



**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 DE SERVICIOS
RUBRO FOTOCOPIADO DEL AA HH SANTA ROSA,
PIURA 2016**

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

AUTORA:

LILIANA AGUILAR ALBERCA

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2016**



**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 DE SERVICIOS
RUBRO FOTOCOPIADO DEL AA HH SANTA ROSA,
PIURA 2016**

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

AUTORA:

LILIANA AGUILAR ALBERCA

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2016**

JURADO EVALUADOR

LIC ADM. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS
PRESIDENTE

MGTR. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO
SECRETARIO

LIC ADM. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A todos los docentes de la Universidad, por impartirme conocimientos necesarios para el desarrollo de la investigación; de manera especial a la Dra. Mercedes Palacios de Briceño que gracias a su asesoría ha compartido sus conocimientos para culminar la elaboración de mi informe final de tesis.

A los empresarios MYPE dedicados al rubro Fotocopiado del A.H Santa Rosa, por el apoyo brindado en las facilidades de información y las facilidades para poder recoger información.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi Madre por ser un gran apoyo emocional durante el tiempo en que escriba esta tesis, y sobre todo a Dios por darme salud y bienestar.

Con todo cariño para mis hijas por motivarme en este camino difícil, así también a las personas que de alguna manera me apoyaron para lograr mi objetivo trazado.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE de servicios rubro Fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016; las variables seleccionadas son la capacitación y la competitividad, en la metodología de la investigación su nivel es cuantitativo, tipo descriptivo, con un diseño no experimental, transversal. La población está conformada por las 11 MYPE de servicio rubro Fotocopiado del AA.HH Santa Rosa donde la muestra está conformada por los 20 trabajadores y 384 clientes; la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la capacitación en las MYPE de servicio rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, en cuanto a los medios de capacitación se evidenciaron la prevalencia de reuniones eventuales; asimismo en cuanto a la frecuencia se determinó que generalmente es de forma anual. En cuanto a la variable competitividad, se estableció que las ventajas competitivas se enfocan en contar con personal con experiencia o calificado para el servicio, se busca la fidelidad de los clientes, para contar con la mayor representación en el mercado. Asimismo, las estrategias competitivas se enfocan en el precio del servicio y la calidad del producto para satisfacer a los clientes.

Palabras clave: Capacitación, Competitividad, MYPE, Caracterización, Fotocopiado.

ABSTRACT

The present research had as general objective to determine the characteristics of training and competitiveness of MYPE category Photocopying services of AA.HH Santa Rosa, 2016; the selected variables are training and competitiveness in research methodology is descriptive level, with a non-experimental, cross-sectional design. The population is made up of 11 service MYPE Photocopying category of AA.HH Santa Rosa where the sample consists of 20 employees and 384 customers; the data collection technique is the survey and the instrument is the questionnaire. Among the main findings it was determined that the characteristics of training in MYPE of photocopied AA.HH Santa Rosa, in terms of training means the prevalence of any meetings were evident; also in the frequency determined it is generally annually. As for the competitiveness variable, it was established that the competitive advantages focus on having experienced or qualified personnel for service, customer loyalty is sought to have the largest representation in the market. Also, competitive strategies focus on the price of service and product quality to satisfy customers.

Key words: Training, Competitiveness, MYPE, Characterization, Photocopying.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	24
2.1 Antecedentes	24
2.1.1 Variable Capacitación	24
2.1.2 Variable Competitividad	30
2.2 Marco teórico	35
2.2.1 Teoría de la Capacitación	35
2.2.2 Teorías de la Competitividad.....	46
2.3 Hipótesis.....	55
III. METODOLOGÍA.....	56
3.1. Diseño de la investigación	56
3.2. Población y Muestra.....	57
3.3 Definición y operacionalización de variables.	60

3.4 Técnicas e instrumentos	64
3.4.1 Técnicas	64
3.4.2 Instrumentos	64
3.5 Plan de análisis	64
3.6 Matriz de Consistencia:	68
3.7 Principios éticos.	69
IV. RESULTADOS	70
4.1 Resultados	70
4.2 Análisis de los resultados	77
V. CONCLUSIONES	90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
ANEXOS	93
8.1 Cuestionario	94
8.2 Validaciones.....	96

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla N° 4.1 Edad del Trabajador</i>	70
<i>Tabla N° 4.2 Sexo</i>	70
<i>Tabla N° 4.3 Grado de Instrucción</i>	71
<i>Tabla N° 4.4 Tiempo en años laborando en MYPE</i>	71
<i>Tabla N° 4.5 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?</i>	71
<i>Tabla N° 4.6 ¿Usted considera que necesita capacitarse?</i>	72
<i>Tabla N° 4.7 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?</i>	72
<i>Tabla N° 4.8 ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?</i>	72
<i>Tabla N° 4.9 ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?</i>	72
<i>Tabla N° 4.10 ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?</i>	73
<i>Tabla N° 4.11 ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?</i>	73
<i>Tabla N° 4.12 ¿Cómo considera el nivel de desempeño en la MYPE?</i>	73
<i>Tabla N° 4.13 ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?</i>	73
<i>Tabla N° 4.14 ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?</i>	74
<i>Tabla N° 4.15 ¿Cómo considera que es el trato al cliente?</i>	74
<i>Tabla N° 4.16 ¿Considera que la MYPE cuenta con el personal necesario?</i>	74
<i>Tabla N° 4.17 ¿Para usted los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención?</i>	74
<i>Tabla N° 4.18 ¿Usted se considera un cliente frecuente?</i>	75
<i>Tabla N° 4.19 ¿Considera que la fotocopiadora es reconocida en el mercado?.....</i>	75
<i>Tabla N° 4.20 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?.</i>	75
<i>Tabla N° 4.21 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?</i>	75
<i>Tabla N° 4.22 ¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?</i>	76

<i>Tabla N° 4.23 ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?</i>	<i>76</i>
<i>Tabla N° 4.24 ¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado?</i>	<i>76</i>
<i>Tabla N° 4.25 ¿Considera que el precio de los servicios está acorde a la calidad del producto?</i>	<i>76</i>
<i>Tabla N° 4.26 ¿Cuál es su percepción en relación al servicio?.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla N° 4.27 ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados?</i>	<i>77</i>

I. INTRODUCCIÓN

Zevallos (2010) manifiesta que las MYPE son importantes agentes económicos para promover el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. Una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desempeño de estas empresas debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción.

Espinoza (2006) en su análisis del panorama e importancia de la micro y pequeña empresa relata que las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

En la actualidad existe consenso respecto del papel fundamental que cumple la MYPE dentro de la estructura económica del Perú y de los otros países de América Latina. En el caso peruano, son varios los factores que explican la importancia de este tipo de unidades económicas. Por un lado, está su relevancia en términos cuantitativos, ya que concentran 98.6% del total de empresas en Perú, contribuyen aproximadamente con 42.1% de la producción nacional (Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, 2006) y generan 88% del empleo (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2008).

La MYPE en Perú, representan el 94,2% de las empresas a nivel nacional, la pequeña empresa es el 5,1% (68 243 empresas) y la mediana empresa el 0,2% (2 451 empresas). Asimismo, las MYPE con ventas menores o iguales a 13 UIT representan

el 70,3% del tejido empresarial formal, y en el extremo superior las empresas con ventas mayores a 2300 UIT representan tan solo el 0,6%. (Huerta, 2014)

Piura a nivel nacional se encuentra en el cuarto lugar, en cuanto a la participación empresarial; y, respecto a la participación de las MYPE formales, esta es del 3,8%. Piura en los últimos años posee una gran actividad comercial, movida principalmente por las Micro y pequeñas empresas; por lo tanto, son las que generan la mayoría de los puestos de trabajo. (Silupu, 2012)

Las MYPE surgen por la falta de puestos de trabajo ya que estas personas (que generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar su propia fuente de ingresos, ya que esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, en las últimas décadas las micro y pequeñas empresas (MYPE) han sido objeto de una gran atención tanto por investigadores y académicos, como por empresarios y políticos (Villarán, 2007).

Asimismo se desconoce si tienen acceso o no a programas de capacitación, si capacitan a su personal, etc. Finalmente, tampoco se conoce si dichas MYPE han sido rentables o no, en estos últimos años. Así mismo, los pequeños empresarios del rubro restaurantes tienen limitaciones para acceder a un taller de capacitación ya sea por falta de financiamiento o por falta de una adecuada gestión competitiva (Sinarahua, 2011).

En el caso de las MYPE del rubro fotocopiado, se evidencia que está actividad registra un incremento de negocios en la ciudad de Piura; por lo general se ubican en zonas aledañas a instituciones donde se requieren presentación de documentos; asimismo el aumento de la demanda responde al aumento de universidades y programas de postgrado, que por lo general se dictan los sábados o domingos. Desde el punto de vista de inversión; este rubro requiere una inversión en maquinarias y

equipos de fotocopiado, y de computo; en promedio se estima que se debe contar con dos fotocopiadoras medianas, contar con suministros y el gasto de electricidad; se requiere de personal con experiencia en el rubro, ya que se requiere rapidez en el manejo de los equipos. Además este servicio se puede complementar con impresiones y/o tipeos.

En el análisis del ambiente externo o macroambiente, Perú se encuentra en un periodo positivo para el aumento de la inversión, debido principalmente en las buenas oportunidades de negocios que presenta la economía como consecuencia de la estabilidad macroeconómica y el contexto externo favorable. 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.

En los últimos años, la economía peruana ha experimentado un crecimiento en su economía. El Producto Bruto Interno (PBI), creció entre el 2003 al 2012, a una tasa promedio anual del 6,5 %. En tanto, el PBI per cápita se ha duplicado en los últimos veinte años. En relación a los factores económicos, la economía peruana creció 3.87% en Junio del 2015 según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), cifra superior a la expansión alcanzada en mayo (1.22%), generando así un mayor poder adquisitivo por parte de los clientes, siendo así las empresas deben implementar estrategias que atraigan más clientes y explorar nuevos sectores de mercado.

El presidente del BCR, Julio Velarde en Agosto 2013, refirió que la demanda interna creció 7.1% en el primer semestre, tasa incluso superior a la del primer semestre de 2012. Esa expansión fue explicada principalmente por la inversión pública, que pasó de una caída de 18,0% a un incremento de 20,8%, en que

destacaron el dinamismo de los gastos de inversión de los gobiernos regionales y locales (Velarde, 2013).

En detalle, el gasto privado, componente de la demanda interna, subió 5% a tasa anual por el buen desempeño del consumo privado, que avanzó 5,2%. En tanto, la inversión privada se expandió 3,9% interanual y se mantuvo por encima del 20% del PBI, debido al impulso de las inversiones en el sector minero, hidrocarburos, eléctrico, manufactura, pesca, entre otros (Ministerio de Economía y Finanzas, 2013).

La balanza comercial habría sido negativa en el 2013, pero se prevé que será positiva en el 2014 y 2015 por el mayor dinamismo de los proyectos mineros en el país, se estimó que la balanza comercial habría sido negativa en US\$396 millones en el 2013, luego de haber sido positiva en US\$4.821 millones en el 2012. Sin embargo, proyectó que sería positiva este año y el siguiente en US\$40 millones y US\$1.700 millones, respectivamente. (BCR, 2013)

Dentro del análisis del Macroentorno; el Fondo Monetario Internacional (2013) proyectó que el crecimiento real de la economía peruana será de 5.5 por ciento en el 2014, ligeramente por debajo de su potencial, mientras que la inflación se reducirá a 2.5 por ciento. Este nivel de inflación se explica porque las expectativas están bien ancladas, debido al fuerte marco de metas de inflación del Banco Central de Reserva (BCR), dijo en su reciente evaluación de la economía peruana, al concluir la consulta del Artículo IV con Perú. (Fondo Monetario Internacional, 2013)

Dentro del aspecto legal, las modificaciones a la “Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”, conocida como Ley de MYPE, permitirán que 170 mil

empresas de este sector se formalicen en 2014, estimó la Sociedad Peruana de Pymes (Panizo, 2014).

Hoy en día los municipios facilitan la obtención de la licencia de funcionamiento con solo presentar una solicitud con carácter de Declaración Jurada que se debe llenar y firmar al iniciar el trámite, por tanto las MYPE deben formalizarse siendo un paso necesario para obtener diversos incentivos y beneficios para que su negocio crezca, se desarrolle y sea competitivo, lo que le permitirá enfrentar con éxito el mercado nacional e internacional. Actualmente es mucho más fácil, rápido y barato obtener su licencia de funcionamiento gracias a la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento N° 28976 que fue promulgada en febrero del 2007 y que uniformó este procedimiento en todos los municipios del país.

Resulta entonces que con la formalización de su negocio le proporcionará grandes beneficios que sin duda se debe aprovechar porque se podrá acceder a créditos a través del sistema financiero formal, participar en programas de capacitación a los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, a fin de fortalecer sus conocimientos tecnológicos para la innovación en procesos, servicios y otros, además poder incluirse en diversos registros y bases de datos clasificados que las instituciones y los clientes solicitan para comprar y los proveedores para vender (Trivilli, 2013).

La nueva Ley de la micro y pequeña empresa, aprobada por Decreto Legislativo N° 1086, constituye una norma integral que no solo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional.

Así lo sostiene un informe legal de la Cámara de Comercio de Lima, el cual concluye que esta novedosa legislación constituye la norma más importante expedida por el Gobierno en el marco de las facultades legislativas delegadas por el Congreso de la República mediante la Ley N° 29157.

Ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. De este modo una microempresa podrá contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada. Desde ahora una microempresa será la que tiene ventas anuales hasta por un máximo de 150 UIT (S/.555 mil) y una pequeña empresa la que vende entre 150 UIT (S/.555 mil) y 1.700 UIT (S/.6'290.000).

En cuanto a la estabilidad del gobierno, se han planteado modificaciones como es el caso del cambio de Régimen Laboral Especial al Régimen Laboral General (dado a partir del Julio del 2013), en tal sentido la Microempresa está obligada a pagar a sus trabajadores Seguro Complementario de Trabajo Riesgo, Seguro de Vida, Derechos Colectivos, Participación en las Utilidades, Compensación de tiempo de servicio y Gratificaciones, constituyendo un mayor desembolso de dinero de los ingresos de la empresa. Por otro lado, hasta el momento no se establece por parte del Gobierno convenios que permitan que el Banco del estado proporcione financiamiento con tasas mínimas de interés que les permita estabilidad y economía de escala, lo que implica que al efectuarse contratación formal las MYPE se verán obligadas a realizar estos pagos a favor de los trabajadores, lo cual debido a su capacidad financiera no les es posible, originando así la contratación informal de personal.

En cuanto a la regulación de las MYPE, las autoridades intervienen en este sector en la legalización y formalización de sus actividades, pagos de impuestos

regulados por la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), así mismo la Municipalidad otorga la Licencia de Funcionamiento (Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil).

A nivel del microambiente, las MYPE cuentan con reducido capital, y los volúmenes de insumos para el desarrollo de sus actividades, por lo cual no tienen poder de negociación con los proveedores, por ende el microempresario debe aceptar los requisitos exigidos por el proveedor. De acuerdo a Weinberger (2009) el proveedor es poderoso cuando son pocos los proveedores y existen altos niveles de inversión, ya que el producto no puede ser sustituido fácilmente, en este caso las hojas Dina A4 necesarias para realizar las fotocopias.

El poder de negociación de los clientes, es alto ya que los clientes pueden elegir entre la variedad de la oferta ya sea por el precio, la calidad de fotocopia o por otros servicios que brinde, aun así su nivel de necesidad del servicio no es en gran volumen, por ello es necesario contar con estrategias que permitan captar el mayor número de clientes (Weinberger, 2009).

La rivalidad entre los competidores se presenta en la competencia de precios, número de servicios, calidad de las fotocopias y publicidad; debido a que las MYPE deben conseguir el mayor número de venta al día, por lo cual es necesario e imperante contar con estrategias que permitan generar mayor competitividad que origine un aumento en su rentabilidad.

Por otro lado la amenaza de productos sustitutos, es baja ya que los clientes recurren al servicio de fotocopias en la zona de Asentamiento Humano Santa Rosa, debido a los trámites necesarios en la zona de Educación, no existen medios electrónicos que puedan sustituir la presentación de los mismos (Porter, 2001).

En el ambiente interno se observa que las MYPE de servicio rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, cuenta en su mayoría con local alquilado, he inmuebles acondicionados para el servicio, debido a que divisaron una oportunidad de negocio, se debe agregar que algunos vecinos al darse cuenta, de la oportunidad se incursionaron en el rubro. La infraestructura de las MYPE cuenta con reducidos espacios, presentan bienes de cómputo con conexión a internet, algunas cuentan con vitrinas y/o escritorios donde exponen productos de librería.

Las MYPE, en su mayoría cuentan con toda la documentación para el adecuado funcionamiento del negocio, es decir son formales, existen algunas generalmente empresas familiares que se incursionaron al negocio que no cuentan con licencias de funcionamiento. Generalmente quien realiza el servicio es el mismo dueño del local, aunque algunas cuentan con trabajadores que suelen ser 01 o 02 personas como máximo.

En cuanto a la maquinaria que cuentan se aprecia que por lo general tienen entre dos o tres máquinas fotocopiadoras, que por lo general son máquinas en estado de conservación regular, que presentan varias fallas, que ellos mismos solucionan, algunas MYPE cuentan con máquinas nuevas. Los precios de los servicios son precios dentro del promedio, se realizan rebajas en cuanto a las copias, pero no por las impresiones, ya que algunas MYPE cuentan con este tipo de servicio, o el anillado, tipeos, cabinas de internet.

Las MYPE no realizan publicidad, solo carteles que indican que allí se realiza fotocopiado, o “jaladores” que invitan a venir a alguna fotocopiadora en particular, generalmente tienen un público cautivo ya que los clientes son personas que requieren realizar trámites en la zona de educación. Casi ninguna de las MYPE

conoce o realiza estrategias que les permita generar mayor competitividad, se basan en una buena atención y precio, para tratar de obtener la mayor cantidad de clientes.

Considerando la caracterización, en la investigación se estudia las características de las variables capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro fotocopiado del espacio del AA.HH. Santa Rosa de Distrito y Provincia de Piura. A la variable capacitación, es conocido que la capacitación del personal es de vital importancia para las MYPE, porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos y a la vez reporta en los beneficios de las MYPE, así mismo logran ventajas competitivas al adoptarla en sus funciones, por lo tanto es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto se puede implantar nuevas formas de trabajo, la micro y pequeña empresa que lo adopte generará un valor agregado. La capacitación en las MYPE en la actividad empresarial, como para los que ya están en este camino empresarial, pues requieren de información y conocimiento a través de la capacitación, para el mejor manejo de su negocio. Los Empresarios de la Micro y pequeña empresa, requieren tener una visión integral de cómo gestionar una empresa y una actitud emprendedora que es básica, para salir adelante. Según investigaciones realizadas, nos indica que el gran número de microempresas y la importante proporción de la Población Económica Activa.

Tratando el factor externo vinculado en la economía se considera a Suclupe Anthony, (2015), comenta que el PBI peruano continuó desacelerándose por cuarto año consecutivo en el 2014, y, según las estimaciones del Banco Central de Reserva en la presentación del Reporte de Inflación, solo habría crecido 2.4%, la tasa más baja en los últimos cinco años. ¿Se recuperará el ritmo de crecimiento del PBI este año? El BCR y el MEF sostienen que sí, y sus proyecciones son 4.8% y

5%, respectivamente. Otros analistas tienen miradas menos optimistas. El consenso que recoge la consultora Focus económicos es de 4.5%, mientras que el Fondo Monetario Internacional rebajó 1.1 puntos porcentuales menos para la economía peruana (en octubre del año pasado había estimado un crecimiento de 5.1% en el 2015), en línea con la reducción de su proyección en un punto porcentual para América Latina, por ello se formuló dos preguntas: ¿Qué factores incidirán en el crecimiento este año? Y; ¿Cuáles son los escenarios más probables y los riesgos más grandes? Concluyendo que los principales factores se dividen en dos grupos:

Entorno internacional y Variables locales.

El Banco Central de Reserva en la presentación del Reporte de Inflación estima que el entorno internacional actualmente se ordena en componentes mixtos que fortalecen el crecimiento del Perú en este año, pero el efecto neto puede ser menos favorable que lo esperado. Influye el endurecimiento de la política monetaria la cual incrementa el costo financiero de las empresas peruanas, con la variabilidad de negociaciones y la intervención de diversos países como México, China, EE.UU, esto significaría un abaratamiento de costos de producción e incremento de productividad para el Perú. Mirando hacia adentro se identifican las variables locales las mismas que también son mixtas. El gobierno tiene espacio y capacidad para aplicar políticas económicas anti cíclicas, a diferencia del año pasado y con especial énfasis en la inversión pública. No obstante, su efectividad sigue siendo incierta. De hecho, la pobre implementación de los paquetes de reactivación presentados el año próximo pasado por el Ministerio de Economía y Finanzas no tuvo el impacto esperado para que se recuperen la inversión y la confianza empresarial. Esta última parece muy sensible a los resultados del avance económico y a la creciente debilidad

del gobierno de Ollanta Humala. El Perú llega al 2015, a diferencia del promedio de las economías latinoamericanas, con características macroeconómicas favorables (una inflación con tendencia al rango meta, un nivel alto de reservas internacionales (RIN) y un bajo nivel de deuda externa); así como una mayor propensión al gasto público, que impulsarían el crecimiento en mayor medida que en el 2014. Sin embargo, todo esto no sería suficiente para alcanzar las expectativas del gobierno. Sobre la base de esa información, elaboró un análisis exhaustivo de los factores que determinarán el crecimiento de la economía peruana. Desde esta perspectiva en la economía nacional los presidentes como Ollanta Humala, Alejandro Toledo, Alan García, y Alberto Fujimori, permitieron el crecimiento desmedido de la informalidad de las MYPE, considerando que no tenían los mecanismos políticos económicos para ingresarlos a la formalidad, y además principalmente por que los resultados económicos del gobierno en alto porcentaje se debía a la participación activa de las MYPE.

Continuando se considera a la oficina de estadística de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), del Perú, referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPE en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú y el 80.96% de la población económicamente activa, se aprecia que desde el inicio de los negocios de los empresarios y en el transcurrir de los años, las MYPE perciben que la competencia los obliga a desarrollar estrategias que les permitan permanecer en el mercado. Estas están relacionadas con mejoras en la calidad del producto, estrategias de diferenciación, segmentación de mercado y políticas de

precio, aspectos que constituyen los principales retos para su desarrollo (MTPE, 2007).

De otro lado se toma en cuenta a Gilberto, J (2009) en el tema Análisis y propuestas para la formalización de las micro y pequeñas. Empresas Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) surgen de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el Estado, tampoco por las grandes. Empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo, y por lo tanto, estas personas guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, y para ello, recurren de diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto-emplearse y emplear a sus familiares.

Unos de los problemas de las MYPE del servicio de fotocopiado es la calidad de la fuerza laboral, es así que las MYPE representan una parte importante de la fuerza laboral en muchos países y constituye en sí misma al centro de la actividad económica. Por otro lado, a pesar del considerable número de empleos que genera al sector, la calidad de los mismos es muy variada, es por ello que el futuro es aún incierto ya que el 90% de su totalidad tiene baja productividad, es decir el trabajo se mantiene autónomo y con la finalidad de la subsistencia familiar, esto hace que la empresa tenga muy escaso potencial de crecimiento (Palacios, 2011).

Las MYPE en el Perú son las mayores generadoras de empleo, además contribuyen con un alto porcentaje del PBI. Sin embargo es uno de los sectores con menos apoyo concreto y decidido por parte del gobierno. Por ejemplo, no existe un sistema nacional de capacitación dirigido a mejorar la competitividad de las MYPE a medio plazo como sí lo tienen otros países latinoamericanos (Chile, Brasil y

México), de cuyas experiencias se ha podido identificar que básicamente se debe contar con cuatro subsistemas: regulatorio, de representación, apoyo y promoción de proveedores de servicios de capacitación o desarrollo empresarial, y de financiamiento (Lourffat, 2008).

En Perú, según información del Ministerio de la Producción (2013), las micro y pequeñas empresas (MYPE) representan el 99,3 % de todas las empresas; el sector comercio concentra un 47 % de las anteriores y, entre ellas, el 69,1 % se dedica a la venta minorista; de acuerdo con información recogida por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012), del total de 7 982 000 unidades productivas que operaban en el territorio nacional, 6 960 000 eran informales (82 %), el mayor número de unidades informales se concentró en el agro (33,8 %) y la actividad comercial (23,9 %); los niveles de informalidad, respecto al PBI, se estimaron entre 35 % y 60 % en años recientes (Machado,2014).

La movilización económica de las MYPE en el Perú es seguida por la Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial- del programa Perú Progreso para todos, estadísticas del micro, pequeña y mediana empresa, del Ministerio de la Producción (2012), siendo responsable de sus contenidos el Electronic Communication Network. Julio César Ortiz Berrú. Tomado para conocimiento del comportamiento de las Micro y Pequeñas empresas MYPE. La economía peruana ha experimentado un crecimiento sin precedentes. Entre el 2003 y el 2012, el producto bruto interno (PBI) creció a una tasa promedio anual del 6,5 %. En tanto, el PBI per cápita se ha duplicado en los últimos veinte años. Durante el 2012, la economía peruana creció 6,3%, tasa inferior a la registrada en el 2011 (6,9%), pero constante con la tasa de crecimiento potencial de largo plazo, que se

ubica alrededor de 6,5%. El Banco Central de Reserva explico que el crecimiento se debió fundamentalmente al dinamismo, aptitud, y entrega apasionada de las personas con ganas de ser emprendedores visionarios a un acertado crecimiento; no se puede dejar de lado en este espacio a las MYPE prestadoras del servicio de fotocopiado, la realidad nos dice que en el sector oeste de Piura nacen como una fuente de trabajo familiar.

Asimismo no se puede desconocer que las MYPE de fotocopiado del sector Asentamiento Humano a fecha por la naturaleza de la prestación de su servicio no tienen posibilidad de aportar en el crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios los cuales crecieron 4,8% en el 2012, tasa menor que la registrada durante el año previo (8,8%) en un contexto de desaceleración del crecimiento del comercio mundial.

De esta manera se consideró el crecimiento económico y creación de empresas de nuevas empresas depende de la existencia de personas capaces de realizar la funciones de emprendedor y/o de empresario (características personales), de la oportunidad de obtener beneficios desarrollando nuevas actividades económicas, o actividades ya existentes de un modo más eficiente, y de la disponibilidad de recursos en el entorno (recursos financieros, capital humano, capital social, etc. La relación entre creación de nuevas empresas y crecimiento económico se da en una doble dirección: por una parte, un mayor espíritu emprendedor debe ser favorable al ritmo de actividad, tiende a incrementarse la creación de empresas. Estas tienen su fortaleza en el crecimiento de las mismas por la variable de despido del trabajo de trabajadores dependientes, por ello se ve aumentado el costo de probabilidad de crear una MYPE. Una especial atención

concita en este punto el análisis de la variable desempleo, ya que su influencia es ambigua.

Se debe considerar que en el Perú que la creación de empresas no representa que estas contribuyan al crecimiento económico y del mismo a la generación de nuevos empleos ello se encuentra supeditado de una u otra forma al entorno rutinario de una empresa y a las innovadoras.

No se puede desconocer que las regiones desde un enfoque de desarrollo económico local desarrollan un papel importante en el proceso de crecimiento y cambio estructural mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, para elevar el bienestar de la población de la región. Cada una de las regiones tiene su propio nivel de desarrollo en virtud de su mercado interior que se caracteriza por una determinada estructura productiva, mercado de trabajo, capacidad empresarial y tecnológica, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político. Este conjunto de características culturales, sociales y económicas, que conforman los aspectos institucionales de la región, condiciona los procesos de empresariales local influye en el nacimiento de las nuevas empresas, Piura es un texto de segmentación empresarial, por ello las MYPE ubicadas en el sector oeste, de manera especial en el Asentamiento Humano del Distrito Nuevo 26 de Octubre, para lograr el desarrollo empresarial, dado que estos factores permitirán reducir la incertidumbre y los costos que implican gestionar la empresa.

Se considera el factor externo desde la temática de factores políticos y legales se tiene que dentro del desarrollo productivo y el desarrollo empresarial dentro de las MYPE, los trabajadores que se encuentren bajo la ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa, hasta el 30 de

septiembre de 2008, se mantienen bajo dicho régimen, hasta el 4 de julio de 2016; con fecha posterior, ingresarán al régimen general laboral de la actividad privada; Su acogimiento del régimen laboral regulado en el decreto legislativo N° 1086, permanecerá al régimen especial de la microempresa sin límite temporal. La ley N° 30056 tiene como objetivo Establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas, vigencia: 03.07.2013.

A través de la Ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, publicada el 2 de julio de 2013, se han introducido importantes modificaciones en el régimen laboral especial de las micro y pequeñas empresas. Se ha eliminado el número máximo de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización; además, se ha creado un nuevo nivel de empresas: Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT y Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT. El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Micro Pequeña y Mediana Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de Producción cada dos años.

La OIT (Organización Internacional del Trabajo) en su informe sobre fomento de las pequeñas y medianas empresas, presentado en la 72 reunión de la

conferencia internacional del trabajo realizada en Ginebra en 1986, define de manera amplia a las pequeñas y medianas empresas pues considera como tales, tanto a empresas modernas, con no más de 50 trabajadores como a empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales); la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) define a la micro empresa como unidad productora con menos de 10 personas ocupadas incluyendo al propietario, familiares y trabajadores tanto permanentes como eventuales.

Gremios vinculados al sector estiman que una micro y pequeña empresa necesita alrededor del 25 % de sus ventas para adecuarse al sistema tributario o, cuando menos, gastar S/. 100 000 anuales en un contador, un asistente, un sistema de cómputo básico, imprimir y legalizar libros, entre otros (Gestión, 2014); además, si son designadas como agentes de retención y percepción, o si realizan detracciones, incurren en costos adicionales tales como capacitación, requerimientos de personal, ajustes al sistema contable, preparación y entrega de información especial, etc.; se debe señalar además, que si estas obligaciones y encargos del administrador no son realizados según las formas establecidas –bien por limitaciones o simple ineficiencia– la empresa se sitúa en un supuesto irregular que podría devenir en penalidades (sanciones fiscales) o contingencias no esperadas (fiscalizaciones) cuya atención y solución significarían mayores gastos (Peralta, 2015).

EL Registro de Micros y Pequeñas Empresas (REMYPE), administrado por el Ministerio de Trabajo, a partir de la reglamentación de la Nueva Norma será Administrado por la SUNAT. Además modifica la Ley del Impuesto a la Renta, estableciendo que los perceptores de rentas de tercera categoría cuyos ingresos brutos

anuales no superen las 150 UIT, deberán llevar como mínimo un Registro de Ventas, un Registro de Compras y Libro Diario Formato simplificado y crea el Nuevo Régimen Único Simplificado el mismo que comprenderá a las EIRL (Empresa Individual de Responsabilidad Limitada), antes solo era de aplicación a las personas naturales no a las personas jurídicas. El Reglamento de Restaurantes DECRETO SUPREMO N° 025 – 2004 – MINCETUR, establece los requisitos y procedimientos para autorizar la prestación del servicio de Restaurante, así como la obligatoriedad a todos los que inicien operaciones de presentar la Declaración Jurada de cumplimiento de las normas relativas a las condiciones del servicio que presten. Según R.M. N° 081 – 94 - ITINCI del 12.08.94 señala que los establecimientos que expenden comidas y bebidas incluyan en sus listas de precios el IGV y el recargo al consumo.

De acuerdo a un estudio del Ministerio de Trabajo se identifica que los trabajadores de las MYPE no perciben legalmente una remuneración conforme a ley, a pesar, que existen aspectos legales donde se encuentra la Remuneración Mínima Vital que es el monto mínimo mensual que debe percibir un trabajador de la actividad privada por una jornada de ocho horas. El requisito para percibirlo es laborar por lo menos 4 horas diarias o 24 horas semanales, así se desprende del Artículo 3° de la Resolución Ministerial N° 091-92-TR. El mismo que también establece que de trabajar menos de 4 horas diarias el sueldo será proporcional a la Remuneración Mínima (Antón, 2015).

Las MYPE de servicio de fotocopiado del sector de Santa Rosa del Distrito 26 de Octubre, provincia y departamento de Piura, en su mayoría carecen de la realidad de la exigencia que representar tener conocimiento del saber hacer bien las

cosas desde la primera vez, en ello tiene que ver directamente en quienes dirigen estas MYPE, donde privan al personal de la especialización, por ello encuentran barreras gerenciales que los limita en el despliegue empresarial.

En el sector oeste del Distrito de Piura las MYPE de servicio de fotocopiado se han constituido en un segmento importante en la generación de empleo, contribuyendo al crecimiento del producto bruto interno (PBI), actuando como fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza, proporcionan puestos de trabajo, generadoras de ingreso familiar, finalmente contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, se debe pues propiciar el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen una MYPE, eliminando pues todo trámite tedioso.

Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. En el caso de que las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta (Rivera, 2011).

El Perú en su afán de proteger al empresariado de la competencia desleal, ha legislado en favor de estos, decretando legislación como: Decreto legislativo N° 1034- Ley de represión de conductas anticompetitivas, publicado en el diario oficial El Peruano el 25 de junio de 2008; Decreto Legislativo N° 1205- Modificación del

Decreto Legislativo 1034. Publicado en el diario oficial El Peruano el Miércoles 23 de septiembre de 2015; el Decreto Legislativo N° 701-Ley que elimina las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia (derogado por el Decreto Legislativo No1034). Publicado en el diario oficial El Peruano el 7 de noviembre de 1991; publicada en el diario oficial El Peruano el 19 de noviembre de 1997; y la Resolución N° 027-2013/CLC-INDECOPI - Lineamientos sobre Confidencialidad de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia. Publicada en el diario oficial El Peruano el 13 de octubre de 2013. Estos instrumentos legales protegen al emprendedor y empresario en todo el Perú, sin embargo el empresariado se ve ciertamente desprotegido por la inacción de sus autoridades y del público mismo ante el desconocimiento de las normas que lo protegen como consumidor (Normas Legales).

En Piura como en todo el Perú los costos laborales se definen como aquellos egresos del empleador relativos al inicio, mantenimiento y terminación de la relación de trabajo, vinculados entre sí por efectos de las disposiciones legales y/o convencionales, independientes de los gastos administrativos. Están comprendidos, entonces, desde el propio salario hasta los costos derivados de beneficios adicionales, legales o contractuales, contribuciones, y cualquier otro gasto que se relacione con la contratación e incluso con el despido de los trabajadores. La doctrina distingue dos clases de costos laborales: los salariales o directos y los no salariales o indirectos. Los primeros se integran por el salario y todos los beneficios sociales y derechos que se calculan en base a aquél, y son abonados al propio trabajador. Los segundos, también se calculan tomando a las remuneraciones como referencia; pero, en cambio, se trasladan a un tercero, público o privado, en forma de contribuciones o impuestos.

D.S. 001-96-TR (Reglamento de la Ley de Fomento al Empleo), Roger Enrique Zavaleta Rodríguez, Profesor de Derecho Laboral en la Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo – Perú.

De otro lado los factores tecnológicos considerando que la aplicación de las tecnologías de la información en el sector fotocopiado se ha logrado grandes beneficios como el conocer mejor las necesidades de los clientes, ofrecer una mejor entrega del servicio, llegar a un mayor número de clientes y optimizar sus recursos logrando aumentar su eficiencia. Se concluye que las tecnologías de información bien aplicadas se traducen a una mejor interacción entre restaurantes con sus clientes

Las redes sociales se han convertido en un fuerte aliado de los centros de fotocopiado, rigurosamente se asemejan a la elaboración y aplicación de estrategia de marketing. empleo de este tipo de medio viene ayudando a este tipo de negocios en múltiples aspectos o servir para alcanzar determinados objetivos; aumentar las interacciones y conocer la opinión de los clientes a cerca del servicio, la calidad del servicio, mantener un contacto más directo , lanzar promociones y ofertas o comunicar novedades en la empresa, aumentar la notoriedad del centro comercial y crear expectación en torno a ella, mejorar y gestionar su reputación online e incluso captar nuevos trabajadores .

En el contexto de los factores socio culturales, de la gente del Asentamiento Humano Santa Rosa, que rodea a los emprendedores y empresarios en general se debe reconocer que los estilos de vida son diversos, partiendo en primer lugar porque Santa Rosa, es considerado por las autoridades policiales es el más convulsionado en la parte delictiva y extorsión siendo este el único foco o punto negro. Después se debe reconocer que su gente es respetuosa y muchos valores, encontrándose estilos de

vida diversos, como los modestos el grueso son migrantes de las diversas provincias del departamento de Piura, siendo su principal característica la de saber hacer dinero, tienen un nivel educativo bajo. En segundo lugar los conservadores siendo fundamentalmente pacíficos y calmados de muchas costumbres y tradiciones con moral y valores muy altos, su nivel educativo es mediano generalmente son técnicos. Un pequeño porcentaje acompaña al estilo de vida de los afortunados aquellos que tienen privilegio de tener una profesión.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles serán las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016. Para poder conseguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: a) Identificar los medios de capacitación que utilizan las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016. b) Determinar la frecuencia de capacitación en las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016. c) Determinar las ventajas competitivas de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016. d) Conocer las estrategias competitivas de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016.

Considerando la justificación de la investigación esta se justifica de manera práctica, debido a que contribuirá al conocimiento de la caracterización de las MYPE de servicio de fotocopiado, específicamente en la capacitación y la

competitividad, contribuyendo en la toma de decisiones de los gerentes y/o administradores de las MYPE del servicio rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa. Además porque permite cumplir de acuerdo a la Ley Universitaria N° 30220 como requisito de titulación mediante tesis, también como requerimiento de la Universidad los Ángeles de Chimbote establecida para la obtención del título profesional.

La Justificación teórica por que busca mediante la aplicación de la teoría y los conceptos y definiciones básicas de la caracterización de los medios y frecuencias de la capacitación, así como ventajas y estrategias competitivas que permitan identificar la competitividad. Desde esta perspectiva su principal objetivo es ampliar y difundir el conocimiento (Albujar, Janampa, Odar, & Osorio, 2008).

Finalmente la investigación se justifica Metodológicamente ya que para cumplir los objetivos se acudirá al empleo de técnicas de investigación como de instrumentos, los cuales serán medidos cuantitativamente, mediante herramientas estadísticas y programas de Excel, que consolidan las fuentes de información empleadas al logro de los objetivos específicos. Para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Capacitación

Alava (2013), titulado “Programa de capacitación dirigido a la Unión de Asociados de Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Playas Provincia del Guayas” – Ecuador, presentado a la Universidad Estatal Península de Santa Elena Extensión Playas para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de administración. El tipo de investigación utilizado es: descriptivo, evaluativo, explicativo y correlacionado; con una población de 1784 personas y una muestra de 326 personas. Tuvo como objetivo general: diseñar un programa de capacitación que requieren los servidores turísticos mediante un sistema de capacitación continua para potencializar el desarrollo del sector turístico del cantón Playas.

Dentro de las conclusiones que se determinó que la actualidad los servidores turísticos, se encuentran dispuestos y de acuerdo en que se deben capacitar, para poder mejorar su situación socio económica; así también se concluyó que los servidores turísticos no necesitan una formación académica básica para inscribirse en estos cursos de capacitación que mejorarían sus niveles de aprendizaje y desarrollo de destrezas. La Dirección de Turismo y La Cámara de Turismo no realizan capacitaciones periódicas a los servidores, se nota cierto abandono de los mismos hacia este sector, esto implica que los turistas no reciban la atención y servicio

adecuado, y por ende esto se refleja en el consumo de estos servicios, lo cual incide en el aspecto económico del sector turístico.

Días, R (2011) presentó la tesis denominada “Capacitación y desempeño laboral de los empleados de la comisión federal de electricidad de la Zona Montemorelos – Linares Nuevo León; perteneciente a la Universidad de Montemorelos de México; cuyo objetivo determinar como la autoevaluación del nivel de capacitación laboral influye en la autoevaluación del nivel de desempeño laboral de los empleados de la Comisión Federal de Electricidad zona Montemorelos-Linares. La investigación fue de tipo descriptiva, correlacional, explicativa, cuantitativa, de campo y transversal. La población estuvo compuesta por 141 trabajadores; la muestra fue de 113 individuos. Para la recolección de los datos se elaboraron dos instrumentos: el primero dirigido a medir la autoevaluación del nivel de capacitación, (15 ítems); el segundo enfocado a medir la autoevaluación del nivel de desempeño laboral, conformado también por 15 ítems. Para la prueba de la hipótesis del estudio se utilizó la técnica estadística de regresión lineal simple.

Como resultado se observó que sí existe una influencia lineal significativa entre la variable autoevaluación del nivel de capacitación (ANC) y la variable autoevaluación del nivel del desempeño laboral (ANDL). El estudio también mostró una relación significativa entre el nivel de la autoevaluación del desempeño de los empleados y la edad. La autoevaluación de la capacitación y el desempeño fue muy buena. Se planteó además recomendaciones dirigidas al departamento de recursos humanos para establecer programas para dar a conocer las dimensiones que integran la autoevaluación del nivel de capacitación a fin de hacerlos conscientes de su importancia para la mejora en el desempeño laboral; tener un programa periódico de capacitación de manera grupal e individual en las distintas áreas que componen la

empresa; promover el desarrollo profesional, requerido por el puesto; y hacer evaluaciones de capacitación y desempeño de los empleados que incluyan a sus jefes y colegas; finalmente felicitar al personal por haber participado voluntariamente en la investigación y por haberse evaluado muy bien en su capacitación y desempeño.

Lezama (2010) realizó una investigación sobre “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio-rubro servicios xerográficos del distrito de nuevo Chimbote, periodo 2008-2009” perteneciente a la Universidad Ángeles de Chimbote; tuvo por objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio - rubro servicios xerográficos del distrito de Nuevo Chimbote. La investigación fue de tipo descriptivo, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida a una muestra de 8 microempresas de una población de 16, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta.

Los principales resultados encontrados fueron: Respecto a los empresarios; el promedio de edad de los representantes legales de las MYPE encuestadas fue de 36 años. 2) El 62.5% de los representantes legales encuestados es del sexo femenino. 3) El 87.5% de los microempresarios encuestados tiene grado de instrucción superior no universitaria; Respecto a la capacitación; el 100% de los gerentes y/o administradores de las MYPE en estudio, no recibieron ninguna capacitación previa al otorgamiento de los créditos. El 37.5% de los microempresarios encuestados no han recibido ningún tipo de capacitación en los dos últimos años. En cambio, el 37.5% han recibido una capacitación y el 12.5% han recibido 2 y 3 capacitaciones, respectivamente. El 25% de los microempresarios encuestados ha recibido capacitación en el curso de manejo empresarial, y el 50% ha recibido capacitación en

otros cursos no especificados. Respecto a las MYPE, los empresarios y los trabajadores; el 37.5% de los microempresarios encuestados se dedican al rubro de la xerografía hace un año, y el 12.5% se dedican a dicha actividad 2 y 3 años, respectivamente. El 12.5% de las MYPE encuestadas tienen un trabajador, el 37.5% tienen 2 trabajadores, y el 25% tienen 3 y 4 trabajadores, respectivamente. El 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados dijeron que sus trabajadores no recibieron capacitación alguna. 4) El 62.5% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la capacitación es una inversión y el 37.5% dijeron que no es una inversión. 5) El 62.5% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación a su personal sí es relevante para la empresa y el 37.5% dijeron que no es relevante.

Mayurí, J (2008) quien desarrollo la investigación “Capacitación empresarial y desempeño laboral en el Fondo de Empleados del Banco de La Nación - FEBAN, Lima 2006”, presentada en la unidad de Postgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; la cual tuvo como objetivo determinar y Evaluar de qué manera un Programa de Capacitación Empresarial se relaciona con el Desempeño Laboral de los Trabajadores del Fondo de Empleados del Banco de la Nación durante el 2006. La investigación parte de una investigación básica porque proporciona una primera aproximación al problema, limitándose netamente a la descripción del problema. En un segundo lugar, la Investigación es de Tipo Aplicado, pues se realiza un Diseño Experimental que requiere, para su interpretación, ser Explicativo- Correlacional.

Dentro de las conclusiones se determinó que como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se afirma con un 95% que un Programa de Capacitación Empresarial se relaciona significativamente con el Desempeño Laboral de los Trabajadores del Fondo de Empleados del Banco de la Nación; además el valor $p = 0.000 < 0.05$, se afirma con

un 95% que un Programa de Capacitación Empresarial dirigido al Grupo A se relaciona con el Desempeño Laboral del Grupo Control de los Trabajadores del Fondo de Empleados del Banco de la Nación. También el valor $p = 0.000 < 0.05$, permite afirmar con un 95% Un Programa de Capacitación Empresarial dirigido al Grupo B se relaciona con el Desempeño Laboral del Grupo Control de los Trabajadores del Fondo de Empleados; como resultado del trabajo de investigación se ha demostrado con el diseño de 4 grupos que los cursos de capacitación mejoran el desempeño laboral de los participantes de manera significativa; ya que los participantes del curso de capacitación consideran que una mejor medición de los resultados de esta capacitación es el promedio de notas final que refleja el conocimiento y practica de los conocimientos alcanzados

Palacios (2012) en su investigación titulada capacitación y rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro confección del mercado modelo de Piura al año 2012; cuyo objetivo general, analizar de qué manera influye la capacitación en la rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro confección del mercado modelo de Piura al año 2012, ha empleado el enfoque de investigación cuantitativo, diseño descriptivo de corte transversal. El recojo de datos se realizó en una población constituida por 25 MYPE, se trabajó con el muestreo probabilístico sistemático, empleándose como técnica e instrumento a la encuesta y cuestionario respectivamente

Dentro de las principales conclusiones se determinó que la capacitación efectivamente influye de forma decisiva en la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro confecciones del mercado modelo de Piura. Además se identificaron las principales características de la capacitación, se conoció que es importante capacitar a las MYPE; se determinaron las principales características de la rentabilidad y la

importancia que tiene para las MYPE comerciales, rubro confección del mercado modelo de Piura al año 2012.

Medina, (2014) realizó una investigación titulada “Financiamiento y capacitación en las MYPE servicios - rubro restaurantes de la provincia de Piura 2012”, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; cuyo objetivo fue caracterizar el financiamiento y la capacitación, de las MYPE rubro restaurantes; la metodología empleada fue descriptiva, con un diseño no experimental y bajo un enfoque cuantitativo; la población considerada fueron 85 restaurantes, siendo la muestra de 45 restaurantes.

La investigación concluye que el tipo de capacitación que realizan a los colaboradores de las MYPE servicio – rubro restaurante de la provincia de Piura, es la capacitación pre ingreso, lo cual implica que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real. En muchas MYPE este tipo de capacitación es la única clase de capacitación disponible y generalmente incluye la asignación de los nuevos empleados a los trabajadores o los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real. Uno de los factores que influyen en la Capacitación de los colaboradores de las MYPE servicio – rubro restaurantes de la provincia de Piura, es que la capacitación motiva al personal para trabajar más; los que entienden su puesto demuestran un mejor espíritu de trabajo, y el simple hecho de que la dirección superior confié lo suficiente en sus capacidades para invertir dinero en su capacitación. Se identificó que los principales tipos de financiamiento de las MYPE del sector servicio – rubro restaurantes de la provincia de Piura, Financiamiento externo; ya que para algunas de las MYPE el adquirir créditos es una manera rápida y a su alcance, pues en las diferentes entidades obtendrán el financiamiento que necesitan para su negocio.

2.1.2 Variable Competitividad

Saavedra, M (2012) presentó la investigación denominada “Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana”, presentada en la Universidad Autónoma de México; cuyo objetivo general fue proponer una metodología que permita determinar el nivel de competitividad de la pyme, identificando por áreas el nivel en que se encuentra la misma, considerando criterios tanto internos como externos. El método seguido consistió en la revisión de la literatura acerca de la competitividad empresarial, así como de los estudios empíricos que han intentado medirla, con el fin de identificar los indicadores que se utilizarían en la metodología propuesta.

Dentro de las conclusiones se determinó que el concepto de competitividad empresarial es muy complejo. La mayoría de los autores han señalado como indicadores de medición únicamente aspectos internos a la organización; así mismo, los trabajos empíricos en la mayoría de los casos han sido aplicados tomando en cuenta solo los indicadores que son controlables por la propia organización. Sin embargo, la revisión de la literatura nos indica que no es posible manejar la competitividad empresarial sin considerar los aspectos del entorno que afecta a la organización. De este modo, en este trabajo se concluye con la propuesta metodológica para la determinación de la competitividad empresarial que considera tanto los factores internos de la pyme, utilizando el mapa del BID, como sus factores externos, utilizando el enfoque de Competitividad Sistémica de la Cepal.

Navia (2009) en su investigación denominada: “Empaque primario como estrategia de competitividad para las Pymes exportadoras de América Latina”, perteneciente a la Universidad de Palermo de España, cuyo objetivo fue desarrollar

una estrategia competitiva en relación al empaque primario que sirva para las Pyme exportadoras de América latina. La investigación presentó un enfoque mixto; no experimental y fue de tipo explicativa.

Dentro de las principales conclusiones se sostuvo que no hay duda que las Pymes son para la economía del mundo una porción muy importante del mercado y que solo en América Latina representan el 90% de la producción y más de la mitad con potencial exportador; son vitales para el intercambio de bienes y servicios y su tamaño reducido le confiere características de flexibilidad y toma de decisiones con mayor velocidad que se traduce en un rápido aprendizaje y una comunicación efectiva al interior de toda la organización. Poner la mirada en los productos alimenticios manufacturados en América Latina, es una oportunidad de observar las dinámicas de los mercados y los consumidores, más aún porque es en estos países donde hay mayor potencial de fabricación de productos derivados de la industria agropecuaria y donde se concentran el mayor número de emprendimientos dedicados a la producción y la comercialización de los mismos; si bien esto es un indicador interesante de todo el posible potencial exportador; no significa necesariamente que estemos ofreciendo mercancías con valores marcarios, conexiones emocionales ni identificadores visuales que permitan a los productos pasar de commodities a elecciones de valor agregado por el consumidor final.

Mendo, C (2014) presentó la investigación “Caracterización del financiamiento y competitividad de micro y pequeñas empresas de Licorerías”, presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; cuyo objetivo general fue determinar y describir las características del financiamiento y la competitividad de las Mype del sector comercio - rubro licorerías del distrito de Coishco, periodo 2010 - 2011. El diseño de la investigación fue no experimental –

transversal – descriptiva, para el recojo de la información se escogió una muestra dirigida equivalente al 100 % de una población de 9 Mype, a quienes se le aplicó un cuestionario de 16 preguntas entre abiertas y cerradas, utilizando la técnica de la encuesta.

Siendo estos los principales resultados: durante el periodo 2010 – 2011, el 100 % de las Mype aseguran haber solicitado crédito, durante el periodo 2010 – 2011, el 55.5 % de las Mype recurrieron a entidades bancarias para solicitar crédito distribuyéndose de la siguiente manera: BCP (44.4 %), Scotiabank (11.1 %) y el 66.7 % de las Mype invirtieron el crédito solicitado en capital de trabajo. El 77.8 % de las Mype consideran sobresalir ante su competencia en el rubro. Se concluye que durante el periodo 2010 – 2011 más de la mitad o mayoría de las Mype recurrieron a entidades bancarias para solicitar crédito, consideran que mejoraron su servicio de atención al cliente.

Soto (2007) realizó una investigación titulada “La competitividad de la industria del calzado en Perú y sus proyecciones en el mediano plazo caso PYME Tobbex International y el papel de CITECCAL” en Universidad la Pontificia del Perú. La investigación fue de tipo descriptiva, no experimental, proyectiva.

Dentro de las principales conclusiones se determinó que según los datos de PROMPEX, de la actividad industrial del rubro calzado, solo un escaso 18% de las organizaciones empresariales se encuentra sujeto al régimen del Registro Único de Contribuyentes (RUC) y por tanto tributando al Estado, mientras que el 78% restante no cuentan con la formalidad necesaria para promover un crecimiento de la actividad productiva, favoreciendo adicionalmente, la evasión tributaria. La industria del calzado tiene como principal impulsor la producción de pieles, aspecto que en nuestro país se viene contemplando para incrementar los volúmenes del hato

ganadero; sin embargo, la lentitud de los programas y planes desarrollados por el sector agricultura al respecto, no permiten vislumbrar a corto plazo, una mejora significativa sobre el particular, teniendo que depender de insumos importados que encarecen la producción de calzado nacional.

Existe una organización de nivel técnico creada por el Estado peruano como es el Centro de Innovación Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITECCAL) perteneciente al Ministerio de la Producción, cuya función es la de promover la innovación en la cadena del cuero y calzado, así como brindar servicios especializados de investigación y capacitación a las organizaciones empresariales productoras de cuero y calzado, lo que indica la preocupación del Estado para apoyar el desarrollo tecnológico de este sector. En el Sector Calzado, existe la empresa TOBBEX INTERNATIONAL S.A., que está demostrando que con una buena gestión de su gerencia general y de toda la organización, desde una pequeña empresa, se puede producir calzado de calidad, a precios competitivos, con la consiguiente aceptación del público usuario. De acuerdo con los niveles de producción, facturación y utilidades, dicha organización ya puede ser considerada como una mediana empresa.

Ipanaqué (2011) realizó un investigación titulada “MYPE, competitividad, investigación e innovación, en la Universidad Nacional de Piura concluyeron que: La innovación, ciencia y tecnología implica la integración de estilos de trabajo entre los actores: las instituciones dedicadas a la investigación y transferencia tecnológica; las empresas, y los organismos públicos nacionales y regionales. Fomentar la alianza entre estos actores es un proceso que hay que dinamizar.

La región tiene potencial, el gobierno regional puede incrementar sus aportes en la innovación, ciencia y tecnología como una herramienta estratégica en busca de

la competitividad del sector empresarial en general y de las MYPE en particular. Se deriva pues la importancia de aumentar el rol y fondos del Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación de nuestra Región. En el país hay buenas iniciativas de gobiernos regionales como de la Amazonía y Arequipa que han destinado en el año 2010 fondos considerables: en la Amazonía 10 millones de nuevos soles para proyectos de investigación y en Arequipa en el diseño de un parque tecnológico.

La Empresa y la Universidad deben estrechar sus relaciones, generar confianza, complementar su capacidad y potencial. Piura es una región prometedora, su crecimiento será consistente si genera tecnología y conocimiento en beneficio de la sociedad.

Rosillo, M (2015) en su investigación denominada “La gestión de la calidad y su relación con la competitividad en las micro y pequeñas empresas – MYPE, del rubro Talleres de confecciones textiles, ubicadas en el mercado central de Piura, año 2015”; perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Sede Sullana, cuyo objetivo general fue determinar la relación que existe entre la gestión de la calidad y la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas - MYPE, del rubro Talleres de Confecciones Textiles ubicadas en el Mercado Central de Piura. La investigación tuvo un diseño no experimental, transversal y correlacional. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 30 MYPE a quien se aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas y con la escala de Licker.

Obteniéndose los siguientes resultados; el 67% de estas microempresas son lideradas por el género femenino; el 33.3% tienen secundaria completa, el 17 % tienen estudios universitarios, que tienen una edad comprendida entre 48 y 58 años de edad; el 40% tiene más de seis años en el negocio, tienen RUC y que cuentan entre 1 y 3 trabajadores en un 60%, también un 17 % con frecuencia introduce

mejora en sus productos, la totalidad no cuenta con una certificación ISSO, el 46% no utiliza herramientas de planificación, el 66% casi nunca comunican la visión, la misión. y el 60% respondió que la gestión de calidad si tiene relación con la competitividad. En conclusión la gestión de calidad si tiene relación con la competitividad en los Talleres de Confecciones Textiles ubicadas en el Mercado Central de Piura.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Teoría de la Capacitación

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 (Rodríguez & Morales, 2008).

La capacitación cumple cinco funciones principales:

- Transmisión de informaciones: El elemento esencial en muchos programas de capacitación es el contenido, distribuyendo información entre los entrenados como un cuerpo de conocimientos. A menudo, las informaciones son genéricas, referentes al trabajo: informaciones acerca de la empresa, sus productos, sus servicios, su organización, su política, sus reglamentos, etc. puede cobijar también la transmisión de nuevos conocimientos.
- Desarrollo de habilidades: Sobre todo aquellas destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras, se trata de una capacitación a menudo orientada de manera directa a las tareas y operaciones que van a ejecutarse.

- Desarrollo o modificación de actitudes: Por lo general se refiere al cambio de actitudes negativas por actitudes más favorables entre los trabajadores, aumento de la motivación, desarrollo de la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión, en cuanto a los sentimientos y relaciones de las demás personas.

También puede involucrar e implicar la adquisición de nuevos hábitos y actitudes, ante todo, relacionados con los clientes o usuarios (como es el caso del entrenamiento de los vendedores y de los promotores) o técnicas de ventas.

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

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

Según Frigo (2006), los campos de aplicación de la capacitación son muchos, pero en general entran en una de las cuatro áreas siguientes:

- Inducción: Es la información que se brinda a los empleados recién ingresados. Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante. El

departamento de RRHH establece por escrito las pautas, de modo de que la acción sea uniforme y planificada.

- Entrenamiento: Se aplica al personal operativo. En general se da en el mismo puesto de trabajo. La capacitación se hace necesaria cuando hay novedades que afectan tareas o funciones, o cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo. Las instrucciones para cada puesto de trabajo deberían ser puestas por escrito.

- Formación básica: Se desarrolla en organizaciones de cierta envergadura; procura personal especialmente preparado, con un conocimiento general de toda la organización. Se toma en general profesionales jóvenes, que reciben instrucción completa sobre la empresa, y luego reciben destino. Son los "oficiales" del futuro.

- Desarrollo de Jefes: Suele ser lo más difícil, porque se trata de desarrollar más bien actitudes que conocimientos y habilidades concretas. En todas las demás acciones de capacitación, es necesario el compromiso de la gerencia. Aquí, es primordial el compromiso de la gerencia general, y de los máximos niveles de la organización. El estilo gerencial de una empresa se logra no solo trabajando en común, sino sobre todo con reflexión común sobre los problemas de la gerencia. Deberían difundirse temas como la administración del tiempo, conducción de reuniones, análisis y toma de decisiones, y otros.

En cualquiera de los casos, debe planificarse adecuadamente tanto la secuencia como el contenido de las actividades, de modo de obtener un máximo alineamiento.

Según Helberth (2006) existen varios objetivos de capacitación:

- Establecer objetivos de la capacitación concretos y medibles es la base que debe resultar de la determinación de las necesidades de capacitación.
- Preparar al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.
- Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, no solo en su cargo actual, sino también en otras funciones en las cuales puede ser considerada la persona.
- Cambiar la actitud de las personas, bien sea para crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación o hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.
- Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.
- Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.
- Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.
- Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

De acuerdo con Gonzáles (2001) existen tres niveles de necesidades:

- Necesidades de Nivel Organizacional.- Son las limitaciones o problemas generales que presenta la empresa como organización.

- Necesidades de Nivel Ocupacional / Operacional.- Son las restricciones en conocimientos, habilidades y actitudes de un grupo de personas en determinado puesto.
- Necesidades de Nivel Individual / Humano.- Son las diferencias particulares que presenta un trabajador con respecto a la descripción de su puesto.

Con la estrategia del diagnóstico de las necesidades de capacitación, se pueden detectar varios aspectos, que en algún momento puedan ver afectado el buen funcionamiento de la organización.

La importancia de la capacitación tiene incidencia en varios aspectos como: La importancia de la capacitación de personal, se basa en que aporta a las empresas un personal mejor preparado, adiestrado, el cual hará que se desarrolle en sus actividades relacionadas a su puesto de trabajo que desempeña. Esperando con ello que cada personal se encuentre en un puesto acorde a su perfil profesional. Con ello se verán satisfechas las necesidades actuales y futuras respecto del aprendizaje y habilidades que desarrollarán los empleados (González, 2001).

- Productividad: Las actividades de capacitación no solo deberían aplicarse a los empleados nuevos sino también a los trabajadores con experiencia. Ya que capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño óptimo. Las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias.
- Calidad: Los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados, también contribuyen a elevar la calidad de la

producción de la fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos, cuando tienen los conocimientos y habilidades labores necesarios, son menos propensos a cometer errores costosos en el trabajo.

- Planeación de los Recursos Humanos: Las necesidades futuras de personal dependerán en gran medida de la capacitación y desarrollo del empleado.
- Salud y seguridad: Una adecuada capacitación ayuda a prevenir accidentes industriales, mientras que en un ambiente laboral seguro puede conducir actividades más estables por parte del empleado.
- Dimensión psicológica: La capacitación genera un cambio de actitud, tanto para sus relaciones personales como laborales, además, mejora su grado de motivación, de seguridad en sí mismo, el nivel de autoestima, etc.
- Desarrollo personal: No todos los beneficios de capacitación se reflejan en la misma empresa. En el ámbito personal los empleados también se benefician de los programas de desarrollo administrativo, les dan a los participantes una gama más amplia de conocimientos, mayor sensación de competencia y un sentido de conciencia; un repertorio más grande de habilidades y otras consideraciones son indicativos del mayor desarrollo personal.
- Prevención de la obsolescencia: La capacitación continua es necesaria para mantener actualizados a los trabajadores de los avances en sus campos laborales respectivos, en este sentido la obsolescencia puede controlarse mediante una atención constante al pronóstico de las necesidades de recursos humanos, el control de cambios tecnológicos y la adaptación de los individuos a las oportunidades, así como los riesgos del cambio tecnológico.

La capacitación bien administrada, influye en la eficiencia de las organizaciones, porque se representa de manera directa en los subsistemas, (tecnología, administrativo, y el social-humano). La preocupación fundamental de cualquier empresario es el crecimiento y la consolidación de su negocio o, por lo menos su supervivencia.

En relación al primer objetivo específico; Ruiz (2011) comenta que los medios de capacitación se refieren a las técnicas, instrumentos y metodologías que coadyuvan al cumplimiento de las actividades y objetivos de la capacitación. Dentro de los más principales se tiene:

- Conferencia: Permite llegar a una gran cantidad de personas y transmitir un amplio contenido de información o enseñanza. Se puede emplear como explicación preliminar antes de demostraciones prácticas. Por ejemplo, es útil al impartir las medidas de seguridad, organización de planta, etc.
- Manuales de capacitación: Manuales de capacitación u otros impresos, diagramas que permiten la exposición repetida, es útil aplicación de secuencias largas o procedimientos complicados que no pueden retenerse en una sola presentación. Pueden combinarse con conferencias y prácticas de tareas reales.
- Videos: Puede sustituir a las conferencias o demostraciones formales, permite la máxima utilización de instructores más capaces. Los cortes, empalmes o en la cámara lenta son útiles para incidir en demostraciones de realidad. Ayudan a la comprensión de ideas abstractas y en la modificación de actitudes. La grabación y proyección en videos de los colaboradores sujetos a capacitación,

son un medio muy eficaz, sobre todo cuando se trata de mejorar la calidad del servicio.

- Simuladores: Dan al aprendiz la posibilidad de participación y práctica repetida mediante la adquisición de habilidades necesarias en el trabajo real, se usan también sustitutos del equipo real. Pueden aislar y combinar las diferentes partes críticas o peligrosas del trabajo.
- Realización efectiva del trabajo: El nuevo colaborador aprende mientras trabaja, bajo la guía de un instructor, es útil en la transmisión de habilidades, de experiencia ensayo y error. Su limitación es que no siempre el buen colaborador es buen instructor. Puede durar pocos días o meses.

En general, el período de aprendizaje brinda preparación para una gran variedad de especialidades, cubriendo múltiples actividades.

- Discusión de grupos e interacción social: comprende el desarrollo de habilidades interpersonales requeridas por tareas ejecutivas y de supervisión como vías de solución de problemas mediante grupos de discusión, dirección de debates y contratos con personas para el manejo directivo de problemas reales de supervisión. Se usa mayormente en formación de ejecutivos.
- Entrevistas para la solución de problemas: Se orienta básicamente al asesoramiento de colaboradores. Los supervisores encargados de capacitación mantienen periódicamente estas estrategias para mejorar la eficiencia en el

trabajo de cada individuo. Se usa generalmente en la capacitación de directivos.

- Técnicas grupales: Consiste en ejercicios vivenciales, dinámicas grupales como los juegos de roles, psicodramas, lluvias de ideas, y otros que pueden ser valiosos elementos para llevar a cabo la capacitación de acuerdo a los objetivos planteados.

Guglielmetti (1998): Los beneficios de la capacitación. Sin la capacitación, por una parte, con la situación que existe después de la capacitación, por otra. Al hacer esta comparación, hay que tener especial cuidado de eliminar posibles efectos de otros factores. Algunos de los beneficios de la capacitación son tangibles, en el sentido de que pueden ser medidos y valorizados con razonable exactitud y relativa facilidad. Estos tienen que ver con economías en el uso de recursos tales como el personal; los recursos materiales y los servicios; y, los equipos y las instalaciones.

A título ilustrativo, se presenta una lista de posibilidades de reducción de costos en cada una de estas áreas, gracias a la capacitación del personal.

Economías relacionadas con los recursos humanos:

- Menor tiempo de adaptación a un nuevo trabajo.
- Reducción de los costos de contratación de personal.
- Menor rotación del personal.
- Menos necesidad de supervisión.
- Disminución de accidentes y enfermedades en el trabajo (o menor costo de seguros por accidentes y enfermedades)
- Disminución del ausentismo por accidentes y enfermedades.

- Aumento del rendimiento (reducción del tiempo de trabajo requerido por unidad de producto).
- Menores necesidades de asesoría externa.

Economías relacionadas con los recursos materiales y servicios:

- Reducción de los desperdicios de insumos
- Reducción de la tasa de errores en los exámenes de laboratorio en los controles de calidad
- Reducción del consumo de energía por unidad de producto.

Economías relacionadas con el uso de equipos e instalaciones:

- Reducción del tiempo ocioso de los equipos e instalaciones por concepto de fallas y ajustes.
- Mayor vida útil de los bienes de producción (menores costos de depreciación).
- Mejor aprovechamiento del espacio.

Además de los anteriores, la capacitación puede contribuir a lograr mejoras intangibles en la organización, las que deben ser evaluadas de manera más bien subjetiva. Entre estas, las principales están relacionadas con el clima organizacional; las comunicaciones; la satisfacción y la motivación del personal; la imagen de la institución; la creatividad del personal; y, la protección del medio ambiente.

La frecuencia es la repetición de un hecho o un suceso. Es también el número de veces que se repite un proceso periódico en un intervalo de tiempo determinado. Existen diferentes formas de aplicar el concepto de frecuencia, dependiendo del uso real para el que se aplique. Procede del latín *frequentia* derivado de *frecuens*, *frequentis* ('multitud', 'lleno', 'numeroso')

Los planes que abarcan las organizaciones, generalmente establecen objetivos generales y específicos. La Asociación de Buenos Empleadores, precisan que los Planes de Capacitación son herramientas estratégicas que reúnen diversas actividades de capacitación debidamente planificadas cuyo gran propósito es mejor, ampliar el desempeño presente y futuro buscando la mejora, el cambio y la especialización de los colaboradores de la organización, mediante la modificación o potenciación de sus conocimientos, habilidades o actitudes.

Toda la gestión de las empresas depende de sus colaboradores quienes son los encargados de diseñar una solución, tomar una decisión, coordinar un trabajo, controlar un resultado o realizar una actividad o tarea. En otras palabras, el 100% de los ingresos y el 100% de los costos y gastos de una empresa dependen de las personas: el Capital Humano. Una gestión empresarial moderna reconoce la importancia del Capital Humano en las organizaciones, así como la responsabilidad de desarrollar su principal fuente de riqueza: el Capital Intelectual a través de la constante Capacitación y Desarrollo del personal, cambiando el paradigma de que la “Capacitación es un Gasto” por el de “Capacitación es una Inversión”.

En relación al segundo objetivo específico, se refiere que cada organización elabora su plan de capacitación y en él se considera la periodicidad de la capacitación: Periodicidad en que se debe dar cada curso, taller, seminario, etc en el año. De la misma manera atendiendo a la necesidad de capacitación de cada trabajador, definirá la periodicidad que debe acudir a la capacitación. La planificación de la capacitación puede tener una periodicidad en cada curso muy diversa, queda supeditada a dos variables, la necesidad y la disponibilidad.

Grez, Mendoza y Arredondo (2007) del informe sobre Establecimiento de la Periodicidad de la Capacitación, se clasifica la periodicidad según las ocurrencias de capacitación, de una misma persona, en uno o más de estos ciclos temporales. Las tipologías creadas son: Tipo de periodicidad continuo: Al menos un curso en cada ciclo; tipo de periodicidad Discontinuo: Cursos en ciclo 1 y 3 pero no 2; tipo de periodicidad Inicial: Cursos en ciclo 1 y 2 pero no en 3; tipo de periodicidad Final: Cursos en ciclo 2 y 3 pero no en 1; tipo de periodicidad Esporádico: Cursos en solo un ciclo.

Según la base de datos analizada, estos cálculos de periodicidad son entregados por: Periodicidad general: cálculo de los tres tipos de análisis de periodicidad, para el total de capacitados de una base de datos determinada (Franquicia tributaria, Programas sociales SENCE (Servicio Nacional De Capacitación y empleo) y Capacitaciones de MINEDUC (Ministerio de Educación del Perú) : Periodicidad según sexo: se refiere a la periodicidad en capacitación que presentan hombres y mujeres, en una determinada base de datos; y periodicidad según edad: se refiere a la periodicidad en capacitación que presentan los grupos etarios contenidos en una determinada base de datos.

2.2.2 Teorías de la Competitividad

Para Mathews (2009) quien cita a Michael Porter, quien define la competitividad por la productividad con la que este utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. Por su parte, Correa (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.

En relación al tercer objetivo específico, se refiere según Gaxiola (2010) que una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto de sus competidores, que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellos, de manera sostenible en el tiempo. La ventaja competitiva consiste en una o más características de la empresa, que puede manifestarse de muy diversas formas. Una ventaja competitiva puede derivarse tanto de una buena imagen, de una prestación adicional de un producto, de una ubicación privilegiada o simplemente de un precio más reducido que el de los rivales.

Weinberger (2009) expresa que el análisis histórico de las empresas en Perú, nos muestra que las MYPE difícilmente podrán competir en eficiencia y volumen con las medianas y las grandes empresas del país. Si se trata de eficiencia y volumen de producción, la mayoría de las MYPE tienen en ello una debilidad.

Sin embargo, las MYPE tienen otras grandes ventajas frente a las medianas y grandes empresas, como por ejemplo, una mayor flexibilidad. Conociendo estas fortalezas y reconociendo las debilidades, las MYPE podrán establecer estrategias eficaces que les permitirán competir con éxito en el mercado.

Las empresas que desean alcanzar éxito, deben buscar una posición competitiva favorable en un sector determinado, es decir, alguna ventaja frente a sus competidores. Esta ventaja, puede ser llamada “ventaja comparativa” o “ventaja competitiva” dependiendo de sus características. Cabrera; López y Ramírez (2011) expresa que la ventaja absoluta es 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.

Para Cabrera; López y Ramírez (2011) la ventaja comparativa no se refiere a la productividad total, sino al costo de oportunidad. En comercio internacional, un país tiene ventaja comparativa cuando el costo de oportunidad de producir un bien es menor que el de sus competidores. Por lo general, el costo de oportunidad está asociado a la ventaja que produce el tener abundancia de un factor.

Conociendo sobre qué es una ventaja competitiva desde la revista de Crece Negocios, Gestión de Negocios, publicada el 06 de setiembre del 2015. Una ventaja competitiva es una ventaja en algún aspecto que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, y que le permite tener un mejor desempeño que dichas empresas y, por tanto, una posición competitiva en dicho sector o mercado. Algunos aspectos en los que una empresa podría tener una ventaja competitiva son el producto, la marca, el servicio al cliente, el proceso productivo, la tecnología, el personal, la infraestructura, la ubicación, la distribución, etc.

Por ejemplo, una empresa podría tener una ventaja competitiva en los siguientes casos: Al contar con un producto único e innovador difícil de imitar por la competencia, que le permite diferenciarse o distinguirse de esta, al contar con una marca de gran valor que le permite que cualquier producto que lance al mercado tenga una buena acogida; al contar con un proceso productivo eficiente que le permite producir los mismos productos de la competencia, pero a un menor costo; al contar con un tipo de tecnología que le permite producir productos con un mejor rendimiento que los de la competencia; al contar con personal altamente calificado que le permite tener una alta productividad o brindar un excelente servicio al cliente;

al contar con una patente que le permite explotar un determinado producto sin preocuparse porque la competencia también lo haga; al contar con un sistema de información que le permite tomar y procesar rápidamente los pedidos del cliente, y brindar así una rápida atención; al contar con una moderna infraestructura que le permite que sus empleados trabajen y sus clientes sean atendidos en un ambiente cómodo y acogedor; al contar con una ubicación estratégica que le permite que sus clientes puedan ubicarlos y visitarlos fácilmente, o que sus proveedores puedan abastecerlos oportunamente; al contar con un sistema de distribución eficiente que le permite que sus productos lleguen a varios puntos de venta, en condiciones óptimas y en el momento oportuno.

Una empresa podría tener diferentes ventajas en diferentes aspectos ante otras empresas competidoras, pero para que una ventaja sea considerada como competitiva, es necesario que cumpla con los siguientes requisitos: Permitir un mejor desempeño: debe permitirle a la empresa tener un mejor desempeño que el de la competencia; por ejemplo, mayores ventas, un mayor margen de ganancia, un mayor número de clientes fidelizados, etc; permitir un aumento de la rentabilidad: debe permitirle a la empresa tener un aumento de la rentabilidad que por lo menos llegue a ubicarse por encima de la rentabilidad promedio del sector o mercado; ser sostenible en el tiempo: debe ser capaz de mantenerse en el mediano o largo plazo; por ejemplo, una tecnología capaz de adaptarse a los cambios del mercado y no una que quede rápidamente obsoleta; ser difícil de alcanzar o igualar: debe ser difícil de alcanzar o igualar por la competencia; por ejemplo, un producto difícil de imitar por la competencia debido a sus componentes únicos.

Toda empresa tiene alta responsabilidad para obtener ventaja competitiva debe buscar constantemente como obtenerla y aprender a mantener aquella o aquellas que ya posee, y aprovecharla al máximo, si es que quiere lograr un mejor desempeño que las demás empresas competidoras, y tener así una posición competitiva en el sector o mercado, la que frecuentemente además de permite posicionamiento.

Cabrera; López y Ramírez (2011) plantean que la estrategia competitiva establece el éxito o fracaso de las empresas. La estrategia se refiere a una habilidad o destreza, y la competitividad a la capacidad de hacer uso de esa destreza para permanecer en un ambiente. Es entonces un indicador que mide la capacidad de una empresa de competir frente al mercado y a sus rivales comerciales. La competitividad es también la búsqueda de una posición relativamente favorable en un mercado, con respecto a los rivales, la cual le permitirá permanecer y expandirse.

En relación al cuarto objetivo específico; según Weinberger (2009) las estrategias competitivas se refieren a la manera cómo una empresa compite frente a sus rivales, en un determinado negocio o unidad estratégica de negocio. La esencia de la estrategia competitiva está en relacionar a la empresa con su entorno y luego de un análisis de las cinco fuerzas competitivas, el poder de negociación de los compradores, el poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos o servicios sustitutos, la rivalidad dentro del sector entre los competidores existentes - determinar cuál es la mejor estrategia competitiva; es decir, la mejor estrategia para competir en determinado mercado para ganarle a la competencia.

Las empresas que aplican una estrategia de liderazgo en costos, generalmente buscan ser proveedores de bajo costo de la industria, es decir, atraen a sus clientes por tener el precio promedio más bajo del mercado. Esta estrategia busca captar un amplio espectro del mercado para el cual el precio es una característica esencial del producto. Por lo general, las empresas que tiene una estrategia de liderazgo en costos cuentan con un buen producto o servicio básico, de calidad aceptable y con pocas posibilidades de cambiar algunas de sus características.

La estrategia de diferenciación, busca otorgar al cliente un producto o servicio que le entregue mayor valor, aunque ello implique un mayor precio. En este caso, el empresario debe obsesionarse por identificar uno o varios atributos del producto o servicio, que mejorarán el nivel de satisfacción del cliente, por lo cual el cliente estará dispuesto a pagar un mayor precio, pues valora la diferenciación (Weinberger, 2009).

Una tercera estrategia para competir en el mercado, es la estrategia de enfoque. Esta estrategia generalmente es empleada por empresas o instituciones que producen bienes o servicios para nichos de mercado muy particulares. Una empresa con estrategia de enfoque debe cuidar que sus costos sean más bajos que los de la competencia y que lo que ofrece a sus clientes sea valorado, pero sobre todo deberá preocuparse por tener la lealtad de un determinado nicho de mercado. Generalmente, las empresas que utilizan una estrategia de enfoque, suelen tener productos sumamente diferenciados, de excelente calidad, a costos razonables y precio alto. De esta manera, “clientes exclusivos” gozan de “productos o servicios exclusivos.”

Cárdenas, (2010) expresa que son muchos los factores que inciden en el éxito competitivo de las MYPE, pero se podría señalar las siguientes, como las más importantes:

- Capacidades directivas: La competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes ante los retos, de sus habilidades, de sus capacidades de innovar, de su intuición y creatividad, de saber escuchar y comunicarse con otros, de hallar y usar información, de planear y resolver problemas, de trabajar individualmente y en equipo, de aprender a aprender, responsabilidad y tenacidad, valores y sensibilidad social.

En las empresas se debe cambiar de patrones, de pensamiento y de comportamientos, es decir, emplear lo que afirma Thomas Samuel Kuhn, el cambio de paradigmas. Cambiar nuestras formas de liderizar grupos de individuos y negocios, de gerenciar procesos, de pensar-sentir-actuar, cambiar las cosas por medio de la creatividad, cambiar puntos de vistas, de encontrar nuevos enfoques para ver las cosas con otros ojos. Así las empresas podrán adaptarse rápidamente a los cambios de la sociedad. (Cárdenas, 2010)

- Calidad en la producción o prestación de servicios –diferenciación: El ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser seleccionados. Es diferenciarnos por nuestra calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas (Cárdenas, 2010).

- Ventajas competitivas (costo-calidad): No basta competir, es necesario lograr ventajas competitivas. Pues las empresas competitivas serán aquellas capaces de ofrecer continuamente productos y servicios con tributos apreciados por sus clientes. A este conjunto de características que distinguen

al producto de una empresa de sus competidores se denominan ventajas competitivas.

Existen dos categorías de ventajas competitivas: de costos y de valor. Las ventajas de costos están asociadas con la capacidad de ofrecer a los clientes un producto al mínimo costo. Las ventajas competitivas de valor; por su parte, están basadas en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos, discernibles por los clientes, que distinguen a un competidor de los demás (Cárdenas, 2010).

- Recursos tecnológicos: Para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes, las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras que pueden introducir tanto en sus productos o servicios como en sus procesos.

- Innovación: El éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa.

- Recursos comerciales: Los procesos comerciales, orientados al mejor conocimiento del mercado y de los clientes, son un medio muy importante de mejora del rendimiento económico, de la fidelización de clientes y, de la diferenciación de la competencia.

- Recursos humanos-capacitación laboral: Para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

- Recursos financieros: El mantenimiento de buenos estándares financieros es uno de los aspectos relevantes para alcanzar el éxito competitivo en las empresas de menor tamaño.
- Cultura: La cultura guía el comportamiento de las personas que forman parte de la empresa; sienta las bases de los procedimientos; y ayuda a mantener la cohesión interna. Las empresas que posean fuertes valores culturales lograrán que sus trabajadores tengan claro cuál es su misión, qué deben hacer y qué se espera de ellos, a quién delegar en caso necesario y, lo que es más importante, cómo actuar ante situaciones imprevisibles (Cárdenas, 2010).

Hablar de estrategias competitivas es recordar la mercadología hoy más conocida como el marketing, del tema estrategias competitivas del marketing se considera las estrategias de líder de mercado:

Expansión del mercado total

La empresa dominante normalmente gana más cuando el mercado total se expande. En general, el líder de mercado debe buscar nuevos usuarios, nuevos usos y más consumo de sus productos.

- Nuevos usuarios. Toda clase de productos tiene probabilidades de atraer compradores que no saben del producto o que se están resistiendo a comprarlos debido a su precio o la falta de ciertas características. Una empresa puede buscar nuevos usuarios en tres grupos: quienes nunca lo han usado (estrategia de nuevo segmento de mercado) o quienes viven en otro lugar (estrategia de expansión geográfica).
- Nuevos usos. Los mercados pueden expandirse descubriendo y promoviendo nuevos usos para el producto.

- Mayor consumo: Una tercera estrategia para expandir los mercados consiste en convencer a la gente de que use más producto en cada ocasión de uso.

Defensa de la participación de mercado

Mientras trata de expandir el tamaño total del mercado, la empresa dominante debe: ¿Qué puede hacer el líder del mercado para defender su terreno? Hace veinte siglos, en un tratado llamado El arte de la guerra, el afamado estratega militar chino Sun Tsu dijo a sus defender continuamente sus ventas actuales contra los ataques de sus rivales. El líder es como un gran elefante atacado por un enjambre de abejas.

“No hay que depender de que el enemigo no ataque, sino de que uno mismo sea inexpugnable”. La respuesta más constructiva es una innovación continua. El líder encabeza la industria en el desarrollo de nuevos productos y servicios para los clientes, eficacia de distribución y reducción de costos. El líder sigue incrementando su fuerza competitiva y su valor para los clientes, y aplica el principio militar de la ofensiva: el comandante ejerce iniciativa, fija el ritmo y aprovecha las debilidades del enemigo. La mejor defensa es una buena ofensiva.

2.3 Hipótesis

Para el presente estudio no se formularan 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 presente trabajo es de tipo descriptivo ya que señala las características del problema y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado; es decir se describen las características de los medios y frecuencia de la capacitación y las características de las estrategias y ventajas competitivas de las MYPE de servicios del rubro de fotocopiado. Según Hernández Sampieri (2006), la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas grupos, comunidades, o fenómenos empresariales

Además presenta un nivel cuantitativo, ya que permite examinar los datos de manera científica, en forma numérica 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.

Según Hernández Sampieri (2006), el enfoque cuantitativo usa procedimientos estandarizados (que sean aceptados por una comunidad científica); tales datos se representan numéricamente y son analizados por métodos estadísticos.

El diseño de la investigación es no experimental porque se realiza sin manipular las variables, es decir se observa los fenómenos tal y como están en su ambiente natural para poder analizarlos. Finalmente presenta un diseño transversal, ya que la recolección de los datos y la aplicación de los instrumentos que se usarán como medio de recolección de información serán en un solo momento el propósito es describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado.

Según Hernández Sampieri (2006) se define a los diseños no experimentales como “Estudios que se realizan sin manipulación deliberada de las variables y en los que solo se observan y obtienen los fenómenos en su ambiente natural, para después analizarlos” y los diseños transversales realizan la recolección de datos en un solo momento y tiempo único donde su propósito es describir las variables.

3.2. Población y Muestra

Población

En el presente trabajo, se ha determinado dentro del sector de MYPE del rubro fotocopiado, considerando un promedio de 11 micros y pequeñas empresas.

Nombre de la MYPE	RUC	Dirección	N°
1. MEL.NET	10473643796	AV. GRAU MZA A1 LOTE. 21 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE – PIURA	02
2. MULTICOPIAS MARCOS Y PAOLA @ NET	10429717847	MZ. B1 LOTE 22 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE - PIURA	02
3. SERVICIO DE INTERNET JP	10026480987	MZ. C1 LOTE 17 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE - PIURA	01
3. MULTISERVICIOS JARR	10028061892	AV. GRAU N°3257 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE - PIURA	02
4. COPICENTER “LIDIA”	10440684853	MZ.B1 LT.13 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE – PIURA	02
5. COPICENTRO GUADALUPE	10028969070	MZ.B1 LT.14 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE – PIURA	02
6. COPY CENTER KAESCA	104013331145	AV. GRAU N° 3237 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE - PIURA	01
7. MULTISERVICIOS “MIRKO”	10255992835	Avenida Grau N° 3341 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE- PIURA	02
8. SERVICIOS DIGITALES “INTERNET PLANET”	10038247277	AV. GRAU N° 3333 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE- PIURA	02
9. COMERCIAL “CHIA”	10406987308	MZ. A1 LT. 17 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE- PIURA	02
10 COPY CENTER	10768556984	MZ.A1 LT. 15 AA HH SANTA ROSA - 26 DE OCTUBRE- PIURA	02

Elaboración propia

Muestra

Para la variable capacitación, la muestra estará conformada por los trabajadores de las MYPE del rubro fotocopiado del Asentamiento Humano Santa Rosa, siendo un total de 20 trabajadores. Hernández Sampieri (2010) considera que cuando la población es menor de 50 entonces no se aplica fórmula, pudiendo considerar el mismo número de trabajadores como la muestra.

Además, para la variable competitividad, se considera a los clientes de las MYPE del rubro fotocopiado del Asentamiento Humano Santa Rosa. Siendo una población infinita, se determinará mediante la aplicación de la muestra a través de la fórmula estadística, siguiente:

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

Dónde:

Z^2 = Grado de confiabilidad (1.96)

e = Margen de error (0.05)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Por lo que el tamaño de la muestra será:

$$n = 384 \text{ clientes.}$$

Los valores de “p” y de “q” de la proporcionalidad positiva y negativa se han aplicado de acuerdo a lo dicho por Fernández Hernández Sampieri (2006) explica que cuando se desconoce de manera indefectible los valores positivos y negativos entonces se establece los valores de 50 para “p” y 50 para “q” además los valores de z y e obedecen: z = es el valor representativo de a (el grado de confiabilidad)

equivalente al 95% como consecuencia $e = 0.05$ al cuadrado siendo el margen de error.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Criterios de inclusión:

Para la variable capacitación:

- Se incluye a los trabajadores de las MYPE.
- Se consideran los trabajadores con más de tres meses de vigencia laboral.

Para la variable competitividad

- Se incluye a los clientes de las MYPE.
- Se considera a clientes mayores de 18 años.

Criterios de exclusión:

Para la variable capacitación:

- Se excluye a personal temporal de las MYPE.
- Se excluye a los que tienen menos de tres meses.

Para la variable competitividad.

- Se excluye a personas con alguna deficiencia o menores de edad.

3.3 Definición y operacionalización de variables.

Variable Capacitación: Chiavenato (2007): la capacitación es una forma de aprendizaje a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.

Variable Competitividad: Correa (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.

Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Medición
CAPACITACIÓN	La capacitación es una forma de aprendizaje a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad. (Chiavenato, 2007)	Medios	La dimensión medios de capacitación se medirá a través de sus indicadores: actividades, empresa, necesidad, inducción, ingreso, funciones, tiempo, utilización. Con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario en aplicación directa y personalizada	<p>¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?</p> <p>¿Usted considera que necesita capacitarse?</p> <p>¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?</p> <p>¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?</p> <p>¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?</p> <p>¿Qué medios utilizaron en su capacitación?</p>	<p>Ordinal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>
		Frecuencia	La dimensión de frecuencias de la capacitación se medirá con sus indicadores: evaluación, desempeño, nivel, recurso, tarea, tiempo. Con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario en aplicación directa y personalizada	<p>¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?</p> <p>¿Cómo considera el nivel de desempeño en la MYPE?</p> <p>¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?</p> <p>¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?</p> <p>¿Cómo considera que es el trato al cliente?</p>	<p>Nominal</p> <p>Ordinal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Ordinal</p>

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Medición
COMPETITIVIDAD	La competitividad es 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. (Correa, 2012)	Ventajas	La dimensión de ventajas de la competitividad se medirá con su indicador es: personal, recursos, atención, mercado, desempeño, manejo. Con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario en aplicación directa y personalizada con cotejo de escala nominal u ordinal.	<p>¿Considera que la MYPE cuenta con el Personal necesario</p> <p>¿Para usted los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención</p> <p>¿Usted se considera un cliente frecuente?</p> <p>¿Considera que la fotocopidora es reconocida en el mercado?</p> <p>¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?</p> <p>¿Cómo considera el desempeño de los empleados?</p> <p>¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?</p> <p>¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?</p>	<p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Nominal</p>
		Estrategias	La dimensión de estrategias de la competitividad se medirá con sus indicadores: calidad, producto, precio, percepción, servicio, capacidad. Con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario en aplicación directa y personalizada con cotejo de escala nominal u ordinal.	<p>¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado?</p> <p>¿Considera que el precio de los servicios está acorde a la calidad del producto?</p> <p>¿Cuál es su percepción en relación al servicio?</p> <p>¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados?</p>	<p>Ordinal</p> <p>Nominal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSI	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	MEDICIÓN
MYPE	Emprendedores en busca del éxito y realizar una idea de negocio	Características	La dimensión de las características se medirá con su indicador es: edad, sexo, grado instrucción, tiempo. Con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario en aplicación directa y personalizada con cotejo de escala nominal u ordinal.	Edad Sexo Grado de instrucción Tiempo en años laborando en MYPE	Ordinal Nominal Ordinal Ordinal

3.4 Técnicas e instrumentos

3.4.1 Técnicas

Encuestas: La elaboración de la encuesta se realizó con la finalidad de determinar las características de los medios y frecuencia de capacitación, así como las estrategias y ventajas competitivas de las MYPE del rubro Fotocopiado del AA.HH Santa Rosa.

3.4.2 Instrumentos

Cuestionario: La encuestas serán aplicadas a los 20 trabajadores y a una muestra de 384 clientes de las MYPE del rubro Fotocopiado del AA.HH Santa Rosa.

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

El presente estudio de investigación se realizará a través de la recopilación de datos haciendo uso de diferentes técnicas, tales como: La encuesta, las cuales se aplicarán a los 20 trabajadores para la variable capacitación y a 384 clientes de las MYPE para la variable competitividad, los cuales han sido seleccionados por conveniencia de la investigadora.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no

modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Luego de la obtención de datos se procedió a codificarlos, para mantener el orden y posteriormente elaborar los cuadros estadísticos, de los cuales se realizó el análisis e interpretación de los datos, y la elaboración de las conclusiones, y recomendaciones. 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.

MATRIZ DE TABLA, PREGUNTA y ALTERNATIVA.

Ord.	TABLA	CUESTIONARIO	ALTERNATIVA
1	Edad del Trabajador	Edad del Trabajador	18 - 25, 26-35, 36-45, Más de 46 años
2	Sexo	Sexo	Masculino, femenino
3	Grado de instrucción	Grado de instrucción	Secundaria, Superior no universitaria y universitaria completa
4	Tiempo en años laborando en MYPE	Tiempo en años laborando en MYPE	Menos de 01 año, entre 01 a 03 años, entre 03 a 05 años, más de 05 años
5	Actividades que realiza	¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	Atención al cliente, caja, administrativas.
6	Necesita capacitarse	¿Usted considera que necesita capacitarse?	Si, no
7	Recibió inducción	¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	Si, no
8	Quien le ofreció la capacitación	¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	Usted mismo, la empresa
9	Recibe capacitaciones	¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	Anual, semestral, trimestral, no recibe
10	Medios de capacitación	¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	Charlas, in situ, reuniones eventuales
11	Función que realiza	¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	Si, No
12	Nivel de desempeño	¿Cómo considera el nivel de desempeño en la MYPE?	Alto, medio
13	Recursos asignados	¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?	Si, No
14	Eficiente en las tareas	¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?	Si, No
15	Trato al cliente	¿Cómo considera que es el trato al cliente?	Bueno, regular, malo
16	Personal necesario	¿Considera que la MYPE cuenta con el Personal necesario	Si, No
17	Recursos adecuados para la atención	¿Para usted los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención	Si, No
18	Cliente frecuente	¿Usted se considera un cliente frecuente?	Si, No
19	Reconocida en el mercado el servicio	¿Considera que la fotocopiadora es reconocida en el mercado?	Si, No
20	Personal de atención es capacitado	¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?	Si, No

21	<i>Desempeño de los empleado</i>	<i>¿Cómo considera el desempeño de los empleados?</i>	Bueno, regular, deficiente
22	<i>Manejo de los recursos materiales</i>	<i>¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?</i>	Bueno, regular
23	<i>Recursos tecnológicos</i>	<i>¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?</i>	Si, No
24	<i>Calidad del producto o servicio entregado</i>	<i>¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado?</i>	Bueno, regular
25	<i>Acorde a la calidad del producto</i>	<i>¿Considera que el precio de los servicios está acorde a la calidad del producto?</i>	Si, No
26	<i>Relación al servicio</i>	<i>¿Cuál es su percepción en relación al servicio?</i>	Bueno, regular
27	<i>Capacidad de respuesta de atención</i>	<i>¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados?</i>	Bueno, regular, deficiente

3.6 Matriz de Consistencia:

Titulo	Problema General	Objetivo General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016	¿Cuáles serán las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016?	Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016.	Capacitación	MEDIOS	Actividades que realiza Necesita capacitarse Recibió inducción Quien le ofreció la capacitación Recibe capacitaciones Medios de capacitación	Tipo de Investigación Descriptiva Nivel de investigación Cuantitativa Diseño: no experimental, corte transversal
		a) Identificar los medios de capacitación que utilizan las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016.		FRECUENCIA	Función que realiza Nivel de desempeño Recursos asignados Eficiente en las tareas Trato al cliente	Tipo de Investigación Descriptiva Nivel de investigación Cuantitativa Diseño: no experimental, corte transversal
		b) Determinar la frecuencia de capacitación en las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016. c) Determinar las ventajas competitivas de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016.	Competitividad	VENTAJAS	Personal necesario Recursos adecuados para la atención Cliente frecuente Reconocido en el mercado el servicio Personal de atención es capacitado Desempeño de los empleado Manejo de los recursos materiales Recursos tecnológicos	Tipo de Investigación Descriptiva Nivel de investigación Cuantitativa Diseño: no experimental, corte transversal
		d) Conocer las estrategias competitivas de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, 2016.		ESTRATEGIA	Calidad del producto o servicio entregado Acorde a la calidad del producto Relación al servicio Capacidad de respuesta de atención	Tipo de Investigación Descriptiva Nivel de investigación Cuantitativa Diseño: no experimental, corte transversal

3.7 Principios éticos.

El trabajo de investigación ha tomado en cuenta los siguientes principios éticos:

- Transparencia en la recolección de datos de la población en estudio;
- Autenticidad en la recolección de datos: fueron los mismos recolectados de la fuente;
- Énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos;
- Confidencialidad en las respuestas a las encuestas aplicadas;
- Honestidad al momento de realizar el análisis.
- Veracidad de los resultados
- Respeto por los derechos de autor.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Variable: capacitación

Los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE, se basan en aspectos generales, y en las variables Capacitación y Competitividad. A continuación se presentan las tablas correspondientes:

Datos generales

Resultados de los datos generales de los trabajadores de las MYPE de servicios rubro fotocopiado

Tabla 4.1
Edad del Trabajador

	Frecuencia	Porcentaje
18 - 25	4	20.0%
26 - 35	7	35.0%
36 - 45	6	30.0%
Más de 46 años	3	15.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Resultado de la encuesta a las MYPE.

Tabla N° 4.2

Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	6	30.0%
Femenino	14	70.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.3
Grado de Instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	2	10.0%
Superior no Universitaria	10	50.0%
Universitaria Completa	8	40.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.4
Tiempo en años laborando en MYPE

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 01 año	2	10.0%
Entre 01 a 03 años	4	20.0%
Entre 03 a 05 años	11	55.0%
Más de 05 años	3	15.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Resultados de la variable capacitación aplicado a los trabajadores de las MYPE de servicios rubro fotocopiado

Tabla N° 4.5
Actividades que realiza

	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	16	80.0%
Caja	2	10.0%
Administrativas	2	10.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.6
Necesita capacitarse

	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80.0%
No	4	20.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.7
Recibió inducción

	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	50.0%
No	10	50.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.8
Quien le ofreció la capacitación

	Frecuencia	Porcentaje
Usted mismo	2	10.0%
La Empresa	18	90.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.9
Recibe capacitaciones

	Frecuencia	Porcentaje
Anual	12	60.0%
Semestral	2	10.0%
Trimestral	4	20.0%
No recibe	2	10.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.10
Medios de capacitación

	Frecuencia	Porcentaje
Charlas	8	40.0%
In Situ	2	10.0%
Reuniones eventuales	10	50.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.11
Función que realiza

	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	60.0%
No	8	40.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.12
Nivel de desempeño

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	14	70.0%
Medio	6	30.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.13
Recursos asignados

	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90.0%
No	2	10.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.14
Eficiente en las tareas

	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80.0%
No	4	20.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.15
Trato al cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	10	50.0%
Regular	8	40.0%
Malo	2	10.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

4.1.2 Variable: competitividad

Para realizar el análisis de la variable mencionada se acudió a los clientes de las MYPE de servicios rubro fotocopiado

Tabla N° 4.16
Personal necesario

	Frecuencia	Porcentaje
Si	285	74.2%
No	99	25.8%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.17
Recursos adecuados para la atención

	Frecuencia	Porcentaje
Si	239	62.2%
No	145	37.8%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.18
Cliente frecuente

	Frecuencia	Porcentaje
Si	282	73.4%
No	102	26.6%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.19
Reconocida en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje
Si	309	80.5%
No	75	19.5%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.20
Personal de atención es capacitado

	Frecuencia	Porcentaje
Si	237	61.7%
No	147	38.3%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.21
Desempeño de los empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	177	46.1%
Regular	173	45.1%
Deficiente	34	8.9%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.22
Manejo de los recursos materiales

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	265	69.0%
Regular	119	31.0%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.23
Recursos tecnológicos

	Frecuencia	Porcentaje
Si	369	96.1%
No	15	3.9%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.24
Calidad del producto o servicio entregado

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	236	61.5%
Regular	148	38.5%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.25
Acorde a la calidad del producto

	Frecuencia	Porcentaje
Si	154	40.1%
No	230	59.9%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.26
Relación al servicio

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	271	70.6%
Regular	113	29.4%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

Tabla N° 4.27
Capacidad de respuesta de atención

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	224	58.3%
Regular	134	34.9%
Deficiente	26	6.8%
Total	384	100.0%

Fuente: Encuesta a las MYPE

4.2 Análisis de los resultados

4.2.1 De acuerdo a los datos generales

Según los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA. HH. Santa Rosa, se determinó en la tabla 4.1 respecto a las edades de los trabajadores, que la más representativa son personas entre 26 a 35 años con un 35%; seguido de un 30% que representan personas entre 36 a 45 años. Los resultados de Rosillo (2015) expresan algo similar donde se evidencia que los trabajadores tienen una edad comprendida entre 48 y 58 años de edad.

Demostrando una de las características relacionada a las edades de los colaboradores que se desempeñan en las MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras de servicio de fotocopiado en el asentamiento humano Santa Rosa.

También en la tabla 4.2 respecto del sexo de los trabajadores se evidenció que un 70% pertenecen al sexo femenino y un 30% pertenecen al sexo masculino. Estos resultados se comparan con los de Lezama (2010) quien determinó que el 62.5% de los representantes legales encuestados es del sexo femenino. También se compara con la investigación de Rosillo (2015) quien estableció que el 67% de estas microempresas son lideradas por personas del género femenino.

Demostrando una de las características vinculadas con el sexo donde la mayoría son mujeres colaboradoras de las MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras de servicio de fotocopiado en el asentamiento humano Santa Rosa.

En cuanto al grado de instrucción, la Tabla 4.3 evidencia que en su mayoría (50%) los trabajadores cuentan con estudios superiores no universitarios; asimismo un 40% cuentan con estudios universitarios completos. Comparando los resultados con los obtenidos por Rosillo (2015) quien determinó que el 33.3% tienen secundaria completa, el 17 % tienen estudios universitarios.

Demostrando una de las características sobre el grado de instrucción de los trabajadores del personal de MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras de servicio de fotocopiado en el asentamiento humano Santa Rosa.

En relación al tiempo de años laborando, la tabla 4.4 evidenció que un 55% de trabajadores llevan laborando entre 03 a 05 años; y un 20% vienen laborando entre 01 a 03 años. Estos resultados se comparan con los de Lezama (2010) quien determinó que el 37.5% de los microempresarios encuestados se dedican al rubro de la xerografía hace un año, y el 12.5% se dedican a dicha actividad 2 y 3 años, respectivamente. El 12.5% de las MYPE encuestadas tienen un trabajador, el 37.5% tienen 2 trabajadores, y el 25% tienen 3 y 4 trabajadores, respectivamente.

Demostrando una de las características del tiempo de servicio laborando es de 3 a cinco años, MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras de servicio de fotocopiado en el asentamiento humano Santa Rosa.

4.2.2 Con respecto a la Variable Capacitación

Respecto a la capacitación se considera la definición de Rodríguez & Morales (2008) quien expresa que 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.

Además expresan que el elemento esencial en muchos programas de capacitación es el contenido, donde las informaciones son genéricas, referentes al trabajo; y también puede cobijar también la transmisión de nuevos conocimientos. Por ende en la tabla 4.5 respecto a las actividades que realizan los trabajadores, se evidenció que el 80% de los trabajadores suelen encargarse de la atención al cliente; mientras que un 10% de los trabajadores se desempeñan en actividades como caja y administrativas respectivamente. Estos resultados permiten inferir que generalmente las mismas personas realizan varias funciones es decir la atención al cliente y el cobro del servicio; solamente en dos MYPE se observó que el representante realiza la función de Caja y a la vez dirige a sus trabajadores. Al respecto Díaz (2011) en sus resultados determino que se debe contar con programas periódicos de capacitación de manera grupal e individual en las distintas áreas que componen la empresa, promover el desarrollo profesional, requerido por el puesto. Vinculado con el primer objetivo específico de los medios de capacitación.

En cuanto a la necesidad de capacitación, en la tabla 4.6 se determinó que existe un 80% de trabajadores que señalan que necesitan capacitación, asimismo un 20% manifestó que no es necesario brindar capacitaciones. Se infiere que la

necesidad de capacitación está enfocada a que muchas veces por la antigüedad y el continuo funcionamiento de las maquinas fotocopiadoras, existen momentos de afluencia de público y las copias se atascan en los rodillos, y deben abrir la máquina para poder solucionar el problema manualmente, pero existen veces que no se logra solucionar el problema, quedando la maquina inoperativa hasta que venga un técnico especialista. Esto se puede comparar con la investigación de Lezama (2010) quien estableció que el 25% de los microempresarios encuestados ha recibido capacitación en el curso de manejo empresarial, y el 50% ha recibido capacitación en otros cursos no especificados. Vinculado con el primer objetivo específico de los medios de capacitación.

Según Frigo (2006) el proceso de inducción, es la información que se brinda a los empleados recién ingresados. Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante. La tabla 4.7, en cuanto a la inducción que brindan en las MYPE del rubro fotocopiado; un 50% manifestó si haber recibido cuando ingreso a trabajar; mientras que los demás trabajadores no ha recibido inducciones. Se deduce que debido a la practicidad de las actividades, se requieren conocimientos operativos; y no se brindan inducciones ya que muchas veces el personal ya cuenta con experiencia anterior; y solamente se induce u orienta a personal sin experiencia. Estos resultados son comparables con los de Mayurí (2008) quien estableció que los participantes de un curso de capacitación consideran que una mejor medición de los resultados es a través del promedio de notas final que refleja el conocimiento y practica de los conocimientos alcanzados. Vinculado con el primer objetivo específico de los medios de capacitación.

En relación a quien le brindo capacitación en cuanto a la función que realizan; en la tabla 4.8 se evidencia que los trabajadores manifiestan que la MYPE le brindo

capacitación en un 90%; solamente un 10% manifestó haberse capacitado por propia iniciativa. Dichos resultados conllevan a deducir que las MYPE si se preocupan por brindar capacitación a sus trabajadores. Los resultados de Palacios (2012) establece que es necesario identificar las principales características de la capacitación, y reconoció que es importante capacitar a las MYPE. Al respecto Helberth (2006) señala que existen varios objetivos de capacitación; entre los cuales se destaca la preparación del personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo; y proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo. Vinculado con el primer objetivo específico de los medios de capacitación.

La tabla 4.9 evidencia que la frecuencia en las MYPE del rubro fotocopiado brindan capacitación; anual con una representatividad de 60%; también se determinó que un 20% manifestó que las capacitaciones se brindan con una frecuencia trimestral. Se infiere que las capacitaciones son anuales, ya que no requieren de mayor conocimiento; más que todo se recalca las habilidades y destrezas del trabajador. Estos resultados se pueden comparar con los de Lezama (2010) quien estableció que el 37.5% de los trabajadores de las MYPE de servicios rubro xerográficos no han recibido ningún tipo de capacitación en los dos últimos años. En cambio, el 37.5% han recibido una capacitación y el 12.5% han recibido 2 y 3 capacitaciones, respectivamente. Vinculado con segundo objetivo específico de los medios de capacitación.

Ruiz (2011) comenta que los medios de capacitación se refieren a las técnicas, instrumentos y metodologías que coadyudan al cumplimiento de las actividades y objetivos de la capacitación. En cuanto a los medios que se utilizan en la capacitación, la tabla 4.10 identifica que generalmente se realizan a través de reuniones eventuales en un 50%; y mediante charlas en un 40%. Se deduce que la

capacitación se realiza con reuniones de los trabajadores de las MYPE, generalmente a través de charlas que brinda el técnico especialista o del proveedor de las fotocopiadoras en cuando al manejo de las fotocopiadoras. La investigación de Medina (2014) estableció que en el rubro restaurantes se da la capacitación pre ingreso, lo cual implica que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real. Vinculado con el primer objetivo específico de los medios de capacitación.

Helberth (2006) señala que la capacitación proporciona a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.

En relación a la evaluación del desempeño de los trabajadores, la tabla 4.11 representa que un 60% de las MYPE si evalúan el desempeño de sus trabajadores, y un 40% de los trabajadores manifestó que no se evalúa su desempeño. De los resultados se puede inferir que la evaluación del desempeño se realiza en las MYPE de mayor tamaño, considerando la cantidad de papel utilizado; en relación a la cantidad de fotocopias de los contadores y la cantidad de dinero ingresada; asimismo se infiere que las maquinas fotocopiadoras más antiguas no se puede realizar una medición estimación de papel utilizado frente a la cantidad de fotocopias realizadas. Dichos resultados se comparan con los de Lezama (2010) quien establece que el 62.5% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la capacitación es una inversión y el 37.5% dijeron que no es una inversión.

Según González (2001) cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos, cuando tienen los conocimientos y habilidades labores necesarios, son menos propensos a cometer errores costosos en el trabajo.

En la tabla 4.12, respecto a su nivel de desempeño en las actividades que realiza en las MYPE, el 70% de los trabajadores manifestó poseer un alto desempeño, debido a la experiencia adquirida; mientras que un 30% de los trabajadores señala tener un desempeño medio; por lo que expresan su necesidad de capacitarse. Se infiere que existen debilidades operativas relacionadas con la tecnología de las maquinas, por lo que es necesario conocer el adecuado funcionamiento de la fotocopidora, poniendo énfasis en soluciones cotidianas como atasco de papel, cambio de tinta, etc.

En la tabla 4.13 se determinó si los trabajadores aprovechan los recursos asignados a su función; estableciendo que un 90% de los trabajadores realizan una actividad de forma eficiente, mientras que un 10% no suele realizar sus funciones correctamente, debido a problemas relativos al servicio de fotocopiado.

Respecto a la eficiencia de los trabajadores, la tabla 4.14 evidencia que los trabajadores manifiestan ser eficientes en un 80%, mientras que un 20% señala no ser del todo eficientes; se infiere que el problema esencial es la traba de papel, desperdiciando los recursos brindados para la finalidad del servicio; ello puede mejorar adquiriendo maquinas fotocopadoras nuevas, mediante la adquisición de repuestos o un adecuado mantenimientos para el mejor rendimiento.

Gonzáles (2001) señala que la importancia de la capacitación de personal, se basa en que aporta a las empresas un personal mejor preparado, adiestrado, el cual hará que se desarrolle en sus actividades relacionadas a su puesto de trabajo que desempeña. Esperando con ello que cada personal se encuentre en un puesto acorde a su perfil profesional. Con ello se verán satisfechas las necesidades actuales y futuras respecto del aprendizaje y habilidades que desarrollarán los empleados.

La tabla 4.15, en relación al trato que se le brinda al cliente, se determinó que el 50% de los trabajadores opina que es buena; un 40% señala que es regular; y un 10% manifiesta que el servicio es malo o inadecuado; se infiere que en variadas ocasiones y generalmente cuando vienen clientes con muchas fotocopias, el tiempo de demora para los otros clientes se amplía o retrasa, evidenciando molestia en la capacidad de respuesta. En la investigación de Lezama (2010) se estableció que el 62.5% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación a su personal sí es relevante para la empresa en cuanto a la atención que se brinda y el 37.5% dijeron que no es relevante.

4.2.3 Con respecto a la Variable Competitividad

Respecto a la Competitividad, se cita la definición de Correa (2012) quien la define 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.

La investigación de Saavedra (2012) concluye que el concepto de competitividad empresarial es muy complejo; nos indica que no es posible manejar la competitividad empresarial sin considerar los aspectos del entorno que afecta a la organización

Los resultados obtenidos, luego de la aplicación del cuestionario a los clientes, respecto a la competitividad; evidencian en la tabla 4.16 que los clientes manifiestan en un 74,2% que las MYPE del rubro fotocopiado si cuentan con el personal necesario para la atención; asimismo se estableció que un 25,8% expresó que no cuentan con el personal suficiente para brindar el servicio. Se infiere estos

resultados debido que existen algunas MYPE con solo una persona para la atención, y realizando las funciones de caja, atención al cliente y administrativas.

En la tabla 4.17 se evidencia que los clientes manifiestan en un 62,2% que los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención; asimismo un 37,8% de los trabajadores expresan que no se cuenta con recursos idóneos para el desarrollo de las funciones; se infiere que los clientes pueden solicitar servicios adicionales o complementarios al rubro fotocopiado y algunas MYPE no realizan dicho servicio.

En relación al cliente de acuerdo a su frecuencia de utilización del servicio; la tabla 4.18 establece que un 73,4% de los clientes suelen recurrir con regularidad a requerir los servicios de fotocopiado; también se estableció que un 26,6% de los clientes manifestó que no son frecuentes. Estos resultados permiten deducir que algunos clientes solo utilizan el servicio por cercanía a la institución pública (Unidad de Gestión Educativa Local – Piura, o colegios) aledaños a la zona; mientras que otros utilizan los servicios con frecuencia por necesidad de realizar tareas escolares, o tramites frecuentes en la institución pública cercana.

Por su parte, Gaxiola (2010) señala que una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto de sus competidores, que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellos, de manera sostenible en el tiempo.

Respecto a si las MYPE del rubro fotocopiado, son reconocidas en el mercado; la tabla 4.19 evidencia que un 80,5% de los clientes consideran que sí; además un 19,5% de los clientes expresan que no son muy conocidas. Se deduce a partir de los resultados que las fotocopadoras son reconocidas debido a la cercanía de la zona de educación local, y los clientes asiduos a las MYPE, acuden para

realizar copias a documentación necesaria, también existen MYPE que no son muy cercanas a dicha zona, y solo son reconocidas por los habitantes del asentamiento humano. Estos resultados se comparan con los de Mendo (2014) quien establece que El 77.8 % de las MYPE consideran sobresalir ante su competencia en el rubro; por medio de inversiones y mejoras en su negocio.

Al respecto se considera lo expresado por Cabrera; López y Ramírez (2011) quienes plantean que la estrategia competitiva establece el éxito o fracaso de las empresas. La estrategia se refiere a una habilidad o destreza, y la competitividad a la capacidad de hacer uso de esa destreza para permanecer en un ambiente.

En la tabla 4.20 en relación a la percepción de los clientes, sobre la capacitación del personal, se determinó que el 61,7% de clientes manifiestan que si se encuentran capacitados; mientras que el 38,3% de los clientes expresan que no se encuentran debidamente capacitados. Se infiere que la percepción negativa de los clientes, es por los problemas técnicos, que generan más de una incomodidad en los clientes que generalmente quieren sacar raudamente sus copias porque son trámites a realizar.

Al respecto Cárdenas (2010), señala que para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

En cuanto al desempeño de los empleados, la tabla 4.21 establece que los clientes perciben que el desempeño de los empleados es bueno en un 46,1%; además se determinó en un 45,1% que los clientes los consideran regular; finalmente el 8,9% lo consideran como deficiente. Se infiere que el desempeño depende de las capacidades de los empleados, por lo que es necesaria la capacitación para

estandarizar el desempeño de los trabajadores. En la investigación de Navia (2009) dentro de sus conclusiones se hace referencia que no solo es necesario un buen desempeño, sino que se debe generar un valor agregado y que este sea percibido por el consumidor final.

Las empresas que posean fuertes valores culturales lograrán que sus trabajadores tengan claro cuál es su misión, qué deben hacer y qué se espera de ellos, a quién delegar en caso necesario y, lo que es más importante, cómo actuar ante situaciones imprevisibles (Cárdenas, 2010).

En la tabla 4.22 se indica como los clientes califican el manejo de recursos materiales de los trabajadores, donde los clientes manifiestan en un 69% que es bueno y el 31% lo considera como regular. Se deduce que la mayoría de los clientes califican de bueno, debido a que si se cuenta con los recursos necesarios; y la percepción regular es debido a que existen algunos inconvenientes con la operatividad de las maquinas.

Según Cárdenas (2010) para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes, las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras que pueden introducir tanto en sus productos o servicios como en sus procesos.

En relación a los recursos tecnológicos que cuenta la MYPE se evidencia que los clientes manifestaron que si se cuenta en un 96,1%; frente a un 3,9% que expresa que las MYPE no cuentan con recursos tecnológicos. Se deduce que los clientes manifiestan que no se cuenta con recursos tecnológicos debido a que algunas MYPE, cuentan con fotocopiadoras antiguas y que causan algunos inconvenientes a los trabajadores, o que las copias no sean de calidad. Estos resultados son comparados con los de Ipanaque (2011) quien señala que la región Piura tiene potencial, el

gobierno regional puede incrementar sus aportes en la innovación, ciencia y tecnología como una herramienta estratégica en busca de la competitividad del sector empresarial en general y de las MYPE en particular.

Las ventajas de costos están asociadas con la capacidad de ofrecer a los clientes un producto al mínimo costo. Las ventajas competitivas de valor; por su parte, están basadas en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos, discernibles por los clientes, que distinguen a un competidor de los demás (Cárdenas, 2010).

La tabla 4.24, evidencia los resultados de acuerdo a la percepción de los clientes en cuanto a la calificación de la calidad del servicio entregado, evidenciando un 61,5% calificado como bueno, y un 38,5% de los clientes lo califican como regular. La percepción de los clientes infiere que la calidad de las copias es buena, además considerando la calidad de la hoja y la nitidez de la copia. Además la calificación de regular, es debido a que algunas copias presentan algunas salpicaduras de tinta, o algunos párrafos borrosos, debido a que las maquinas fotocopiadoras necesitan mantenimiento cada 06 meses. Esto se compara con la investigación de Soto (2007) quien concluyó que una buena gestión de la gerencia y de toda la organización, desde una pequeña empresa, se puede producir calzado de calidad, a precios competitivos, con la consiguiente aceptación del público usuario.

Cárdenas, (2010) expresa que son muchos los factores que inciden en el éxito competitivo de las MYPE; es alcanzar la diferencia por la calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas.

En cuanto al precio de los servicios acorde a la calidad, en la tabla 4.25 se evidencia que los clientes manifiestan que si en un 40,1% y que no en 59,9%; se

infiere que debido a la competencia, algunas MYPE rebajan sus costos a 0.05 céntimos lo que origina que los costos incurridos en papel y otros insumos, no permitan realizar mantenimientos continuos a su maquinaria.

En la tabla 4.26 en cuanto a la percepción en relación al servicio que brinda la MYPE, los clientes califican de bueno en un 70,6%; mientras que de regular en un 29,4%. Los resultados permiten deducir que de forma global la percepción de regular aumenta porcentualmente, ello debido a que el contacto con el cliente, la forma de atención, y el servicio de fotocopiado, no evidencia procesos que permitan lograr una satisfacción general por parte de los clientes. Estos resultados se comparan con los de Rosillo (2015) quien determinó que el 66% de las MYPE casi nunca comunican la visión, la misión, por ende los trabajadores no cuentan con un norte de orientación y además el 60% respondió que la gestión de calidad si tiene relación con la competitividad; es decir realizar un servicio idóneo conlleva a mejorar su competitividad.

Según Weinberger (2009) las estrategias competitivas se refieren a la manera cómo una empresa compite frente a sus rivales, en un determinado negocio o unidad estratégica de negocio. La esencia de la estrategia competitiva está en relacionar a la empresa con su entorno y luego de un análisis de las cinco fuerzas competitivas

Finalmente en la tabla 4.27, en relación a la capacidad de respuesta de atención por parte de los trabajadores, los clientes lo califican de bueno en un 58,3%; mientras que un 34,9% lo califican de regular y un 6,8% lo califica de deficiente. Se infiere que la demora de la entrega de servicio, es por la cantidad de demanda, o la cantidad de fotocopias, evidenciando falta de fotocopadoras o de personal para que los clientes perciban que el servicio es rápido o se encuentre en estándares de tiempo adecuado.

V. CONCLUSIONES

Los medios de capacitación que utilizan las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, en su mayoría son a través de reuniones de forma eventual; además algunas MYPE utilizan charlas brindadas por técnicos especialistas que brindan el mantenimiento de las fotocopiadoras, finalmente algunas MYPE solo se basan en el aprendizaje en la práctica, basándose en la experiencia del representante de la MYPE o de los mismos trabajadores.

La frecuencia de las capacitaciones en las MYPE de servicios rubro fotocopiado del AA.HH Santa Rosa, en su mayoría es de forma anual; ya que consideran que la capacitación es un gasto; otras MYPE que si realizan mantenimiento aprovechan realizar charlas de forma semestral y trimestral. Además se concluye que alguna de las MYPE no brinda capacitación.

Las ventajas competitivas que evidencian las MYPE, desde la perspectiva de los clientes, se enfocan en contar con personal necesario, contar con los recursos adecuados para brindar el servicio, la búsqueda de la fidelización del cliente, alcanzar un reconocimientos en el mercado, contar con trabajadores con experiencia o con conocimientos necesarios para el manejo de las fotocopiadoras, y poseer tecnología para brindar un servicio idóneo.

Las estrategias competitivas se enfocan en la calidad del servicio entregado, con copias de calidad desde el papel que se utiliza hasta la impresión; contar con precios bajos para atraer mayor cantidad de clientes, brindando un buen servicio para intentar satisfacer al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albujar, Janampa, Odar, & Osorio. (2008). *Sistema Nacional de capacitación para la Mype peruana*. Lima: ESAN Ediciones.
- BCR. (2013). *Datos macroeconómicos*. Lima: <http://elcomercio.pe/economia/peru/bcr-balanza-comercial-habria-sido-negativa-us396-millones-2013-noticia-1681718>.
- Benavides. (2008). *Capacitación, conocimiento y competitividad de las MiPymes formales costarricenses*. Costa Rica.
- Cabrera; López y Ramírez (2011) La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de Investigación N° 04. Universidad Central. Ediciones Fundación Universidad Central. Colombia.
- Frigo. (2006). *¿Qué es la capacitación?* Retrieved 04 24, 2014, from <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Gaxiola, J (2010) Estrategia empresarial: diseño corporativo. México
- Gonzáles. (2001). *Como diagnosticar necesidades de capacitación*. Editorial Pacífico.
- Helberth. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*. Lima: S/E.
- Mathews (2009) Competitividad: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las MYPE. USAID. Perú. Mype competitiva.
- MEF. (2013). *MIPYME*. Retrieved 2014, from MIPYME: <http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2012.pdf>
- MTPE. (2008). *Plan Nacional de formalización y modernización de la MYPE*. Lima: Ministerio de Trabajo y producción del empleo.

- Panizo. (2014). *Competitividad, Formalización y desarrollo de la MYPE*. Lima:
<http://peru21.pe/economia/cambios-ley-mype-permitira-que-170-mil-empresas-se-formalicen-2014-2139763>.
- Porter, M. (2001). *Estrategia competitiva: Técnicas para analizar las industrias y la competencia*. Buenos Aires, Argentina: Mc Graw Hill.
- Rodríguez, & Morales. (2008). *La capacitación en las organizaciones modernas*. Chihuahua - México: Universidad Autónoma de Chihuahua.
- Ruiz. (2011). *Capacitación al personal*. Lima: I.S.T.P Nuestra Señora del Carmen.
- Weinberger, K. (2009). *Estrategia: Para lograr y mantener la competitividad de la empresa*. . Lima: Nathan Associates Inc 1era Edición.

ANEXOS

8.1 Cuestionario

 <p>UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN</p>
<p>El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro Fotocopiado del AAHH Santa Rosa, 2014”.</p>
<p>I. DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES</p> <p>1.1 Edad del trabajador: 18 – 25..... 26 – 35..... 36 – 45 Más de 46 años....</p> <p>1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....</p> <p>1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No Universitaria..... Universitaria Completa.....</p> <p>1.4 Tiempo en años laborando en MYPE: Menos de 01 año Entre 01 a 03 añosEntre 03 a 05 años Más de 05 años.</p>
<p>CAPACITACIÓN</p> <p>2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?: Atención al cliente () Caja ()) Administrativas ()</p> <p>2.2 ¿Usted considera que necesita capacitarse?: Sí () No ()</p> <p>2.3 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Sí () No ()</p> <p>2.4 ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?: Usted mismo () La MYPE ()</p> <p>2.5 ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?: Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()</p> <p>2.6 ¿Qué medios utilizaron en su capacitación? Charlas () In situ () Reuniones eventuales ()</p> <p>2.7 ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Si () No ()</p> <p>2.8 ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?: Alto () Medio () Bajo ()</p> <p>2.9 ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Si () No ()</p> <p>2.10 ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Si () No ()</p> <p>2.11 ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno () Regular () Malo ()</p>

 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN ÁNGELES DE CHIMBOTE
<p>El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro Fotocopiado del AAHH Santa Rosa, 2014”.</p>
<p>II. DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES</p> <p>1.1 Edad: 18 – 25.... 26 – 35.... 36 – 45 Más de 46 años....</p> <p>1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....</p>
<p>COMPETITIVIDAD</p> <p>2.1 ¿Considera que la MYPE cuenta con el personal necesario para la atención?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.2 ¿Para usted, los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención? : Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.3 ¿Usted se considera un cliente frecuente?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.4 ¿Considera que la fotocopiadora es reconocida en el mercado?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.5 ¿ Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.6 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Deficiente (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.7 ¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Deficiente (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.8 ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos? Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.9 ¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.10 ¿Considera que el precio de los servicios están acorde a la calidad del producto? Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.11 ¿Cuál es su percepción en relación al servicio? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)</p> <p>2.12 ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)</p>

8.2 Validaciones

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, DAVID GONZALO DELIA HUAYTANO, 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: ENCUESTA, elaborado por la estudiante LILIANA AGUILAR ALBERCA, 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 FOTOCOPIADO DEL AA HH SANTA ROSA, 2014", que se encuentra realizando.

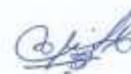
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.


Esc. Adm. Maestr. Huancabamba
CLAP 174 - 1

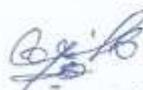
Piura, Julio 2016.

Ítems relacionados con Capacitación y Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, oquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO (X)
1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?	X			X		X	SI () NO (X)
10. ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?	X			X		X	SI () NO (X)
11. ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?	X			X		X	SI () NO (X)
12. ¿Considera que la MYPE	X			X		X	SI ()

X



cuenta con el personal necesario para la atención?	X			X		X	NO (X)
13. ¿Para usted, los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención?	X			X		X	SI () NO (X)
14. ¿Usted se considera un cliente frecuente?	X			X		X	SI () NO (X)
15. ¿Usted considera que la fotocopidora es reconocida en el mercado?	X			X		X	SI () NO (X)
16. ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?	X			X		X	SI () NO (X)
17. ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?	X			X		X	SI () NO (X)
18. ¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?	X			X		X	SI () NO (X)
19. ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	X			X		X	SI () NO (X)
20. ¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado?	X			X		X	SI () NO (X)
21. ¿Considera que el precio de los servicios están acorde a la calidad del producto?	X			X		X	SI () NO (X)
22. ¿Cuál es su percepción en relación al servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
23. ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados?	X			X		X	SI () NO (X)


 Houshori
 CLAP 172 - E

 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 la competitividad de las MYPE del rubro Fotocopiado del AAHH Santa Rosa, 2014".	
I. DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES	
1.1 Edad del trabajador: 18 – 25..... 26 – 35..... 36 – 45 Más de 46 años.....	
1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....	
1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No Universitaria..... Universitaria Completa.....	
1.4 Tiempo en años laborando en MYPE: Menos de 01 año Entre 01 a 03 añosEntre 03 a 05 años Más de 05 años.	
CAPACITACIÓN	
2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?: Atención al cliente () Caja () Administrativas ()	
2.2 ¿Usted considera que necesita capacitarse?: Sí () No ()	
2.3 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Sí () No ()	
2.4 ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?: Usted mismo () La MYPE ()	
2.5 ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?: Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()	
2.6 ¿Qué medios utilizaron en su capacitación? Charlas () In situ () Reuniones eventuales ()	
2.7 ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Sí () No ()	
2.8 ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?: Alto () Medió () Bajo ()	
2.9 ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Sí () No ()	
2.10 ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Sí () No ()	
2.11 ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno () Regular () Malo ()	



 A. Adm. M. S. Santa Rosa
 CLAP 174 - 1

 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 la competitividad de las MYPE del rubro Fotocopiado del AAHH Santa Rosa, 2014".	
II. DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES	
1.1 Edad: 18 - 25.... 26 - 35.... 36 - 45 Más de 46 años.... 1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....	
COMPETITIVIDAD	
2.1 ¿Considera que la MYPE cuenta con el personal necesario para la atención?: Si () No () ()	
2.2 ¿Para usted, los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención? : Si () No ()	
2.3 ¿Usted se considera un cliente frecuente?: Si () No ()	
2.4 ¿Considera que la fotocopiadora es reconocida en el mercado?: Si () No ()	
2.5 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?: Si () No ()	
2.6 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados? Bueno () Regular () Deficiente ()	
2.7 ¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores? Bueno () Regular () Deficiente ()	
2.8 ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos? Si () No ()	
2.9 ¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado? Bueno () Regular () Malo ()	
2.10 ¿Considera que el precio de los servicios están acorde a la calidad del producto? Si () No ()	
2.11 ¿Cuál es su percepción en relación al servicio? Bueno () Regular () Malo ()	
2.12 ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados? Bueno () Regular () Malo ()	


 Dr. Adm. María C. Huamani
 CLAP 174

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Manuel Ginoletto Vega, identificado con DNI 02867439, con el grado de Magister en Asociación 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: ENCUESTA, elaborado por la estudiante LILIANA AGUILAR ALBERCA, 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 FOTOCOPIADO DEL AA HH SANTA ROSA, 2014", 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.


c. Carlos M. Ginoletto Vega
CLAD, S.A.S.

Piura, Julio 2016.

Ítems relacionados con Capacitación y 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	SI	NO
1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
2. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
3. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		SI () NO (X)
4. ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
5. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
6. ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
7. ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
8. ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
9. ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
10. ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
11. ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
12. ¿Considera que la MYPE cuenta con el personal necesario para la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO
13. ¿Para usted, los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		NO

14. ¿Usted se considera un cliente frecuente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
15. ¿Usted considera que la fotocopidora es reconocida en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
16. ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
17. ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
18. ¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
19. ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
20. ¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
21. ¿Considera que el precio de los servicios están acorde a la calidad del producto?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
22. ¿Cuál es su percepción en relación al servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
23. ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO

Tabla De Resumen


 Lic. Adm. Carlos M. Galoccho Vega
 C.I.A.O. 0000

 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 la competitividad de las MYPE del rubro Fotocopiado del AAHH Santa Rosa, 2014".	
I. DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES	
1.1	Edad del trabajador: 18 - 25... 26 - 35... 36 - 45 Más de 46 años....
1.2	Sexo: Masculino.....Femenino.....
1.3	Grado de instrucción: Primaria: Secundaria Superior No Universitaria..... Universitaria Completa.....
1.4	Tiempo en años laborando en MYPE; Menos de 01 año Entre 01 a 03 años ... Entre 03 a 05 años Más de 05 años.
CAPACITACIÓN	
2.1	¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?: Atención al cliente (<input type="checkbox"/>) Caja (<input type="checkbox"/>) Administrativas (<input type="checkbox"/>)
2.2	¿Usted considera que necesita capacitarse?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.3	¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.4	¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?: Usted mismo (<input type="checkbox"/>) La MYPE (<input type="checkbox"/>)
2.5	¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?: Anual (<input type="checkbox"/>) Semestral (<input type="checkbox"/>) Trimestral (<input type="checkbox"/>) No recibe (<input type="checkbox"/>)
2.6	¿Qué medios utilizaron en su capacitación? Charlas (<input type="checkbox"/>) In situ (<input type="checkbox"/>) Reuniones eventuales (<input type="checkbox"/>)
2.7	¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.8	¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?: Alto (<input type="checkbox"/>) Medio (<input type="checkbox"/>) Bajo (<input type="checkbox"/>)
2.9	¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.10	¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.11	¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)

 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 la competitividad de las MYPE del rubro Fotocopiado del AAHH Santa Rosa, 2014".	
II. DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES	
1.1	Edad: 18 - 25.... 26 - 35.... 36 - 45 Más de 46 años....
1.2	Sexo: Masculino.....Femenino.....
COMPETITIVIDAD	
2.1	¿Considera que la MYPE cuenta con el personal necesario para la atención?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.2	¿Para usted, los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención? : Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.3	¿Usted se considera un cliente frecuente?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.4	¿Considera que la fotocopiadora es reconocida en el mercado?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.5	¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.6	¿Cómo considera el desempeño de los empleados? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Deficiente (<input type="checkbox"/>)
2.7	¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Deficiente (<input type="checkbox"/>)
2.8	¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos? Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.9	¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)
2.10	¿Considera que el precio de los servicios están acorde a la calidad del producto? Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.11	¿Cuál es su percepción en relación al servicio? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)
2.12	¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Maria del Carmen Rosillo de Purizaca, identificado con DNI 02817255, con el grado de Magister en Ciencias Educativas Mención en: Proyectos de Investigación.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: ENCUESTA, elaborado por la estudiante LILIANA AGUILAR ALBERCA, 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 FOTOCOPIADO DEL AA HH SANTA ROSA, 2014", 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.


.....
Maria del C. Rosillo de Purizaca
LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD 93970

Piura, Julio 2016.

Ítems relacionados con Capacitación y Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ () NO ()
1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
6. ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
7. ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
8. ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
9. ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
10. ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
11. ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SÍ () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
12. ¿Considera que la MYPE							SÍ ()


 María del C. Rosillo de Purizaca
 LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAB 83970

cuenta con el personal necesario para la atención?	X			X		X	NO (X)
13. ¿Para usted, los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención?	X			X		X	SI () NO (X)
14. ¿Usted se considera un cliente frecuente?	X			X		X	SI () NO (X)
15. ¿Usted considera que la fotocopiadora es reconocida en el mercado?	X			X		X	SI () NO (X)
16. ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?	X			X		X	SI () NO (X)
17. ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?	X			X		X	SI () NO (X)
18. ¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?	X			X		X	SI () NO (X)
19. ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	X			X		X	SI () NO (X)
20. ¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado?	X			X		X	SI () NO (X)
21. ¿Considera que el precio de los servicios están acorde a la calidad del producto?	X			X		X	SI () NO (X)
22. ¿Cuál es su percepción en relación al servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
23. ¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados?	X			X		X	SI () NO (X)


 María del C. Rosillo de Purizaco
 LIC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD 87179

 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN	
<p>El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro Fotocopiado del AAHH Santa Rosa, 2014".</p>	
<p>I. DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES</p>	
1.1	Edad del trabajador: 18 - 25... 26 - 35... 36 - 45 Más de 46 años....
1.2	Sexo: Masculino.....Femenino.....
1.3	Grado de instrucción: Primaria: Secundaria Superior No Universitaria..... Universitaria Completa.....
1.4	Tiempo en años laborando en MYPE; Menos de 01 año Entre 01 a 03 años ... Entre 03 a 05 años Más de 05 años.
<p>CAPACITACIÓN</p>	
2.1	¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?: Atención al cliente () Caja () Administrativas ()
2.2	¿Usted considera que necesita capacitarse?: Si () No ()
2.3	¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Si () No ()
2.4	¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?: Usted mismo () La MYPE ()
2.5	¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?: Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()
2.6	¿Qué medios utilizaron en su capacitación? Charlas () In situ () Reuniones eventuales ()
2.7	¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Si () No ()
2.8	¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?: Alto () Medio () Bajo ()
2.9	¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Si () No ()
2.10	¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Si () No ()
2.11	¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno () Regular () Malo ()

 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 la competitividad de las MYPE del rubro Fotocopiado del AAHH Santa Rosa, 2014".	
II. DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES	
1.1	Edad: 18 - 25.... 26 - 35.... 36 - 45 Más de 46 años....
1.2	Sexo: Masculino.....Femenino.....
COMPETITIVIDAD	
2.1	¿Considera que la MYPE cuenta con el personal necesario para la atención?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.2	¿Para usted, los trabajadores cuentan con los recursos adecuados para la atención? : Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.3	¿Usted se considera un cliente frecuente?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.4	¿Considera que la fotocopiadora es reconocida en el mercado?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.5	¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?: Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.6	¿Cómo considera el desempeño de los empleados? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Deficiente (<input type="checkbox"/>)
2.7	¿Usted cómo califica el manejo de los recursos materiales de los trabajadores? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Deficiente (<input type="checkbox"/>)
2.8	¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos? Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.9	¿Cómo califica la calidad del producto o servicio entregado? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)
2.10	¿Considera que el precio de los servicios están acorde a la calidad del producto? Si (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
2.11	¿Cuál es su percepción en relación al servicio? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)
2.12	¿Cuál es su percepción en cuanto a la capacidad de respuesta de atención de los empleados? Bueno (<input type="checkbox"/>) Regular (<input type="checkbox"/>) Malo (<input type="checkbox"/>)

PREGUNTAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3
1.	Si	Si	Si
2.	Si	Si	Si
3.	Si	Si	Si
4.	Si	Si	Si
5.	Si	Si	Si
6.	Si	Si	Si
7.	Si	Si	Si
8.	Si	Si	Si
9.	Si	Si	Si
10.	Si	Si	Si
11.	Si	Si	Si
12.	Si	Si	Si
13.	Si	Si	Si
14.	Si	Si	Si
15.	Si	Si	Si
16.	Si	Si	Si
17.	Si	Si	Si
18.	Si	Si	Si
19.	Si	Si	Si
20.	Si	Si	Si
21.	Si	Si	Si
22.	Si	Si	Si
23.	Si	Si	Si