X		X	SI () NO (X)

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS:

**“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO DE AGUA DE MESA EN EL DISTRITO DE CASTILLA
- PIURA, AÑO 2016**

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted se considera un cliente frecuente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿Considera que los trabajadores tienen conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿Considera que su marca es reconocida en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿El personal de atención cuenta con los recursos adecuado para la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
6. ¿Cuál es la calidad del servicio entregado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
7. ¿Considera que los precios del producto están acorde con la calidad del producto y servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
8. ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)


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

8.3 Libro de códigos

CAPACITACIÓN

¿Usted considera que necesita capacitarse?

Si	1
No	2

¿En qué nivel considera su desempeño como empleado?

Alto	1
Medio	2
Bajo	3

¿Usted requiere de capacitación frecuentemente?

Si	1
No	2

¿Qué medios de capacitación le brindan la MYPE?

Charlas	1
Capacitación externa	2
Medios audiovisuales	3

¿Considera que existe retroalimentación en la MYPE?

Muy de acuerdo	1
De acuerdo	2
Muy desacuerdo	3
Desacuerdo	4

COMPETITIVIDAD

¿Usted se considera un cliente frecuente?

Si 1
No 2

¿Considera que su marca es reconocida en el mercado?

Si 1
No 2

¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos

De acuerdo 1
Indeciso 2
En desacuerdo 3

Considera que los precios del producto están acorde con la calidad de producto y servicio

De acuerdo 1
Indeciso 2
En desacuerdo 3

¿Considera que los trabajadores tienen conocimiento sobre el rubro en el que se desempeña?

Si 1
No 2

¿El personal de atención cuenta con los recursos adecuado para atención?

De acuerdo 1
Indeciso 2
En desacuerdo 3

¿Cuál es la calidad del servicio entregado?

Bueno 1
Regular 2
Malo 3

¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de la MYPE?

Bueno 1
Regular 2
Malo 3

LIBRO DE CODIGOS DE CAPACITACIÓN

	C1	C2	C3	C4	C5
1	1	2	1	3	2
2	1	2	1	3	2
3	1	1	1	2	2
4	1	1	1	3	2
5	1	1	1	3	4
6	1	1	1	1	2
7	1	1	1	3	2
8	1	1	1	3	2
9	1	2	1	1	2
10	1	2	1	3	2
11	1	1	2	3	2
12	1	1	1	1	2
13	1	1	2	3	2
14	1	2	2	3	2
15	1	2	1	3	2
16	1	2	1	2	2
17	1	1	1	3	2
18	1	1	1	3	2
19	1	1	1	1	2
20	1	1	1	3	4
21	1	2	2	3	2
22	1	2	2	1	2
23	1	1	1	3	2
24	1	1	1	1	2
25	1	2	1	3	2
26	1	2	1	3	2
27	1	2	1	3	2
28	1	2	1	1	4
29	1	1	1	3	4
30	1	1	1	3	2
31	1	1	1	3	2
32	1	2	1	2	2
33	1	1	1	3	2
34	1	1	1	3	2
35	1	1	1	3	2
36	1	1	1	3	2
37	1	2	1	3	2
38	1	1	2	3	2
39	1	1	1	3	2
40	1	1	1	3	2

LIBRO DE CODIGOS DE COMPETITIVIDAD

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
1	1	1	2	3	1	1	1	2
2	1	1	1	2	1	1	1	2
3	1	1	2	3	2	2	2	2
4	2	2	1	3	1	1	1	2
5	1	1	1	1	1	1	1	1
6	2	2	1	1	1	1	1	1
7	1	1	2	1	1	1	1	2
8	1	1	2	1	1	1	1	2
9	2	2	2	1	3	2	2	2
10	2	1	1	3	3	2	1	2
11	1	1	2	3	3	2	1	1
12	1	1	1	3	1	2	2	2
13	1	1	1	3	1	2	2	2
14	1	1	2	3	1	2	1	2
15	2	2	1	2	3	2	3	2
16	1	2	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	2	1	2
18	1	1	2	1	2	2	1	2
19	1	1	2	3	1	1	1	2
20	2	2	1	1	1	1	1	1
21	1	1	2	1	2	2	1	2
22	1	1	2	3	1	2	1	2
23	2	1	1	3	1	2	2	2
24	2	2	1	3	1	2	1	1
25	1	1	1	1	2	2	3	2
26	1	1	1	3	1	2	3	2
27	1	1	1	1	1	1	1	2
28	1	2	1	3	1	1	1	2
29	2	2	2	3	1	2	1	2
30	1	1	1	3	1	2	3	1
31	1	1	1	1	2	2	2	2
32	1	1	1	1	2	1	1	1
33	1	1	1	1	3	2	1	1
34	1	2	1	3	1	2	3	1
35	1	1	1	1	1	1	1	2
36	2	2	2	1	1	1	1	2
37	1	2	2	1	1	2	1	1
38	2	2	1	1	1	2	1	1
39	1	2	1	2	1	2	3	2
40	1	2	1	3	2	2	1	2

41	1	1	2	3	1	1	1	2
42	1	1	1	2	1	1	1	2
43	1	1	2	3	2	2	2	2
44	2	2	1	3	1	1	1	2
45	1	1	1	1	1	1	1	1
46	2	2	1	1	1	1	1	1
47	1	1	2	1	1	1	1	2
48	1	2	1	3	1	2	3	1
49	1	1	1	1	1	1	1	2
50	2	2	2	1	1	1	1	2
51	1	2	2	1	1	2	1	1
52	2	2	1	1	1	2	1	1
53	1	2	1	2	1	2	3	2
54	1	2	1	3	2	2	1	2
55	1	1	2	1	1	1	1	2
56	2	2	2	1	3	2	2	2
57	2	1	1	3	3	2	1	2
58	1	1	2	3	3	2	1	1
59	1	1	1	3	1	2	2	2
60	1	1	1	3	1	2	2	2
61	1	1	2	3	1	2	1	2
62	2	2	1	2	3	2	3	2
63	1	2	1	1	1	1	1	1
64	1	1	1	1	1	2	1	2
65	1	1	2	1	2	2	1	2
66	1	1	2	3	1	1	1	2
67	2	2	1	1	1	1	1	1
68	1	1	2	1	2	2	1	2
69	1	1	2	3	1	2	1	2
70	2	1	1	3	1	2	2	2
71	2	2	1	3	1	2	1	1
72	1	1	1	1	2	2	3	2
73	1	1	1	3	1	2	3	2
74	1	1	1	1	1	1	1	2
75	1	2	1	3	1	1	1	2
76	2	2	2	3	1	2	1	2
77	1	1	1	3	1	2	3	1
78	1	1	1	1	2	2	2	2
79	1	1	1	1	2	1	1	1
80	1	1	1	1	3	2	1	1
81	1	2	1	3	1	2	3	1
82	1	1	1	1	1	1	1	2
83	2	2	2	1	1	1	1	2

84	1	2	2	1	1	2	1	1
85	2	2	1	1	1	2	1	1
86	1	2	1	2	1	2	3	2
87	1	2	1	3	2	2	1	2
88	1	1	1	2	1	1	1	2
89	1	1	2	3	2	2	2	2
90	2	2	1	3	1	1	1	2
91	1	1	1	1	1	1	1	1
92	2	2	1	1	1	1	1	1
93	1	1	2	1	1	1	1	2
94	1	2	1	3	1	2	3	1
95	1	1	1	1	1	1	1	2
96	2	2	2	1	1	1	1	2
97	1	1	2	3	1	2	1	2
98	2	2	1	2	3	2	3	2
99	1	2	1	1	1	1	1	1
100	1	1	1	1	1	2	1	2
101	1	1	2	1	2	2	1	2
102	1	1	2	3	1	1	1	2
103	2	2	1	1	1	1	1	1
104	1	1	2	1	2	2	1	2
105	1	1	2	3	1	2	1	2
106	2	1	1	3	1	2	2	2
107	1	1	2	3	1	1	1	2
108	1	1	1	2	1	1	1	2
109	1	1	2	3	2	2	2	2
110	2	2	1	3	1	1	1	2
111	1	1	1	1	1	1	1	1
112	2	2	1	1	1	1	1	1
113	1	1	2	1	1	1	1	2
114	1	1	2	1	1	1	1	2
115	2	2	2	1	3	2	2	2
116	2	1	1	3	3	2	1	2
117	1	1	2	3	3	2	1	1
118	1	1	1	3	1	2	2	2
119	1	1	1	3	1	2	2	2
120	1	1	2	3	1	2	1	2
121	2	2	1	2	3	2	3	2
122	1	2	1	1	1	1	1	1
123	1	1	1	1	1	2	1	2
124	1	1	2	1	2	2	1	2
125	1	1	2	3	1	1	1	2
126	2	2	1	1	1	1	1	1

127	1	1	2	1	2	2	1	2
128	1	1	2	3	1	2	1	2
129	2	1	1	3	1	2	2	2
130	2	2	1	3	1	2	1	1
131	1	1	1	1	2	2	3	2
132	1	1	1	3	1	2	3	2
133	1	1	1	1	1	1	1	2
134	1	2	1	3	1	1	1	2
135	2	2	2	3	1	2	1	2
136	1	1	1	3	1	2	3	1
137	1	1	1	1	2	2	2	2
138	1	1	1	1	2	1	1	1
139	1	1	1	1	3	2	1	1
140	1	2	1	3	1	2	3	1
141	1	1	1	1	1	1	1	2
142	2	2	2	1	1	1	1	2
143	1	2	2	1	1	2	1	1
144	2	2	1	1	1	2	1	1
145	1	2	1	2	1	2	3	2
146	1	2	1	3	2	2	1	2
147	1	1	2	3	1	1	1	2
148	1	1	1	2	1	1	1	2
149	1	1	2	3	2	2	2	2
150	2	2	1	3	1	1	1	2
151	1	1	1	1	1	1	1	1
152	2	2	1	1	1	1	1	1
153	1	1	2	1	1	1	1	2
154	1	1	2	1	1	1	1	2
155	2	2	2	1	3	2	2	2
156	2	1	1	3	3	2	1	2
157	1	1	2	3	3	2	1	1
158	1	1	1	3	1	2	2	2
159	1	1	1	3	1	2	2	2
160	1	1	2	3	1	2	1	2
161	2	2	1	2	3	2	3	2
162	1	2	1	1	1	1	1	1
163	1	1	1	1	1	2	1	2
164	1	1	2	1	2	2	1	2
165	1	1	2	3	1	1	1	2
166	2	2	1	1	1	1	1	1
167	1	1	2	1	2	2	1	2
168	1	1	2	3	1	2	1	2
169	2	1	1	3	1	2	2	2

170	2	2	1	3	1	2	1	1
171	1	1	1	1	2	2	3	2
172	1	1	1	3	1	2	3	2
173	1	1	1	1	1	1	1	2
174	1	2	1	3	1	1	1	2
175	2	2	2	3	1	2	1	2
176	1	1	1	3	1	2	3	1
177	1	1	1	1	2	2	2	2
178	1	1	1	1	2	1	1	1
179	1	1	1	1	3	2	1	1
180	1	2	1	3	1	2	3	1
181	1	1	1	1	1	1	1	2
182	2	2	2	1	1	1	1	2
183	1	2	2	1	1	2	1	1
184	2	2	1	1	1	2	1	1
185	1	2	1	2	1	2	3	2
186	1	2	1	3	2	2	1	2
187	1	1	2	3	1	1	1	2
188	1	1	1	2	1	1	1	2
189	1	1	2	3	2	2	2	2
190	2	2	1	3	1	1	1	2
191	1	1	1	1	1	1	1	1
192	2	2	1	1	1	1	1	1
193	1	1	2	1	1	1	1	2
194	1	1	2	1	1	1	1	2
195	2	2	2	1	3	2	2	2
196	2	1	1	3	3	2	1	2
197	1	1	2	3	3	2	1	1
198	1	1	1	3	1	2	2	2
199	1	1	1	3	1	2	2	2
200	1	1	2	3	1	2	1	2
201	2	2	1	2	3	2	3	2
202	1	2	1	1	1	1	1	1
203	1	1	1	1	1	2	1	2
204	1	1	2	1	2	2	1	2
205	1	1	2	3	1	1	1	2
206	2	2	1	1	1	1	1	1
207	1	1	2	1	2	2	1	2
208	1	1	2	3	1	2	1	2
209	2	1	1	3	1	2	2	2
210	2	2	1	3	1	2	1	1
211	1	1	1	1	2	2	3	2
212	1	1	1	3	1	2	3	2

213	1	1	1	1	1	1	1	1	2
214	1	2	1	3	1	1	1	1	2
215	2	2	2	3	1	2	1	2	2
216	1	1	1	3	1	2	3	1	1
217	1	1	1	1	2	2	2	2	2
218	1	1	1	1	2	1	1	1	1
219	1	1	1	1	3	2	1	1	1
220	1	2	1	3	1	2	3	1	1
221	1	1	1	1	1	1	1	1	2
222	2	2	2	1	1	1	1	1	2
223	1	2	2	1	1	2	1	1	1
224	2	2	1	1	1	2	1	1	1
225	1	2	1	2	1	2	3	2	2
226	1	2	1	3	2	2	1	2	2
227	1	1	2	3	1	1	1	1	2
228	1	1	1	2	1	1	1	1	2
229	1	1	2	3	2	2	2	2	2
230	2	2	1	3	1	1	1	1	2
231	1	1	1	1	1	1	1	1	1
232	2	2	1	1	1	1	1	1	1
233	1	1	2	1	1	1	1	1	2
234	1	2	1	3	1	2	3	1	1
235	1	1	1	1	1	1	1	1	2
236	2	2	2	1	1	1	1	1	2
237	1	2	2	1	1	2	1	1	1
238	2	2	1	1	1	2	1	1	1
239	1	2	1	2	1	2	3	2	2
240	1	2	1	3	2	2	1	2	2
241	1	1	2	1	1	1	1	1	2
242	2	2	2	1	3	2	2	2	2
243	2	1	1	3	3	2	1	2	2
244	1	1	2	3	3	2	1	1	1
245	1	1	1	3	1	2	2	2	2
246	1	1	2	3	1	2	2	2	2
247	1	1	2	3	1	1	1	1	2
248	1	1	1	2	1	1	1	1	2
249	1	1	2	3	2	2	2	2	2
250	2	2	1	3	1	1	1	1	2
251	1	1	1	1	1	1	1	1	1
252	2	2	1	1	1	1	1	1	1
253	1	1	2	1	1	1	1	1	2
254	1	1	2	1	1	1	1	1	2
255	2	2	2	1	3	2	2	2	2

256	2	1	1	3	3	2	1	2
257	1	1	2	3	3	2	1	1
258	1	1	1	3	1	2	2	2
259	1	1	1	3	1	2	2	2
260	1	1	2	3	1	2	1	2
261	2	2	1	2	3	2	3	2
262	1	2	1	1	1	1	1	1
263	1	1	1	1	1	2	1	2
264	1	1	2	1	2	2	1	2
265	1	1	2	3	1	1	1	2
266	2	2	1	1	1	1	1	1
267	1	1	1	1	3	2	1	1
268	1	2	1	3	1	2	3	1
269	1	1	1	1	1	1	1	2
270	2	2	2	1	1	1	1	2
271	1	2	2	1	1	2	1	1
272	2	2	1	1	1	2	1	1
273	1	2	1	2	1	2	3	2
274	1	2	1	3	2	2	1	2
275	1	1	1	2	1	1	1	2
276	1	1	2	3	2	2	2	2
277	2	2	1	3	1	1	1	2
278	1	1	1	1	1	1	1	1
279	2	2	1	1	1	1	1	1
280	1	1	2	1	1	1	1	2
281	1	2	1	3	1	2	3	1
282	1	1	1	1	1	1	1	2
283	2	2	2	1	1	1	1	2
284	1	1	2	3	1	2	1	2
285	2	2	1	2	3	2	3	2
286	1	2	1	1	1	1	1	1
287	1	1	1	1	1	2	1	2
288	1	1	2	3	1	1	1	2
289	1	1	1	2	1	1	1	2
290	1	1	2	3	2	2	2	2
291	2	2	1	3	1	1	1	2
292	1	1	1	1	1	1	1	1
293	2	2	1	1	1	1	1	1
294	1	1	2	1	1	1	1	2
295	1	1	2	1	1	1	1	2
296	2	2	2	1	3	2	2	2
297	2	1	1	3	3	2	1	2
298	1	1	1	3	3	2	1	1

299	1	1	1	3	1	2	2	2
300	1	1	1	3	1	2	2	2
301	1	1	2	3	1	2	1	2
302	2	2	1	2	3	2	3	2
303	1	2	1	1	1	1	1	1
304	1	1	1	1	1	2	1	2
305	1	1	2	1	2	2	1	2
306	1	1	2	3	1	1	1	2
307	2	2	1	1	1	1	1	1
308	1	1	2	1	2	2	1	2
309	1	1	2	3	1	2	1	2
310	2	1	1	3	1	2	2	2
311	2	2	1	3	1	2	1	1
312	1	1	1	1	2	2	3	2
313	1	1	1	3	1	2	3	2
314	1	1	1	1	1	1	1	2
315	1	2	1	3	1	1	1	2
316	2	2	2	3	1	2	1	2
317	1	1	1	3	1	2	3	1
318	1	1	1	1	2	2	2	2
319	1	1	1	1	2	1	1	1
320	1	1	1	1	3	2	1	1
321	1	2	1	3	1	2	3	1
322	1	1	1	1	1	1	1	2
323	2	2	2	1	1	1	1	2
324	1	2	2	1	1	2	1	1
325	2	2	1	1	1	2	1	1
326	1	2	1	2	1	2	3	2
327	1	2	1	3	2	2	1	2
328	1	1	2	3	1	1	1	2
329	1	1	1	2	1	1	1	2
330	1	1	2	3	2	2	2	2
331	2	2	1	3	1	1	1	2
332	1	1	1	1	1	1	1	1
333	2	2	1	1	1	1	1	1
334	1	1	2	1	1	1	1	2
335	1	2	1	3	1	2	3	1
336	1	1	1	1	1	1	1	2
337	2	2	2	1	1	1	1	2
338	2	2	2	1	1	1	1	2
339	1	2	2	1	1	2	1	1
340	2	2	1	1	1	2	1	1
341	1	2	1	2	1	2	3	2

342	1	2	1	3	2	2	1	2
343	1	1	2	1	1	1	1	2
344	2	2	2	1	3	2	2	2
345	2	1	1	3	3	2	1	2
346	1	1	2	3	3	2	1	1
347	1	1	1	3	1	2	2	2
348	1	1	1	3	1	2	2	2
349	1	1	2	3	1	2	1	2
350	2	2	1	2	3	2	3	2
351	1	2	1	1	1	1	1	1
352	1	1	1	1	1	2	1	2
353	1	1	2	1	2	2	1	2
354	1	1	2	3	1	1	1	2
355	2	2	1	1	1	1	1	1
356	1	1	2	1	2	2	1	2
357	1	1	2	3	1	2	1	2
358	2	1	1	3	1	2	2	2
359	2	2	1	3	1	2	1	1
360	1	1	1	1	2	2	3	2
361	1	1	1	3	1	2	3	2
362	1	1	1	1	1	1	1	2
363	1	2	1	3	1	1	1	2
364	2	2	2	3	1	2	1	2
365	1	1	1	3	1	2	3	1
366	1	1	1	1	2	2	2	2
367	1	1	1	1	2	1	1	1
368	1	1	1	1	3	2	1	1
369	1	1	2	3	1	1	1	2
370	1	1	1	2	1	1	1	2
371	1	1	2	3	2	2	2	2
372	2	2	1	3	1	1	1	2
373	1	1	1	1	1	1	1	1
374	2	2	1	1	1	1	1	1
375	1	1	1	1	1	1	1	2
376	1	1	2	1	1	1	1	2
377	2	2	2	1	3	2	2	2
378	2	1	1	3	3	2	1	2
379	1	1	2	3	3	2	1	1
380	1	1	1	3	1	2	2	2
381	1	1	1	3	1	2	2	2
382	1	1	2	3	1	2	1	2
383	1	1	2	3	2	2	2	2
384	2	2	1	3	1	1	1	2

ALBURQUEQUE_ORDINOLA_ELIZABETH_OLINDA-A-TITULO_DESC.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

46%

★ repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo