



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD
Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES RUBRO
METAL MECÁNICA EN TUMBES, 2016**

**INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

VILLALTA TOCTO KELLY ELISABETH

ASESOR:

LIC. ADM CRISTHIAN SOSA ORELLANA

TUMBES – PERÚ

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD
Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES RUBRO
METAL MECÁNICA EN TUMBES, 2016**

**INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

VILLALTA TOCTO KELLY ELISABETH

ASESOR:

LIC. ADM CRISTHIAN SOSA ORELLANA

TUMBES – PERÚ

2016

NOMBRE DE JURADO

LIC. ADM VILELA VARGAS VÍCTOR
PRESIDENTE

MG PATIÑO NIÑO VÍCTOR HELIO.
SECRETARIO

LIC. ADM. MARITZA ZELIDETH CHUMACERA ANCAJIMA

MIEMBRO

LIC. ADM. CRISTHIAN SOSA OLLENANA

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A Dios por su bondad omnipotente que tiene para los seres humanos, que nos hace grande en todas las dimensiones.

A mis padres, por la paciencia, dedicación y sacrificio en los inicios de mí Carrera que empujaron para seguir adelante, por la entrega, comprensión y ayuda en los momentos difíciles de mi carrera.

A mi asesor el Lic. Adm. Sosa Orellana Cristihan; Y a todos mis compañeros de aula con quienes compartí momentos buenos y difíciles.

A la universidad, los Ángeles de Chimbote – Uladech por la oportunidad que me brindaron, la enseñanza que a través de sus profesores me otorgaron.

VILLALTA TOCTO, KELLY

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para mis estudios. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios y mi coraje para alcanzar mis objetivos.

VILLALTA TOCTO, KELLY

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado Caracterización de la competitividad y capacitación de las MYPES rubro metal mecánica en Tumbes, 2016 tuvo como objetivo de investigación, determinar cuál es la caracterización de la competitividad y capacitación en las MYPES; para lo cual se plantea como hipótesis de trabajo, Si existe una relación significativa entre competitividad y capacitación de las MYPES rubro metal mecánica de Tumbes, 2016. ¿cuáles son las características de la competitividad y capacitación de las MYPES rubro metal mecánica de Tumbes, 2016?, la investigación fue de tipo descriptiva, basada en una correlación entre variables de la unidad de análisis por investigar, permitiendo establecer la relación entre la competitividad y capacitación; es de nivel cuantitativa y el diseño es no experimental , asimismo para el recojo de la información se aplicaron como instrumento dos encuestas a una muestra que se realizó a través de la fórmula estadística de 48 unidades de investigación, cada una de ellas relacionadas con las variables. Los resultados que se obtuvieron de la presente investigación nos muestran cómo es la caracterización de la competitividad es uno de los factores esenciales para el proceso de una capacitación significativa en la MYPE. En conclusión, tenemos que la competitividad y capacitación en la MYPE rubro metalmecánica, es un factor predominante en la eficiencia del desarrollo del personal en una organización.

Palabra clave: caracterización de la competitividad y capacitación, MYPE

ABSTRACT

This research paper entitled Characterization of competitiveness and training of MSEs mechanical metal category in Tumbes, 2016 aimed to research, determine the characterization of competitiveness and training in MSEs; for which it arises as a working hypothesis, if there is a significant relationship between competitiveness and training of mechanical metal MYPES I category of Tumbes, 2016. ¿cuáles are the characteristics of competitiveness and training of MSEs mechanical metal category Tumbes, 2016 ?, research was descriptive, based on a correlation between variables of the analysis unit to investigate, allowing to establish the relationship between competitiveness and training; is quantitative level and the design is not experimental, also for the gathering of information were applied as an instrument two surveys to a sample held THROUGH statistical formula 48 research units, each related variables. The results obtained from this research show us how the characterization of competitiveness is one of the essential factors in the process of significant training in MSES. In conclusion we have that competitiveness and training in MSES metalworking category, is a predominant factor in the efficiency of staff development in an organization.

Keyword: characterization of competitiveness and training, MYPE

CONTENIDO

	Páginas
Página del jurado.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXO.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
2.1 Antecedentes	7
2.2 Bases teórico	8
2.3 Hipotesis.....	52
III METODOLOGIA	53
3.1 Diseño de la investigación	53
3.2 Población y muestra.....	54
3.4 Técnicas e instrumentos de la investigación	55
3.5 Plan de análisis	57
3.6 Matriz de consistencia	58

3.7	Matriz de operaciones	59
3.8	Principios éticos.....	62
IV.	RESULTADOS.....	63
4.1	Resultados	63
4.2	Análisis de resultados	75
V	CONCLUSIONES	78
	RECOMENDACIONES	80
	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	81
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
	ANEXOS.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01. Factores de competitividad	63
Tabla N° 02. Factores financieros	64
Tabla N° 03. Diferenciación competitiva.....	65
Tabla N° 04. Diferenciación ante la competitividad.....	66
Tabla N° 05. Proceso productivo	67
Tabla N° 06. Tipos de capacitación	68
Tabla N° 07. Motivación de la identidad del personal.....	69
Tabla N° 08. Selección interna en el trabajo	70
Tabla N° 09. Tipo de capacitación.....	71
Tabla N° 10. Rentabilidad de cada área	72
Tabla N° 11. Cultivo de respeto de los trabajadores de la empresa.....	73
Tabla N° 12. Personal capacitado	74

ÍNDICE DE FIGURA

Figura N° 01. Factores de competitividad	63
Figura N° 02. Factores financieros	64
Figura N° 03. Diferenciación competitiva	65
Figura N° 04. Diferenciación ante la competitividad.....	66
Figura N° 05. Proceso productivo	67
Figura N° 06. Tipos de capacitación	68
Figura N° 07. Motivación de la identidad del personal.....	69
Figura N° 08. Selección interna en el trabajo	70
Figura N° 09. Tipo de capacitación	71
Figura N° 10. Rentabilidad de cada área	72
Figura N° 11. Cultivo de respeto de los trabajadores de la empresa	73
Figura N° 12. Personal capacitado	74

TABLAS DE ANEXOS

Anexo N°01. Encuesta de la competitividad	89
Anexo N° 02. Encuesta de la capacitación	90
Anexo N° 03. Presupuesto de gastos.....	91
Anexo N° 04. Cronograma	92
Anexo N° 05. Evidencias de la aplicación del instrumento	93

I. INTRODUCCIÓN

La micro y pequeña empresa constituida bajo las leyes que rigen el Perú nos dice que una MYPE es aquella unidad económica que realiza unidades de producción, extracción o brindan servicios bajo cualquiera de las formas de organización empresarial (persona natural o jurídica), ya sea en el sector servicios, manufactura o cualquier otro. También, según el Texto Único Ordenado (TUO) de la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la MYPE, nos dice que estas unidades económicas deben tener características básicas como:

Micro empresa: De 1 hasta 10 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña empresa: De 10 hasta 100 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

Entonces, por lo descrito anteriormente una MYPE puede estar dedicada a diferentes rubros productivos en los distintos sectores de producción, en la cual es el empresario quien decide como constituirarla; según el autor Cristian Arturo Gonzáles Flores en su tesis titulada; “Propuesta de un modelo de Gestión Estratégica del Pedido en una asociación mediante consorcio de Mypes del sector metalmecánico de Villa el salvador para la mejora de la competitividad y un crecimiento sostenido”, para optar el título de : Ingeniero Industrial.

Vela, L. (2007) El país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del que hacer de la humanidad y esta situación trae consigo grandes retos a los países y a las MYPES en

cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país.

Hilario R. (2007) En América Latina hay algunas experiencias interesantes sobre políticas que nacen de los gobiernos a favor de las Mypes. Por ejemplo, en México el gobierno desde el 2001 a la fecha ha invertido millones de dólares en fortalecer programas a favor de las Mypes. Por otro lado, en Argentina el fondo nacional para la creación y consolidación de micro emprendimientos, se encarga de que organizaciones sociales brinden capacitación, asistencia técnica y aprobación de proyectos de quienes quieran financiamiento para sus empresas. Otra oferta es la del Centro de Apoyo a la Microempresa (CAM) que ofrecen en Buenos Aires asistencia técnica y capacitación, pero quizás más relevante es el programa financiero: "Créditos a tasa cero" que se otorgan a nuevos y pequeños emprendimientos.

Vela L. (2008) No obstante, si se crean las condiciones básicas propuestas, podemos aseverar que los resultados positivos de los últimos cuatro años de crecimiento en el país, deben servir para un segundo periodo, en donde podamos acercarnos a niveles suficientes para superar el 7% de crecimiento anual. Esta posibilidad y las políticas de distribución equitativa de la riqueza, sentarán las bases para una nueva perspectiva nacional, permitiendo que las Mypes jueguen un papel fundamental en el desarrollo nacional, regional y sobre todo local, promoviendo su competitividad y productividad en la perspectiva de mejorar su participación en los mercados internacionales.

Según López J. (2010). Hoy en día las empresas se desarrollan en un ambiente de constantes cambios, es por eso la importancia de analizar los diferentes factores que se manifiestan alrededor de ellas. Es interesante conocer estos cambios debido a que las empresas deben estar conscientes de que sus competidores están constantemente buscando estrategias para generar ventaja competitiva. Una ventaja que se tiene al ser pequeña empresa es la flexibilidad, la cierta simplicidad y las relaciones personales que pueden llegar a ser una ventaja competitiva con base a una administración adecuada. Lo anterior nos puede hacer reflexionar en que no solo las grandes empresas tienen todas las ventajas de mercado, y cabe recalcar que muchas empresas pequeñas no tienen éxito debido a que no son capaces de competir con los grandes competidores.

Según Cárdenas. (2010) indica que en las últimas décadas las micro y pequeñas empresas (MYPES) han sido objeto de una gran atención tanto por investigadores y académicos, como por empresarios y políticos. Algunos ejemplos nos ilustran la importancia estratégica del sector de las pequeñas empresas. Europa después de la Segunda Guerra Mundial se enfrentó al reto de su reconstrucción, teniendo destruida más de la mitad de su infraestructura física y económica experimentó altas tasas de desempleo. Entonces, los países europeos promovieron iniciativas locales en general y más concretamente, apoyaron a las pequeñas empresas como una estrategia para crear empleos. Ahora estos países le deben su desarrollo y crecimiento a las pequeñas empresas. Estados Unidos En este caso, creó un Sistema de Empresas Incubadoras, que brindaban espacios físicos y asesorías, lo cual permitió una rápida expansión. En esta tarea se involucraron un creciente

número de Estados y Municipios para apoyar el establecimiento de Incubadoras Empresariales.

El sector Industrial en Tumbes

Se encuentra poco desarrollado debido a que no existen los instrumentos, infraestructura y la debida promoción de este importante sector productivo. Hasta la fecha no se ha logrado establecer e implementar un área específica para aglutinar y promover el desarrollo de las empresas industriales. El aporte o contribución al Producto Bruto Interno Regional, del sector industrial es relativamente pequeño, de 8% a 10% en promedio. Un 98% de las empresas de este sector son micro y pequeñas, existiendo registradas en Tumbes aproximadamente 600 empresas industriales formales que constituyen un 60% del total. Inicialmente, se promovió el desarrollo de la industria en las zonas fronteriza como Tumbes. En la Ley general de Industrias — Ley 23407, en sus artículos 70° y 71°, se exoneraba a las empresas que se establecían en la zona de frontera, exonerándolas de todo impuesto, artículos que en la práctica ha sido anulado, no existiendo ningún beneficio actualmente. Por otro lado, las fuentes de crédito convencionales y no convencionales aún no llegan a las MYPES en los niveles y condiciones que impulsen y promuevan al sector industrial. La Región de tumbes no cuenta con un área específica e infraestructura básica para aglutinar a las empresas productivas y formar conglomerados de MYPES, que posibiliten una oferta competitiva. Según el plan estratégico regional de exportación de tumbes (www.mincetur.gob.pe/PECEX/avance.../Tumbes/PERX_tumbes.pdf).

Otros autores como Wilson Peres y Giovanni Stumpo (2000) analizan el comportamiento de las MYPES a mediados de los ochentas con los años noventa en

los países latinoamericanos, realizando un análisis comparativo de la variación antes y después de las reformas económicas en variables como producción, empleo y productividad laboral. En la medida en que se incremente la producción y la productividad de tales empresas, ese apoyo eleva directamente el ingreso de las clases menos favorecidas. Otra de sus ventajas consiste en que cualquiera que sea la industria, las empresas más pequeñas hacen uso más intensivo de mano de obra que las empresas mayores.

según los autores como **Castillo y Cortellese (2010)** han analizado la importancia de las MYPES en el sector industrial, las cuales se pueden desempeñar en forma eficiente y contribuir de una manera eficaz al desarrollo económico cuando se combinan positivamente factores sociales, institucionales y de estrategia económica. Por medio del análisis comparativo entre diversos países de América Latina basado en cifras del Banco mundial y censos nacionales de cada uno de los países estudiados, los autores llegan a diversas conclusiones:

El estímulo a esta clase de empresas busca generar un aporte sustantivo a la transformación productiva a través de su contribución en la innovación tecnológica, el desarrollo empresarial y a la articulación empresarial entre la gran empresa y la pequeña, originando un equilibrio social reduciendo la brecha existente entre estas, convirtiéndose en un mecanismo de desconcentración de la propiedad generando una transformación de la economía. - Surgiendo como una nueva alternativa ante problemas de rigidez en la estructura productiva, el desempleo y la desarticulación del mercado, una de las grandes ventajas de las MYPES frente a la gran empresa es su flexibilidad y la utilización de capital flexible, lo que permite una mayor facilidad de adaptación a condiciones cambiantes de mercado. Con respecto a la formulación

de políticas industriales, los autores exponen el papel funcional de las MYPES con los objetivos previamente planteados: si se pretende alcanzar un incremento en el corto plazo del empleo, lo más conveniente es estimular la formación de MYPES caracterizadas por su bajo costo de capital. Si por el contrario el gobierno tiene como finalidad alcanzar la dinamización del sistema industrial, la MYPES moderna es el instrumento más adecuado para este fin.

La investigación realizada tiene como propósito determinar la competitividad y capacitación en las MYPES rubro metal mecánica en el distrito de Tumbes 2016, por lo anterior expreso, el enunciado de investigación en el siguiente: ¿Cuál son las características de la Competitividad y capacitación de Mypes del sector metal mecánica en Tumbes, 2016?

Ante este panorama se planteó el objetivo general: Determinar las características de la Competitividad y capacitación de Mypes; el mismo que se desglosa en objetivos específicos,

- Identificar los factores de la competitividad de las Mypes rubro Metal mecánica en tumbes 2016
- Determinar la estrategia clave de la competitividad de las Mypes rubro Metal mecánica en tumbes 2016
- Conocer los efectos sociales y los factores motivacionales de la capacitación en las MYPES rubro Metal mecánica;
- Describir los beneficios de la capacitación en las MYPES rubro metal mecánica en Tumbes, 2016

Por su naturaleza es un estudio cuantitativo, de tipo descriptiva, por tanto pretende medir el grado de relación y la manera cómo interactúan las dos variables; El diseño que se aplicara el investigación será no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural su población está determinada por 74 personas asociadas en la Mypes del sector de metal mecánica del distrito de Tumbes; cuya muestra es de 37 personas a quienes se les aplicó una encuesta.

Finalmente, la investigación se justifica porque es importante tener conocimiento sobre la Competitividad y capacitación en las MYPES rubro metal mecánica en tumbes, 2014, del mismo modo el estudio ayude a otros talleres a tomar decisiones con respecto a la competitividad y capacitación en el distrito de Tumbes y otras zonas del país.

II. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.

2.1. Antecedentes:

Subauste, R (2013), en su trabajo de investigación denominado: “caracterización de la competitividad en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013 / San Vicente de Cañete. Tuvo como objetivo Realizar un cambio positivo sobre el clima laboral dentro del área de atención al cliente de EMAPA CAÑETE S.A. y que repercuta en toda la organización y sea en beneficio de sus clientes. En cuanto a la investigación podemos decir que es “descriptivo-explicativo”, ya que se busca describir la relación que existe entre ambos factores (clima organizacional y calidad de servicio); siendo además del nivel “descriptivo correlacional” ya que están orientados a buscar un nivel de explicación científica que a su vez permita la predicción. Para conocer los resultados utilizamos la técnica de escala y así obtener resultados mediante unos valores dados a cada ítem. Con esta investigación las personas beneficiadas serán tanto los usuarios como los mismos trabajadores de la empresa. De acuerdo con los resultados descritos en la investigación, se concluye que:

- ✓ El clima organizacional si tiene una relación directa con la calidad del servicio ofrecido por la empresa.
- ✓ De acuerdo a la escala realizada a la Gerencia Comercial tiene un buen clima organizacional, ya que existe un trabajo en equipo y armonía, teniendo claramente especificada sus funciones y además conociendo las funciones uno del otro.

- ✓ Los usuarios de EMAPA Cañete S.A. perciben el clima organizacional a través de la calidad de servicio que reciben.
- ✓ Según los resultados obtenidos de la escala de evaluación, el personal de la empresa determina que la escala remunerativa no es un factor que incide en el clima organizacional. En cambio, respecto a los beneficios obtenidos por su mayor rendimiento, estos en la práctica no se dan.
- ✓ La empresa no ha desarrollado una cultura organizacional el cual ayude a ser flexible ante los cambios que se dan en la localidad, y poder afrontar las presiones de los usuarios. La cultura en la empresa no está establecida por el cambio constante de Gerentes; por contratación de trabajadores sin ningún tipo de evaluación.

Según Gómez (2013) en su tesis Obtención de ventajas competitivas en empresas inmobiliarias y de construcción de la ciudad de Rosario por medio de la utilización de un sistema CRM de gestión de la relación con los clientes para generar valor, en la Universidad Abierta Interamericana (Rosario). El objetivo de la investigación fue: Determinar la importancia de la obtención de ventajas competitivas en empresas inmobiliarias y de construcción de la ciudad de Rosario; concluyo que las organizaciones modernas se encuentran a un entorno cambiante que lo hace cada vez con mayor celeridad. Estos cambios son impulsados por los competidores provenientes de todas partes del globo, de las nuevas tecnologías, los nuevos mercados y las nuevas regulaciones y estructuras políticas trasnacionales.

Para poder sobrevivir entonces necesitan adaptarse rápidamente a estos cambios para sacar el mayor provecho posible de las nuevas oportunidades que se presentan y minimizar el impacto negativo que algunos de estos cambios puedan provocar. Las nuevas tecnologías permiten y alientan la conformación de sistemas autorregulados que persiguen con cierta libertad y autonomía los objetivos expresados en las estrategias a nivel superior siempre que se mantenga dentro de ciertos parámetros preestablecidos.

Se considera a Carpio, C (2013) Realizo una investigación titulada “Planeamiento estratégico para el incremento del nivel competitivo de la Notaría Holgado”, Que se presentó en la Pontificia Universidad Católica del Perú maestría en derecho de la empresa, llegando a las conclusiones: El análisis se realizó mediante la identificación de la función esencial de la organización, continuando con el análisis externo de la organización mediante la identificación de las cinco fuerzas competitivas, identificación y descripción de las tendencias de los indicadores externos, e identificación de las oportunidades y amenazas. Para luego continuar con el análisis interno de la organización, realizándose la identificación y análisis de los indicadores internos, las fortalezas y debilidades, y evaluación de la eficacia de la misión y visión de la organización. Seguidamente, se realizó la deducción de la meta estratégica central, la misma que engloba a las demás metas corporativas identificadas. Finalmente, en base al análisis antes realizado se dedujeron una serie de estrategias para frenar las amenazas, aprovechar las oportunidades, explotar las fortalezas, superar las debilidades, incrementar la cuota de

mercado, desarrollar la cartera de clientes leales e incrementar el margen de ventas por convenios. Todas las estrategias desplegadas fueron reordenadas y priorizadas en aquellas que tienen un mayor grado de impacto en el éxito de la organización que permita incrementar el nivel competitivo de la organización.

Se considera a Luna Correa, J, (2012) en su tesis titulada Influencia del capital humano para la competitividad de las MYPES en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato para optar el grado Doctoral, presentado en la facultad de Económico Administrativo, de la universidad de Celaya, de la ciudad de Guanajuato en la que concluye en el punto de competitividad empresarial el Concepto competitividad. Matices. La Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA, 2010) define competitividad como la capacidad de una organización para obtener y mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que actúa. La Organización para la Competitividad y Desarrollo Económico (OECD, 2010) la define como el grado en que bajo condiciones de libre mercado, un país puede producir bienes y servicios, que superen el examen de la competencia internacional, y que permite mantener el crecimiento sostenido de la renta nacional.

según Torres, (2011), En Argentina, el Fondo Nacional para la Creación y Consolidación de Micro Emprendimiento, es un programa a cargo del Banco de la Nación Argentina y el Ministerio de Economía y

Producción. Consiste en que organizaciones sociales se encarguen de la capacitación, asistencia técnica y la aprobación de proyectos de quienes quieran financiamiento para sus empresas, luego estas organizaciones reciben un porcentaje de los créditos otorgados para solventar los gastos de asesoría. Otra oferta es la del centro de apoyo a la Microempresa que ofrece en Buenos Aires asistencia técnica y capacitación, pero quizá lo más relevante es el Programa Financiero de Créditos a tasa cero que se otorga a nuevos y pequeños emprendimientos.

Según Amaya (2003) un plan de capacitación es la Traducción de las expectativas y necesidades de una organización para y en determinado periodo de tiempo. Éste corresponde a las expectativas que se quieren satisfacer, efectivamente, en un determinado plazo, por lo cual está vinculado al recurso humano, al recurso físico o material disponible, y a las disponibilidades de la empresa. Además este autor afirma que capacitación es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal y que la necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente.

Romer (2014) Realizo una investigación titulada “Lineamientos Estratégicos claves de Competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de la MYPE del sector Artesanal En la Región Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado”, Año (2014) Que se

presentó en Universidad de Piura, llegando a las siguientes conclusiones:

La idea central es proponer lineamientos estratégicos que hagan de los artesanos un gremio unido, fuerte y competitivo que le permitan adoptar ventajas comparativas para hacer de sus productos dignos de ser exportables; para ello, es clave que éstos puedan romper muchos paradigmas y trabas que han impedido hasta ahora un real desarrollo y crecimiento de un sector tan importante para la región Piura. Par tal efecto, se ha desarrollado una investigación de campo seria y contundente basado en los testimonios de los mismos artesanos y de fuentes secundarias que han permitido concluir en lineamientos estratégicos concretos y específicos que aterrizan en indicadores y metas concretas medibles -año a año a partir del año 2014 como puede apreciarse en el último capítulo de la presente tesis.

Subauste, R (2013), en su trabajo de investigación denominado: “caracterización de la competitividad en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013 / San Vicente de Cañete. Tuvo como objetivo Realizar un cambio positivo sobre el clima laboral dentro del área de atención al cliente de EMAPA CAÑETE S.A. y que repercuta en toda la organización y sea en beneficio de sus clientes. En cuanto a la investigación podemos decir que es “descriptivo-explicativo”, ya que se busca describir la relación que existe entre ambos factores (clima organizacional y calidad de servicio); siendo además del nivel “descriptivo correlacional” ya que están orientados a buscar un nivel de explicación científica que a su vez permita la predicción. Para conocer los resultados utilizamos la técnica de escala y así obtener

resultados mediante unos valores dados a cada ítem. Con esta investigación las personas beneficiadas serán tanto los usuarios como los mismos trabajadores de la empresa. De acuerdo con los resultados descritos en la investigación, se concluye que:

El clima organizacional si tiene una relación directa con la calidad del servicio ofrecido por la empresa.

De acuerdo a la escala realizada a la Gerencia Comercial tiene un buen clima organizacional, ya que existe un trabajo en equipo y armonía.

Palma (2003) quien estudió la motivación y capacitación en trabajadores de instituciones universitarias. La muestra estuvo conformada por 473 trabajadores a tiempo completo entre profesores y empleados administrativos de tres universidades privadas de Lima. Los instrumentos empleados fueron dos escalas de motivación y clima laboral bajo el enfoque de McClelland y Litwing. Los datos fueron procesados con el software SPSS.

Las conclusiones a las que llegó en esta investigación fueron:

La capacitación, se ve fortalecido por una percepción favorable en las relaciones humanas tanto en funciones administrativas como en el nivel de la interacción social; aspectos de excelente potencial para el cambio organizacional.

Pineda (2001), realizó una investigación titulada: “Factores asociados a la capacitación y la motivación para el trabajo en tres organizaciones diferentes”, cuyo objetivo se centró en determinar la caracterización de la

capacitación y motivación en una empresa fabricante de vidrios, bancaria y un Instituto Universitario Tecnológico, tomando como referencia los planteamientos de Brunet (1998), Likert (1980) y Maslow (1998). Esta investigación, fue de tipo ex post facto correlacional. Mediante muestreo aleatorio simple, con aplicación de la fórmula propuesta por Sierra Bravo (1994), se obtuvieron muestras representativas (error del 5% que respondieron los instrumentos ECO y CMT de Toro (1996), cuyos índices de confiabilidad se ubicaron en 0,81, aplicándose las estadísticas descriptivas y el análisis de regresión para el análisis de los datos. Los resultados indicaron que los factores del clima laboral son elementos altamente predictores ($p < 0,0001$) de las variables analizadas en el estudio, indicándose que las relaciones interpersonales, estilo de dirección, retribución, disponibilidad de recursos, estabilidad, claridad, coherencia de la dirección y valores colectivos; son altamente predictores de las condiciones motivacionales internas, medios preferidos para obtener retribuciones en el trabajo y condiciones motivacionales externas. Se concluyó en esta investigación:

La incidencia que tiene el clima laboral y el desempeño laboral, en el proceso educativo, el proceso metodológico y el análisis de los resultados que se utilizó, siendo un aporte significativo para el actual estudio, puesto que le permite por un lado prever el grado de incidencia en cuanto a su resultado y por el otro lado, la posible utilización metodológica para abordar los resultados.

Florinda Balladares paredes (2015) en su tesis “Gestión de la calidad de las instituciones educativas particulares y su incidencia en la

competitividad del servicio educativo en el centro de tumbes, 2014” donde resume que Esta investigación tuvo como objetivo determinar si la gestión de la calidad de las instituciones educativas particulares incide en la competitividad del servicio educativo que brinda en el centro de Tumbes. Asimismo, fue ejecutada bajo un diseño de tipo descriptivo correlacional. Es decir, primero se describirán las variables consideradas (gestión de la calidad e incidencia en la competitividad del servicio educativo), posteriormente se efectuarán las correlaciones del caso para determinar cuál es el nivel de asociación entre ambas variables. El diseño estadístico es, pues, un diseño de tipo correlacional. La verificación de las hipótesis se efectuará comparando el enunciado formulado en la hipótesis con el resultado obtenido en el procedimiento correlacional llevado a cabo. Los resultados obtenidos en esta investigación pueden servir como línea base para tener una visión más real y objetiva en cuanto al servicio que brindan las instituciones, en especial las privadas, en nuestra región y la clase de producto que egresa. Donde concluye que Existe relación directa entre la gestión de la calidad y la competitividad del servicio educativo que ofrecen las trece (13) instituciones educativas particulares del centro de Tumbes, el cual se puede observar en la percepción que existe entre los docentes, reflejándose en cuanto a su **calidad del servicio** de forma positiva, con 85% (11 IEP de las 13 de la muestra) en relación a su **servicio educativo** (eficacia, identidad,...) y desempeño del personal. Así también lo confirma el 77% (10 IEP) frente al 23% (03 IEP) que resaltaron el uso óptimo de sus **recursos institucionales**.

Ynfante Morán, Max Johan en el (2015) en su tesis “Caracterización de la gestión de calidad y la capacitación de los recursos humanos en las MYPE del sector asociaciones, rubro comercialización de artesanía en Tumbes, 2014”, resumen que El presente estudio estuvo motivado por conocer el modelo de gestión que se ejerce en las empresas vinculadas al rubro no tradicional de la artesanía; tiene como problema el escaso nivel de gestión de calidad y de capacitación de los recursos humanos en las instituciones que concentran a la mayor cantidad de los artesanos formales en Tumbes; por este motivo, el objetivo que se planteó fue el de identificar las características de la gestión de calidad y capacitación de los recursos humanos en las MYPE del sector asociaciones, rubro comercialización de artesanía en Tumbes, 2014. El presente estudio es de diseño no experimental porque la realización del estudio no implica la modificación de la realidad en la que se interviene; pertenece al nivel cuantitativo. En cuanto al tipo de la investigación éste fue Descriptivo, ya que busca describir las características del asunto problemático; es decir, descripción de las características de la gestión de recursos humanos en la asociación de artesanos Chilimasa de Tumbes, en el año 2014. La población muestra estuvo conformada por 63 artesanos; por otro lado, la técnica aplicada fue la encuesta, a través de un cuestionario. Con los resultados se pudo arribar a la conclusión de que la gestión de recursos humanos en la Asociación de artesanos Chilimasa de Tumbes, 2014 se caracteriza por alcanzar un nivel Regular, tanto en la captación de socios como las necesidades y estrategias de capacitación. Y concluye que El manejo de recursos humanos en la Asociación de artesanos

Chilimasa de Tumbes, 2014 se caracteriza por ser alcanzar un nivel Regular según la percepción de sus socios. Las políticas de captación de socios de la asociación de artesanos Chilimasa de Tumbes alcanzan un nivel Regular de rendimiento y aceptación entre los socios encuestados, el nivel de clima laboral en la asociación de artesanos Chilimasa de Tumbes es percibido por los socios como un nivel Regular, pues el 50% de los encuestados así lo considera y alcanza un promedio es de 15,95 en una escala de 30 puntos.

2.2. Bases Teóricas:

Competitividad

Definiciones:

La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma, del tipo de producto analizado, bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión. (Pineiro, 1993).

Para Cebrenos (1993) la competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los consumidores; se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico. No

sólo es un problema de tipo tecnológico y económico, sino involucra una gran variedad de aspectos como: territorio, elementos sociales, ambientales y políticas (Díaz-Bautista, 2006). Por lo tanto debe de integrar la tecnología, con los aspectos ecológicos, con la finalidad de equilibrar la rentabilidad económica con los objetivos de bienestar social; todo esto basado en el buen uso de los recursos naturales. Ayala- Tesis doctorales (2010)- Pág. 58.

La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado (European Management Forum, 1980).

Mendoza, A (2005). Tesis: “Gestión financiera estratégica para la competitividad de las MYPES del sector comercio”. Presentada para optar el grado de maestro en contabilidad en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En este trabajo de investigación la autor presenta a la gestión efectiva de las inversiones y el financiamiento como la solución para que las empresas del sector comercio obtengan eficiencia.

Afirmaba porter (1980), que la competitividad está determinada por la competitividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital para hablar de competitividad, continua porter, habría de irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que

determinan que las empresas generen valor añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos sostenibles en el mediano y largo plazo.

Porter (1985) define la estrategia competitiva como aquella estrategia que supone una acción ofensiva o defensiva con el fin de crear una posición defendible frente a las cinco fuerzas competitivas, de tal modo que se obtenga un resultado superior al promedio de las empresas competidoras del sector industrial. La estrategia competitiva implica posicionar a una empresa para maximizar el valor de las capacidades que la distinguen de sus competidores, a la vez el objetivo de cualquier estrategia genérica es “crear valor para los compradores” (Porter, 1985: 36). La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector industrial. La estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia en el sector industrial.

Teorías de competitividad:

Bengochea P. (2008) define que la competitividad empresarial requiere un equipo directivo dinámico, actualizado, abierto al cambio organizativo y tecnológico, y consciente de la necesidad de considerar a los miembros de la organización como un recurso de primer orden al que hay que cuidar. Sin embargo, se puede afirmar que este suele ser uno de los puntos débiles de un elevado número de empresas que ha desaparecido o tienen problemas de supervivencia. Como sabemos, el equipo directivo determina en gran medida la actitud de los miembros de la organización hacia el trabajo. La

experiencia demuestra que las empresas que mantienen en el tiempo posiciones competitivas sostenidas, dedican una gran atención al futuro.

Nos habla Abdel (2005), define la competitividad como la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios. Esta definición engañosamente sencilla y en apariencia inocua ha incitado, no obstante, una controversia durante los últimos dos decenios con respecto a su significado en diversos ámbitos de análisis, los métodos disponibles para medirla, así como las políticas públicas que se pueden establecer para mejorarla. Incluso antes de la aparición en 1994 del ensayo del economista Paul Krugman en que critica el término y lo califica de obsesión peligrosa cuando se aplica a las naciones, la literatura sobre el tema era ya abundante. El artículo de Krugman volvió a encender la controversia y no detuvo el uso del término ni la aplicación generalizada de índices de competitividad nacionales, al punto que hoy día el vocablo se ha convertido en una palabra de moda que comparte los encabezados con términos igualmente mal definidos, como la globalización. La necesidad de definir con claridad y comprender este término va más allá de objetivos puramente semánticos, pues se utiliza con frecuencia para justificar la creación de políticas públicas sin el debido análisis de sus efectos en los niveles de competitividad. Este ensayo tiene el propósito de aclarar ese concepto mediante la revisión y el análisis de la literatura relevante, con el fin de que los formuladores de políticas y el público en general adviertan su justa relevancia.

Para Cebreros (1993) la competitividad es un proceso de creación de

ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los consumidores; se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico. No sólo es un problema de tipo tecnológico y económico, sino involucra una gran variedad de aspectos como: territorio, elementos sociales, ambientales y políticas (Díaz-Bautista, 2006). Por lo tanto debe de integrar la tecnología, con los aspectos ecológicos, con la finalidad de equilibrar la rentabilidad económica con los objetivos de bienestar social; todo esto basado en el buen uso de los recursos naturales. Ayala- Tesis doctorales (2010)- Pág. 58.

Características:

La competitividad asociada al éxito empresarial crea capacidad para competir lo que se traduce en éxito competitivo. Ser competitivo significa la capacidad de una empresa para configurar una oferta de productos que resulte atractiva para una cuota significativa del mercado, y le permita, en rivalidad con otras empresas, desarrollar una ventaja competitiva que sea sostenible en el tiempo y le haga capaz de alcanzar una posición competitiva favorable, al tiempo que logra unos resultados financieros superiores y un crecimiento satisfactorio de las rentas generadas. (Camisón, 2002).

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 los seleccionados. Es

diferenciarnos por nuestra calidad, por nuestras habilidades, por nuestras cualidades, por la capacidad que tengamos de cautivar, de seducir, de atender y de asombrar a nuestros clientes, sean internos o externos, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduciría en un generador de riquezas, de acuerdo a lo planteado por Michael Porter (1991)

Importancia de competitividad

Es importante destacar que en las últimas décadas la lucha por los mercados se ha vuelto una obsesión en los principales países del mundo, y la competitividad se reconoce como un atributo clave de las economías nacionales. En los años sesenta dentro del mundo desarrollado se habían elaborado, también teorías de competitividad desigual, su versión más popular fue expresada por Jean-Jacques Servan-Shreiber (1967) en el Desafío Americano. Los europeos estaban alarmados por la falta de competitividad de sus industrias frente a las norteamericanas, estas últimas debido a su enorme mercado interno y a su acceso al mercado mundial gozaban de un tamaño que les permitía ciertas ventajas, en mercado, en escala de producción y en desarrollo tecnológico; los europeos, en cambio, operaban en mercados fragmentados, con empresas familiares y en naciones de población limitada e insuficiente integración (Hernández, 1998).

Elementos de competitividad:

Para emprender un Análisis del Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter es preciso primero tener en cuenta que “existen dos dimensiones del entorno

empresarial: el macro ambiente, el cual comprende las fuerzas que a nivel macro tienen y/o pueden tener implicaciones en el comportamiento del sector y de la empresa en particular (fuerzas de carácter económico, político, cultural, social, jurídico, ecológico, demográfico y tecnológico); y el sector (conjunto de empresas que producen los mismos tipos de bienes o servicios), cuyo análisis se relaciona con el comportamiento estructural, estudiando las fuerzas que determinan la competitividad en el sector”, (Baena et al., 2003). El análisis del sector abarca el entorno más cercano a la empresa, permitiendo obtener criterios decisivos para la formulación de las estrategias competitivas que plantean el posicionamiento de la misma. Es preciso conocer también los principales elementos del mercado que sirven de base a las cinco fuerzas que intervienen en un sector industrial:

Competidores Directos: Aquellas empresas que ofrecen el mismo bien o producto. Ejemplo: Mercedes Benz y BMW.

Clientes: Conjunto formado por los compradores de los bienes y servicios.

Proveedores: Conjunto de empresas que suministran a las empresas productoras del sector todo lo necesario para que produzcan u ofrezcan sus servicios.

Productos Sustitutivos: Aquellos que pueden aparecer y cubrir las mismas necesidades que satisfacen los productos que actualmente existen en el mercado. Ejemplos: el pan y la galleta; la mayonesa y la mantequilla. 5.

Competidores Potenciales: Aquellas empresas con capacidad de entrar a competir con las pertenecientes a un sector determinado. MAM González –

Para emprender un Análisis del Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter es

preciso primero tener en cuenta que “existen dos dimensiones del entorno empresarial: el macro ambiente, el cual comprende las fuerzas que a nivel macro tienen y/o pueden tener implicaciones en el comportamiento del sector y de la empresa en particular (fuerzas de carácter económico, político, cultural, social, jurídico, ecológico, demográfico y tecnológico); y el sector (conjunto de empresas que producen los mismos tipos de bienes o servicios), cuyo análisis se relaciona con el comportamiento estructural, estudiando las fuerzas que determinan la competitividad en el sector.

- Se considera que el análisis del sector contempla el ambiente más cercano a la empresa y sus conclusiones aportan importantes criterios para la formulación de las estrategias que plantean el posicionamiento de la empresa, en el ámbito nacional e internacional.
- Porter (1982) dice: “La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente. Aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en los cuales compiten”.

Es preciso conocer también los principales elementos del mercado que sirven de base a las cinco fuerzas que intervienen en un sector industrial:

1. Competidores Directos: Aquellas empresas que ofrecen el mismo bien o producto.
2. Clientes: Conjunto formado por los compradores de los bienes y

servicios.

3. Proveedores: Conjunto de empresas que suministran a las empresas productoras del sector todo lo necesario para que produzcan u ofrezcan sus servicios.

4. Productos Sustitutivos: Aquellos que pueden aparecer y cubrir las mismas necesidades que satisfacen los productos que actualmente existen en el mercado. Ejemplos: el pan y la galleta; la mayonesa y la mantequilla.

5. Competidores Potenciales: Aquellas empresas con capacidad de entrar a competir con las pertenecientes a un sector determinado.

MAM González – Competitividad y estrategia.

Estrategias competitivas:

Thompson (2004: 152), dice que “la estrategias competitivas de una empresa consiste en los enfoques le iniciativas empresariales que pone en prácticas para atraer a los clientes y satisfacer sus expectativas, soportar las presiones competitivas y fortalecer su propósito en el mercado”.

La estrategias competitiva consiste en desarrollar una amplia formula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y que políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos. (porter; 1995:16)

Porter (1995; 24), señala que el objetivo de la de la misma, para una empresa en un sector, es contar una posición en dicho sector de la cual puede

defenderse mejor la empresa contra las fuerzas competitivas o puedan inclinarse a su favor, donde el estado de la competencia en una empresa es una combinación de las cinco fuerzas competitivas.

- El antagonismo entre vendedores rivales
- El ingreso potenciales de nuevos competidores
- Los intentos mercadológicos de algunas compañías de otras industrias para atraer a los clientes hacia sus propios productos sustitutos.
- Las presiones competitivas emanadas de la colaboración y la negociación entre proveedores y vendedores
- Las presiones competitivas que surgen de la colaboración entre vendedores y compradores

Por tanto, dependerá de estas estrategias el que las organización pueda lograr o no esa ventaja competitiva. También, dependerá la forma y la combinación de estrategias, el que se pueda lograr un efecto de sinergia, es decir. Que el que resultado conjunto de un grupo de estrategias provoque un efecto más fuerte que el que se pudiera obtener con la suma de cada estrategia individual.

Factores que determinan la competitividad:

Los factores que determinan la competitividad, como bien dice Michael Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor agregado y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo. Pues las medidas a instaurar son

aquellos factores que conduzcan al logro del objetivo “ser competitivos”, son diferente, y entran en ámbitos decisionales distintos según sea aquel en el que se realice el análisis de la competitividad. Se pone de manifiesto que son muchos los factores que inciden en el éxito competitivo de las micro y pequeñas empresas, 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

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.

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. Lo único seguro acerca de éstas es su dinamismo, los mercados pueden cambiar sus exigencias o la tecnología de la empresa puede verse desplazada por las de la competencia. Sin una empresa no invierte en mantenerlas, remozarlas, tarde o temprano estará condenada a perderlas.

Recurso Tecnológico: Dentro de los recursos tecnológicos se incluye el stock de tecnologías, la experiencia en su aplicación y los medios humanos, científicos y técnicos para su desarrollo. 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. Para ello deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de su competencia. Aquellas empresas que sólo realicen nuevas inversiones cuando comprueben que los competidores obtienen buenos resultados –o bien no posean información fiable de la posición tecnológica de las empresas rivales– estarán abocadas al fracaso.

Innovación: No se puede implantar patrones competitivos o cualquier otro que se detecte como factor crítico de éxito del negocio, debido a que el mercado es cambiante. Por eso muy unido a los recursos tecnológicos aparece el de 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. Tres son los pilares sobre los que se asienta la innovación: el directivo, los trabajadores y la cooperación con otras empresas.

Financiación: Los modelos económicos pueden reflejar en alguna medida los factores que influyen en la demanda de crédito por parte de los Micro y Pequeñas Empresas, lo que nos permitirá identificar a las variables más relevantes y así poder diseñar políticas orientadas a la utilización del crédito como fuente del financiamiento y lograr la competitividad de las unidades empresariales que se ven afectadas por la implementación de políticas entre las cuales se señala a las regulaciones excesivas y la dificultad de establecerse los vínculos de las unidades empresariales con el mercado de crédito.

•
Para Hernández, A. (2002) toda empresa, sea pública o privada, para poder realizar sus actividades requiere de recursos financieros (dinero), ya sea para desarrollar sus funciones actuales o ampliarlas, así como para el inicio de nuevos proyectos que impliquen inversión, llámese a ello financiamiento.

Recurso Comercial: 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. Para ello se necesita contar con profesionales de marketing adecuados a las necesidades; realizar campañas destinadas a fortalecer la marca; poder acceder a todos los canales de distribución.

Cultura: Con este término se hace referencia al conjunto de hábitos, creencias, expectativas y valores compartidos por todos los miembros de la organización. 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.

Del mismo modo, en este punto sobre los factores determinantes de la competitividad resulta también de suma importancia mencionar a Carlos Slim Helu, el segundo hombre más millonario en todo el mundo, de raíces libanes, nacido en México, próspero empresario mexicano que ha resumido en un decálogo la fórmula para lograr el éxito empresarial a través de la competitividad de sus empresas, en el cual podemos ver los factores antes desarrollados, el cual es como sigue:

Estructuras simples, Organizaciones con mínimos niveles jerárquicos. Desarrollo Humano y formación interna de los funcionarios, flexibilidad y rapidez en las decisiones. Operar con las ventajas de la empresa pequeña que son las que hacen grandes a las grandes empresas.

- Mantener la austeridad en tiempos de vacas gordas fortalece, capitaliza y acelera el desarrollo de la empresa así mismo evita los amargos ajustes drásticos en las épocas de crisis.
- Siempre estar activo en la modernización crecimiento, capacitación, calidad, simplificación y mejora incansable de los procesos productivos. Incrementar la Competitividad y Productividad. Reducir gastos y costos guiados siempre por las más altas referencias Mundiales. Compararse con los mejores siempre como si fuéramos atletas.

- La empresa nunca debe limitarse a la medida del propietario ni del administrador. No sentirnos grandes en nuestros pequeños corralitos y hacer la mínima inversión en activos no productivos.
- No hay reto que no podamos alcanzar trabajando unidos, con claridad de objetivos y reconociendo los instrumentos.
- El dinero que sale de la empresa se evapora por eso hay que reinvertir las utilidades.
- La creatividad empresarial no solo es aplicable a los negocios si no también la solución a muchos de los problemas de nuestros países.
- El optimismo firme y paciente siempre rinde sus frutos, no euforia ni un optimismo fantasioso.
- Todos los tiempos son buenos para quienes saben trabajar y tienen con qué hacerlo.
- Nuestra premisa es siempre el tener presente que nos vamos sin nada que sólo podemos hacer las cosas en vida y que el empresario es un creador de riqueza que la administra temporalmente.

Sin embargo, para medir la competitividad también podemos recurrir a los factores utilizados para medir la competitividad de países, pues siguiendo a Porter, si el sistema de las empresas puede ser utilizado en el sistema de los gobiernos de los países, entonces los factores de medición de competitividad de éstos puede ser adaptado a las empresas, más aún si consideramos que la competitividad se gesta en las empresas y no en los países donde éstas se ubican, pues no son los países sino las empresas las que compiten entre sí, y

el éxito de los países se sustentan en el éxito de sus respectivas empresas y determina que un país sea más competitivo que otro.

Ventaja competitiva a través de la gestión de recursos humanos

Usualmente se habla que una empresa tiene ventaja competitiva cuando todo el mercado o parte de éste prefiere sus productos o servicios. Las empresas constantemente buscan formas de competir que puedan durar durante un largo tiempo y no puedan ser imitadas por sus rivales. De ahí que la noción de ventaja competitiva se encuentre relacionada con una superioridad relativa que se establece con los competidores de la entidad.

Porter indica que “cuando nos referimos constantemente al concepto de ventaja competitiva siempre lo hacemos en el entendido de ventaja sostenida. La base del desempeño sobre el promedio a largo plazo es una ventaja sostenida y si no se comporta así es un simple resultado coyuntural que no hace a la empresa competitiva”. De ahí que una de las cuestiones vitales para la empresa es alcanzar una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

Capacitación como herramienta para mejorar la competitividad

Según Garza, Abreu, & Garza (2009), la capacitación es una herramienta clave de la administración y desarrollo del personal en las organizaciones, por lo que debe estar integrada al sistema funcional de toda la empresa. Esto quiere decir que la administración y el desarrollo del capital humano debe entenderse como un todo, donde las distintas funciones incluida

la capacitación interactúen con el fin de mejorar el desempeño de los trabajadores y la productividad de la organización en general

Calidad total como estrategia clave de la competitividad

El mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en una economía cada vez más liberal, marco que hace necesario un cambio total de enfoque en la gestión de las organizaciones. En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

Capacitación

Definiciones:

Chiavenato (2007) se refiere a la capacitación en términos muy similares, indica que se trata de un proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual se transmiten conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y se desarrollan habilidades y competencias.

Reza (2000), la define como una acción o conjunto de acciones tendientes a proporcionar o a desarrollar las aptitudes de una persona, con el

afán de prepararlo para que desempeñe adecuadamente su ocupación o puesto de trabajo y los inmediatos superiores. Su cobertura abarca entre otros, los aspectos de atención, memoria de análisis, síntesis y evaluación de los individuos; respondiendo sobre todo al área de aprendizaje cognoscitiva.

Rodríguez (2000), plantea que es elevar la productividad de los individuos en su trabajo, influyendo sobre su comportamiento y desarrollar finalidades. la capacitación puede definirse como un proceso para proporcionar los conocimientos, aptitudes y habilidades y así ponerlas en práctica en el ámbito laboral, todo esto con la finalidad de incrementar la eficiencia de las operaciones cotidianas del personal en las organizaciones, y lo cual le da un valor agregado que es la satisfacción del cliente y el desarrollo continuo de la entidad logrando estar en la preferencia de los clientes.

La organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de sus hombres. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite ver si hay otras tareas de nivel similar que puede realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa.

Chiavenato (1993), define la capacitación como: Un proceso educativo por medio del cual las personas adquieren conocimientos,

habilidades y actitudes para el desempeño de sus cargos. Es un proceso educacional porque su fin es la formación y preparación de las personas. Esta orientación eminentemente hacia el desempeño del cargo ya sea actual o futura en la empresa.

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

Transmisión de informaciones y conocimientos que contempla información sobre el trabajo, la empresa, sus productos o servicios, sus reglas y reglamentos internos, su estructura organizacional, etc. Es la capacitación que se brinda generalmente al personal de ingresos.

Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con el cargo actual o futuro, generalmente asociados a actividades motoras y manualmente que exigen capacitación y practica constante.

Desarrollo de actitudes se pretende transformar las actitudes negativas o inadecuadas en positivas o favorables.

Teorías de capacitación:

Según Peter Drucker en el trabajo que realizo nos dice: el trabajo de estudio teórico e investigación que realicé me permite describir observaciones obtenidas mediante el análisis de las teorías y técnicas correspondientes a la disciplina administrativa y las observaciones de la práctica empresarial. Seguidamente enunciaré las mismas Un elemento que se puede observar es la participación del cliente como parte integral de la evaluación. El nivel de exigencia de medición de resultados para los

servicios internos, como lo es la capacitación, es sustancialmente menor de lo que lo es para los procesos productivos o centrales de la organización.

A lo largo del proceso de capacitación se realiza un seguimiento de la implementación e impacto de las actividades desarrolladas para mejorar el desempeño laboral: satisfacción y valoración de los participantes, grado de apropiación de conocimientos, nivel de aplicación de lo aprendido y resultados de desempeño alcanzado. El monitoreo es clave para lograr que estas medidas puedan ser llevadas a la práctica. (Bohórquez, 2002).

Pineda (2001), realizó una investigación titulada: “Factores asociados a la capacitación y la motivación para el trabajo en tres organizaciones diferentes”, cuyo objetivo se centró en determinar la caracterización de la capacitación y motivación en una empresa fabricante de vidrios, bancaria y un Instituto Universitario Tecnológico, tomando como referencia los planteamientos de Brunet (1998), Likert (1980) y Maslow (1998). Esta investigación, fue de tipo ex post facto correlacional. Mediante muestreo aleatorio simple, con aplicación de la fórmula propuesta por Sierra Bravo (1994), se obtuvieron muestras representativas (error del 5% que respondieron los instrumentos ECO y CMT de Toro (1996), cuyos índices de confiabilidad se ubicaron en 0,81, aplicándose las estadísticas descriptivas y el análisis de regresión para el análisis de los datos. Los resultados indicaron que los factores del clima laboral son elementos altamente predictores de las variables analizadas en el estudio, indicándose que las relaciones interpersonales, estilo de dirección, retribución, disponibilidad de recursos,

estabilidad, claridad, coherencia de la dirección y valores colectivos; son altamente predictores de las condiciones motivacionales internas, medios preferidos para obtener retribuciones en el trabajo y condiciones motivacionales externas. Se concluyó en esta investigación:

- La incidencia que tiene el clima laboral y el desempeño laboral, en el proceso educativo, el proceso metodológico y el análisis de los resultados que se utilizó, siendo un aporte significativo para el actual estudio, puesto que le permite por un lado prever el grado de incidencia en cuanto a su resultado y por el otro lado, la posible utilización metodológica para abordar los resultados.

Según Dessler (2001) los programas de capacitación son un instrumento de planificación que permite al instructor establecer el conjunto de actividades, estrategias didácticas, criterios de evaluación, tiempos y recursos implicados en el desarrollo del curso, además comunica la propuesta programática tanto a las personas involucradas en el curso como a los instructores, administradores y evaluadores de la capacitación. Para elaborar estos programas se debe tomar como punto de partida la planeación anual de la empresa, en la que usualmente aparecen los siguientes datos:

- **Datos de identificación** (nombre del responsable, jefe de área, instructor, departamento, entre otros)
- **Objetivos generales**
- **Horas, temas y subtemas**

- **Rangos** porcentuales asignados al rubro de evaluaciones parciales y finales

La capacitación proporcionada por el empleador es uno de los tópicos donde ha habido más desarrollo teórico en la economía laboral durante las últimas décadas. La teoría predominante es la teoría del capital humano, la cual tiene diversas variantes, pero también existen algunos desarrollos interesantes del análisis institucionalista. En lo que sigue revisaremos los principales postulados de cada una de estas teorías. La teoría de las inversiones en capital humano La teoría dominante en cuanto a inversiones en capacitación de la mano de obra es la teoría del capital humano planteada por Becker (1964). Esta teoría ha evolucionado en el tiempo, pues fue concebida inicialmente para explicar aspectos del ciclo de vida de las personas, pero recientemente tiende a enfocarse en decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas (Leuven, 2001).

Características:

La capacitación puede ser definida como cualquier inversión en capital humano que aumenta la productividad del trabajador. Se refiere por lo general al entrenamiento ofrecido por la empresa que hace posible un incremento de la capacidad laboral de un trabajador y que, por tanto, reporta también una mayor utilidad a la empresa. Se tiene así, por ejemplo, programas de capacitación para elevar las destrezas básicas para la comunicación verbal y escrita, entrenamiento en la utilización de maquinaria en la industria, adiestramiento en el uso de computadoras, entre otros. La

capacitación de su persona es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las MYPES, pues la globalización impone un ritmo acelerado de cambios que exigen una aprendizaje continua. Mientras esta capacitación busca desarrollar una competencia en el capacitado, es decir, actúa sobre la persona, los programas de asistencia técnica lo hacen sobre los procesos (productivos, comerciales, contables, financieros, de recurso humano, etc.), que por lo general involucran a más de una persona. Es preciso que todo programa de capacitación empiece con un diagnóstico, que debe incluir; las necesidades percibidas por el empresario como carencias que deben ser subsanadas con la capacitación; las necesidades observadas por el capacitador. Es este diagnóstico el que nos permitirá diseñar el programa de capacitación, que debe contemplar los objetivos de aprendizaje, los contenidos, las metodologías y las estrategias. Vizacarra, N. (2009).

Palma (2003) quien estudió la motivación y capacitación en trabajadores de instituciones universitarias. La muestra estuvo conformada por 473 trabajadores a tiempo completo entre profesores y empleados administrativos de tres universidades privadas de Lima. Los instrumentos empleados fueron dos escalas de motivación y clima laboral bajo el enfoque de McClelland y Litwing. Los datos fueron procesados con el software SPSS. Las conclusiones a las que llegó en esta investigación fueron:

- La capacitación se ve fortalecido por una percepción favorable en las relaciones humanas tanto en funciones administrativas como en

el nivel de la interacción social; aspectos de excelente potencial para el cambio organizacional.

Desler (2001) indica que la capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. La capacitación, por tanto, podría implicar mostrar a un operador de máquina cómo funciona su equipo, a un nuevo vendedor el producto de la empresa, o inclusive a un nuevo supervisor cómo entrevistar y evaluar a sus empleados.

Beneficios de la capacitación para los empleados

Entre los beneficios que podemos hallar para los empleados en la capacitación están los siguientes:

- Ayuda a la persona a solucionar problemas y toma de decisiones
- Favorece la confianza y desarrollo personal
- Ayuda a la formación de líderes
- Mejora las habilidades de comunicación y de manejo de conflictos
- Aumenta el nivel de satisfacción con el puesto
- Ayuda a lograr las metas individuales

Beneficios de la capacitación para las empresas

La capacitación no debe verse simplemente como una obligación que hay que cumplir porque lo manda la ley. La capacitación es una inversión que trae beneficios a la persona y a la empresa.

Algunos deseos beneficios para la empresa son los siguientes:

- Ayuda a prevenir riesgos de trabajo.
- Produce actitudes más positivas.
- Aumenta la rentabilidad de la empresa.
- Eleva la moral del personal.

Mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto el desempeño crea una mejor imagen de la empresa.

- Facilita que el personal se identifique con la empresa.
- Mejora la relación jefe-subordinados.
- Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.
- Proporciona información sobre necesidades futuras de personal a todo nivel.
- Ayuda a solucionar problemas.

Los efectos sociales de la capacitación.

Según el artículo 27 fracción VII de la ley federal del trabajo “que los trabajadores deben ser capacitados y adiestrados en los términos y los planes establecidos por la empresa”. Para el patrón es una obligación capacitar y adiestrar al personal ya sea nuevo o no, esto para adaptar y mejorar sus capacidades, destrezas y aptitudes. Esta capacitación debe hacerse dentro de

las instalaciones de la empresa y en las horas de la jornada de trabajo (estos términos pueden variar según los términos establecidos entre el patrón y empleado).

Como capacitado se está obligado a:

- Ser puntual a los cursos y actividades que forman parte del programa
- Atender a las indicaciones de las personas que impartan el curso
- Presentar los exámenes de evaluación y de aptitudes

La competitividad en la empresa, organización ruta de mejora al aprovechamiento de las capacidades, conocimientos y tecnologías. Se tiene un impacto positivo en el mejoramiento de la calidad y se generan nuevas tecnologías. La capacitación en consecuencia a es el mejoramiento de las competencias del personal desarrollo económico y social. Al capacitar el recurso humano de la empresa se pretende mejorar el trabajo y alcanzar mejorar, la inducción y capacitación del personal en su punto específico de trabajo es fundamental ya que ayuda a comprender el funcionamiento del trabajo que realiza el trabajo de capacitación debe de ser impartido por una persona capacitada y que tenga el conocimiento necesario para poder impartir el curso en efecto el personal capacitado es un personal que obtendrá, mejores cifras en su rendimiento y hacer esto en manera colectiva significa un avance constante de la producción, la capacitación del trabajo debe de ser constante, esto para estar al día con el uso de las tecnologías aplicables en su entorno de trabajo. En sí, al llevar al personal a un nivel más alto sus capacidades

destrezas y aptitudes de manera correcta, el empleado desarrollara, de la manera ideal en su zona de trabajo ya que tendrá, mejor entendimiento de su propio trabajo. En conclusión el obrero que esta, en una constante actualización de su trabajo y como realizar de manera adecuada su trabajo es una persona que no solo en el entorno laboral se desarrollara exitosamente, si no que en su entorno social y vida propia. Sus aptitudes, habilidades y destrezas se daran más enfocadas a una visión de emprendimiento y desarrollo personal. (Ángel Jordán Cienfuegos García)

Factores de la motivación de la capacitación.

Un factor clave en la motivación y retención de los empleados es la oportunidad que se les brinda a los empleados para seguir creciendo y desarrollándose profesionalmente a través del entrenamiento y capacitación. Las oportunidades de capacitación y entrenamiento no sólo se encuentran en cursos y seminarios externos.

Contenido del puesto responsabilidades: Se puede impactar significativamente en el entrenamiento y desarrollo a través de las responsabilidades del puesto de un empleado:

- Amplíe el trabajo para incluir responsabilidades de mayor nivel.
- Reasigne responsabilidades que el empleado no le gusten o que sean repetitivas/rutinarias.
- Otorgue más autoridad al empleado para auto-manejarse y tomar decisiones.

- Dele acceso a reuniones más importantes.
- Asigne a personal del área bajo su supervisión.
- Asigne al empleado a proyectos o grupos fuera de su área.
- Permita al empleado asistir a sesiones de entrenamiento interno.
- Pídale al empleado que entrene a otros empleados con la información del seminario asistido.

Los factores clave para multiplicar el valor del entrenamiento y capacitación:

- Permita a los empleados seguir entrenamiento y capacitación en la dirección que ellos escojan, no solamente en las que la compañía determine/ necesite.
- Consiga que su compañía apoye el aprendizaje en general, no solo el aprendizaje necesario para el puesto actual o siguiente del empleado.
- Reconozca que el factor clave es mantener al empleado interesado, participando y comprometido.

Objetivos de la capacitación

Chiavenato (2007) afirma que la capacitación tiene tres objetivos: x
Preparar a las personas para la realización inmediata de diversas tareas del

puesto que ocupan. 8 x Ofrecer a los colaboradores oportunidades para que logren un desarrollo profesional continuo, no sólo en sus puestos actuales, sino también para otras funciones más complejas y elevadas. x Modificar la actitud de los colaboradores, con el fin de lograr un clima más satisfactorio entre ellos, aumentar su motivación y volverlos más receptivos a las nuevas tendencias de la administración.

Robbins (1998), nos plantea que 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.

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE)

Las MYPES Centty, D. (2008) comenta que una MYPE es: “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”. (Pro inversión, 2010) Y clasificándolas en dos tipos: microempresas, las cuales tienen de 1 a 10 trabajadores y las pequeña empresas tienen de 1 a 50 trabajadores. Siendo de gran importancia la existencia de estas empresas en el ámbito económico, ya que reduce la pobreza a través de puestos de trabajo, mejorando la distribución del ingreso e incentivando el carácter emprendedor hacia los demás; contribuyendo de manera general al ingreso nacional y al crecimiento económico. (Centty, 2008)

Las razones por las que las MYPES crean su propia empresa son: el factor externo, porque se ve obligado a emprender un negocio porque no encuentra un empleo o porque perdió el que tenía y; el

factor interno, porque la persona sueña con tener su propia empresa siendo su proyecto personal, una motivación interior. (Proinversión, 2010)

Definición de las MYPES

La micro y pequeña empresa constituida bajo las leyes que rigen el Perú nos dice que una MYPE es aquella unidad económica que realiza unidades de producción, extracción o brindan servicios bajo cualquiera de las formas de organización empresarial (persona natural o jurídica), ya sea en el sector servicios, manufactura o cualquier otro. También, según el Texto Único Ordenado (TUO) de la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la MYPE nos dice que estas unidades económicas deben tener características básicas como: Fuente: CRECEMYPE.

Esta organización está administrada por El Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, es la autoridad inmediata al Ministerio de la Producción en materia de normalización industrial, ordenamiento de productos fiscalizados, promoción y fomento de la actividad industrial, cooperativas, MYPES y comercio interno.

- Micro empresa: De 1 hasta 10 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: De 10 hasta 100 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades

impositivas Tributarias (UIT). Entonces, por lo descrito anteriormente una MYPE puede estar dedicada a diferentes rubros productivos en los distintos sectores de producción, en la cual es el empresario quien decide como constituirlos.

Teorías del desarrollo de las MYPES

Interpretando a **Koontz & O'Donnell (2004)** el desarrollo de las empresas, tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo propiamente dicho, para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

Johnson Gerry y Scholes, Kevan. (1999) dice que aunque esta función parece sencilla, los métodos de dirección y liderazgo puede ser de una extraordinaria complejidad. Los jefes inculcan en sus trabajos una clara apreciación de las tradiciones, objetivos y políticas de las instituciones. Los trabajadores se familiarizan con la estructura de la organización, con las relaciones interdepartamentales de actividades y personalidades, y con sus deberes y autoridad. Koontz & O'Donnell (2004) dice que para alcanzar desarrollo empresarial, además de una adecuada gestión tiene que considerarse al control como parte del proceso de gestión efectiva, al respecto indican que el control, es la evaluación y corrección de las actividades de los

subordinados para asegurarse de que lo que se realiza se ajusta a los planes. De ese modo mide el desempeño en relación con las metas y proyectos, muestra donde existen desviaciones negativas y al poner en movimiento las acciones necesarias para corregir tales desviaciones, contribuye a asegurar el cumplimiento de los planes. Aunque la planeación debe preceder al control, los planes no se logran por sí mismos. El plan guía al jefe para que en el momento oportuno aplique los recursos que serán necesarios para lograr metas específicas. Entonces las actividades son medidas para determinar si se ajustan a la acción planeada.

Función y desarrollo de las Mypes en el sector metal mecánica.

Las pequeñas y medianas empresas (MYPES) son actores fundamentales en el desarrollo económico del país, ya sea por el nivel de incidencia que generan en el empleo o por su participación; Para las MYPES, a raíz de los últimos acontecimientos globales que hemos descrito, se hace necesaria una orientación estratégica donde la planificación de sus nuevos proyectos, la diferenciación de sus productos y el trato personalizado se imponen como aspectos cruciales a desarrollar. La experiencia en el desarrollo del país ha demostrado que el crecimiento no basta para aumentar o mejorar el empleo. Las posibilidades para que la relación crecimiento-empleo se cumpla es mayor en la medida en que el sector económico presente una dinámica relación intra e intersectorial. La crisis del modelo de

industrialización por sustitución de importaciones se tradujo en la incapacidad para generar y garantizar empleo a la creciente población y la fuerza de trabajo. Por ello la estructura económica y social del país muestra una distribución regresiva del ingreso.

Características del sector metal mecánica.

Está fuertemente vinculada al sector minero. Por ser una industria transformadora de metales.

- a) Representa una oportunidad de producir productos de alto valor agregado.
- b) Está estrechamente vinculada con los demás sectores productivos.
- c) Tiene un alto efecto multiplicador, por ser un sector de avanzada en la industria.
- d) Generador de empleo altamente calificado.
- e) Sus procesos conllevan una mayor tecnología y su complejidad contribuye a generar inversión, divisas y modernización de la economía.

Factores influyentes en el crecimiento de las Mypes en el sector metal mecánica.

Existen fenómenos asociados al proceso de liberalización comercial instrumentado en el país que afectan a las Pymes específicamente en el sector metal mecánica: por un lado, la competencia de productos del exterior; por otro, la política de las

grandes empresas de sustituir insumos nacionales y/o bienes finales por similares importados, lo cual conlleva una menor demanda hacia sus proveedores locales. Las Mypes del rubro metal mecánica se encuentran entonces en una situación desfavorable en relación a los oligopolios, pues carecen de elementos que les permitan contrarrestar los efectos de la apertura comercial: escalas tecno-productivas y comerciales importantes, altos niveles de productividad, control oligopólico de los canales de importación, posibilidades de acceso a financiamiento a tasas de interés relativamente baratas o de internalizar distintos tipos de subsidio del aparato estatal, etc. No es un detalle menor advertir que las características, tanto internas como internacionales, que adopta el mercado financiero producen además una acentuada segmentación del crédito con fondos y tasas de interés diametralmente distintos. Las Pymes sólo pueden acceder a un financiamiento restringido mediante los adelantos en cuenta corriente o documentos descontados, que exhiben tasas de interés más elevadas que las que rigen en el mercado internacional y plazos muy cortos de amortización.

2.3 Hipótesis

Según el Autor Hernández Fernandez y Batista, (2003) una investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice por lo tanto no lleva hipótesis.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

Tipo de la investigación

Descriptiva Los estudios correlacionales pretenden medir el grado de relación y la manera cómo interactúan dos o más variables entre sí. Estas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de los casos.

Morales (2012) menciona que las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Nivel de la investigación

Cuantitativa, porque busca cuantificar los datos en los que generalmente se aplica algún tipo de análisis estadístico.

Según Fernández & Díaz (2012) la investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de

una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada.

Diseño de la investigación

El diseño que se aplicara el investigación será no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural. También será de corte transversal porque que se medirá a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado.



Dónde:

M1: Muestra de docentes

3.2 Población y muestra

Población

Las unidades de materia de investigación son 8 Mypes conformadas por los trabajadores incluidos los gerentes consecuentemente la población para la

presente investigación son 74 personas.

Muestra

Se determinó la muestra mediante la fórmula estadística la misma que sirvió de unidad de investigación.

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

Dónde:

N= Población

q = Riesgo o nivel de significación (1-p) =0.10.

Z = Nivel de confianza= 95% = 1.96.

p = Probabilidad = 90% = 0.90.

e = Error permitido = 5% = 0.05.

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.90 * 0.10 * 74}{(0.05)^2 (74 - 1) + (1.96)^2 * 0.90 * 0.10} = 48.416 = 48 \text{ trabajadores}$$

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, que se busca recaudar datos mediante la fórmula estadística en donde dio una población de 48 trabajadores, las cuales se encuestaron, Como también la observación directa.

Instrumento

Se aplicó un cuestionario para las variables: competitividad y capacitación con 12 ítems. Cada uno, como así mismo las fichas bibliográficas, el resumen de la tabulación.

Cuestionario: se hará uso de un cuestionario para conocer la opinión de las personas involucradas en el rubro, acerca de la competitividad y capacitación en las MYPES del rubro metal mecánica, para luego recaudar la información y así poder cuantificar los datos obtenidos. Hemos considerado dos cuestionarios como instrumento porque mediante ello podemos obtener las distintas opiniones de los trabajadores que conforman este grupo de Mypes y así poder plantear el problema a investigar.

Fichas bibliográficas: se hará uso de las fichas bibliográficas para obtener información acerca de autores que han investigado y estudiado el rubro, y así conocer el tipo de investigación que realizaron ya que conclusiones llegaron vamos a poder conocer la importancia que nos brindan dichos autores para nuestra sociedad. Las fichas bibliográficas son un instrumento porque nos permite tener una base lo que posteriormente estudiaremos en el proyecto de investigación. Cronograma de actividades: En el trabajo de investigación hemos considerado el cronograma de actividades como un instrumento importante porque nos va ayudar permitir conocer y establecer las fechas y semanas establecidas en las que el investigador tendrá en cuenta para realizar su trabajo de manera continua no permitiendo el retraso durante el transcurso de las semanas y desarrollar su proyecto de investigación en el tiempo establecido.

3.5 Plan de análisis

Una vez recolectada la información a través de los instrumentos, se procedió a realizar el análisis cuantitativo, cuyos datos de la encuesta aplicada, fueron sistematizados y ordenados en tablas y gráficos diseñados según los criterios en estudio, en el programa Microsoft Excel. Se determinó también la distribución de frecuencias por cada indicador perteneciente a la variable en estudio.

MAT RIZ DE INVESTIGACIÓN: COHERENCIA DE ELEMENTOS DE LA ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE TESIS58

TITULO DELA INVESTIGACIÓN	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGÍA
Caracterización de la competitividad y capacitación de las Mypes rubro metal mecánica en Tumbes, 2016	¿Cuáles son las características de la competitividad y capacitación de las Mypes rubro metal mecánica en Tumbes, 2016	Determinar las características de la competitividad y capacitación de las Mypes rubro metal mecánica en Tumbes, 2016	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Identificar los factores de la competitividad de las Mypes rubro metal mecánica en tumbes 2016 <input type="checkbox"/> Determinar las estrategia clave de la competitividad de las Mypes rubro metal mecánica en tumbes 2016 <input type="checkbox"/> Conocer los efectos sociales y los factores motivacionales de la capacitación de las Mypes rubro metal mecánica en tumbes 2016 <input type="checkbox"/> Describir los beneficios de la capacitación en las Mypes rubro metal mecánica en tumbes 2016 	<p>TIPO: Descriptiva</p> <p>NIVEL: Cuantitativo</p> <p>DISEÑO: No Experimenta.</p> <p>POBLACIÓN: 74 Trabajadores</p> <p>MUESTRA: 48 Trabajadores</p> <p>TECNICAS Cuestionario</p>

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

VARIABLE	DEFINICIÓN	OBJETIVO	DIMENSIONES	PREGUNTAS	MEDICIONES
COMPETITIVIDAD	Diseñar, desarrollar productos de manera eficiente con recursos financieros, recursos humanos y culturales, con patrones de calidad mediante la diferenciación y costos (ALIC 1997, FORUM A980, PORTER 1985, FERRAZ 2004)	Identificar los factores de la competitividad de las Mypes rubro metal mecánica en tumbes 2016 Determinar las estrategias clave de la competitividad de las Mypes rubro metal mecánica en tumbes 2016	Diseñar Recursos Financieros Patrones de calidad Posicionar a la empresa	Cuáles son los diseños que aumentan los factores de competitividad en la empresa? ¿Cuáles son los factores financieros internos que aumentan la competitividad del ingreso? ¿De qué manera la empresa desliza la diferenciación competitiva? ¿Cómo genera en el mercado una diferenciación ante la competencia?	a) Diseños nuevos b) Procesos de mejora c) Nuevas tecnologías a) capital corriente b) capital financiero c) otros a) Calidad de servicio b) Productos de alta calidad c) Diseño de productos exclusivos d) Calidad de servicio a) Costos b) Calidad c) otros

CAPACITACION	Es un proceso educativo para proporcionar los conocimientos, aptitudes, habilidades, y desarrollarlas en el desempeño laboral. REZA 2000, RODRÍGUEZ 2000, CHIAVENATO 1993)	Conocer los efectos sociales y los factores motivacionales de la capacitación de las Mypes rubro metal mecánica en tumbes 2016	<p>Crear valor</p> <p>Habilidades</p> <p>Cultura</p> <p>Calidad de vida</p> <p>Desarrollo del personal</p>	<p>¿La empresa crea o inventa nuevos modelos, o técnicas en el proceso productivo?</p> <p>¿Cuáles son los tipos de capacitación que se realizan en su Mype?</p> <p>¿Cómo involucra y motiva la identidad del personal a la empresa?</p> <p>¿Realiza una selección interna de su personal para un mejor puesto de trabajo?</p> <p>¿Qué tipo de estrategias de capacitación realiza?</p>	<p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>a) Capacitación generalizada</p> <p>b) Capacitación especializada</p> <p>a) Motivación intrínseca</p> <p>b) Motivación extrínseca</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>a) estrategias a 360 grados</p> <p>b) estrategias de cadena de valor</p>
--------------	--	--	--	--	--

		<p>Describir los beneficios de la capacitación en las Mypes rubro metal mecánica en tumbes 2016</p>	<p>Rentabilidad</p> <p>Moral</p> <p>responsabilidad</p>	<p>¿Cómo mide la rentabilidad de cada una de sus áreas?</p> <p>¿Cómo cultiva el respeto y la lealtad de los trabajadores en la empresa?</p> <p>¿El personal capacitado es responsable en asumir sus deberes ante sus compañeros (replica)?</p>	<p>a) Por objetivo b) Por ratios c) Por porcentaje d) otros</p> <p>a) confianza b) Comunicación otros</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>
--	--	---	---	--	---

4.1.7 Principios éticos

El presente trabajo tiene como finalidad demostrar los efectos que produce la propuesta en determinar la caracterización de la competitividad y capacitación de las MYPES utilizando el enfoque colaborativo mediante la utilización de cuestionarios y encuestas que nos dan un resultado obtenido que no serán manipulados respetando las opiniones de los participantes en el trabajo de investigación, así mismo se respetara el derecho de autor de los textos utilizados en el desarrollo de la investigación ya que la investigación ofrece un acercamiento teórico, conceptual de la caracterización del financiamiento en la rentabilidad de las MYPES además se respetara el proceso metodológico en el que se sustentara la investigación y el análisis de los resultados planteamos el objetivo de Determinar las características de la Competitividad y capacitación de las MYPES y trabajo.se propone como una propuesta en la mejora del proceso de enseñanza y aprendizaje.

5. Resultados

VARIABLE DE COMPETITIVIDAD

TABLA N° 01

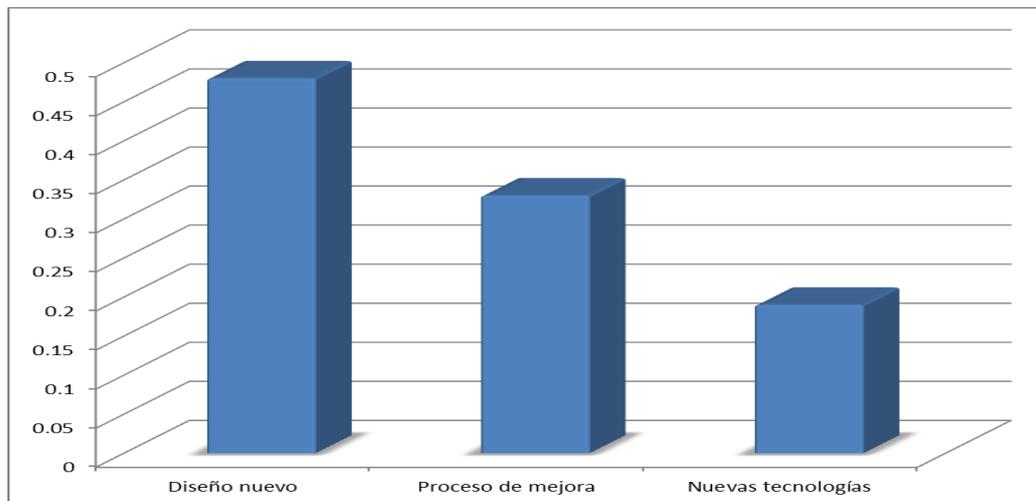
Factores de competitividad

N°	ESCALA	f	%
1	Diseño nuevo	23	0.48
2	Proceso de mejora	16	0.33
3	Nuevas tecnologías	9	0.19

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 01

Factores de competitividad



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN

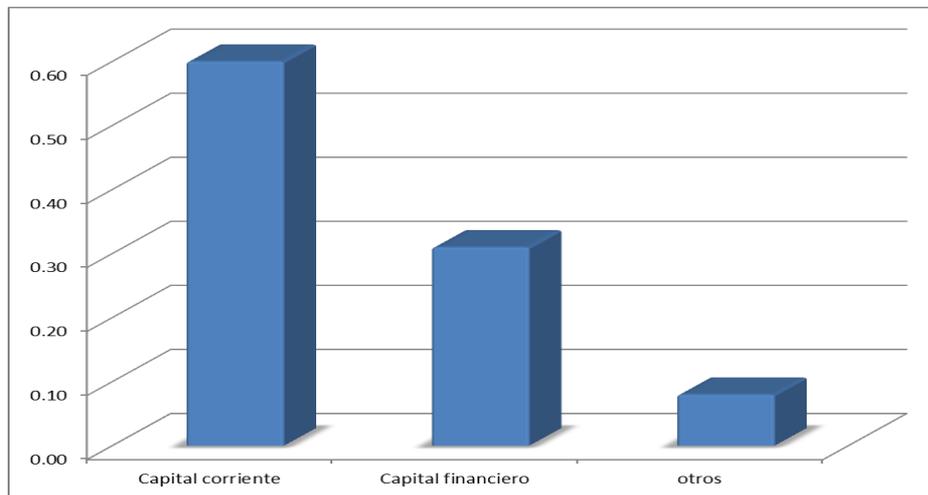
observamos en el gráfico N° 01, que el 0.48% de trabajadores encuestados utilizan diseños nuevos, el 0.33% prefieren el proceso de mejora y el 0.19% utilizan nuevas tecnología.

TABLA N° 02
Factores Financieros

N°	ESCALA	f	%
1	Capital corriente	29	0.60
2	Capital financiero	15	0.31
3	otros	4	0.08

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 02
Factores Financieros



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

Observamos en el gráfico N° 02; que el 0.60% de las personas encuestadas utilizan el capital corriente para aumentar la competitividad del ingreso, el 0.31% utilizan el capital financiero y el 0.08% utilizan activos de respaldo.

TABLA N° 03

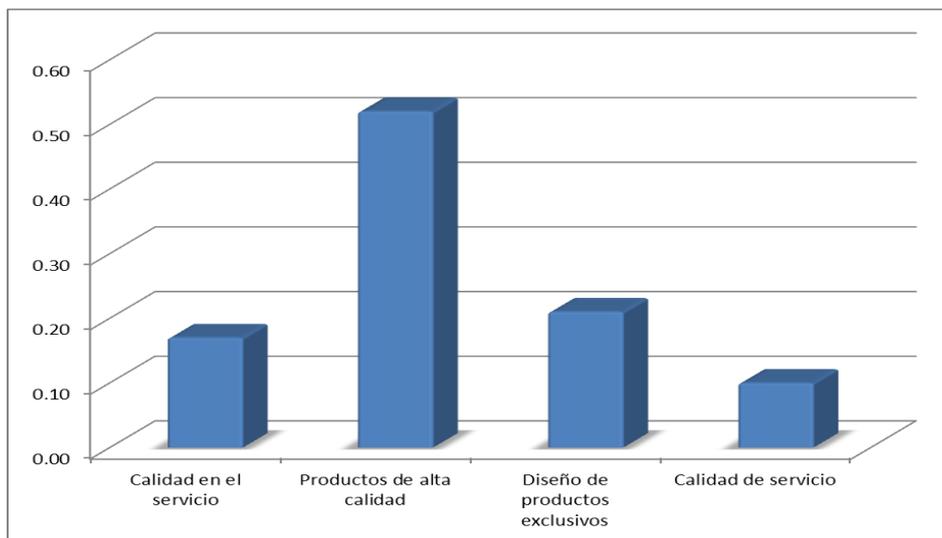
Diferenciación Competitiva

N°	ESCALA	f	%
1	Calidad en el servicio	8	0.17
2	Productos de alta calidad	25	0.52
3	Diseño de productos exclusivos	10	0.21
4	Calidad de servicio	5	0.10

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 03

Diferenciación Competitiva



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN.

Observamos en el gráfico N° 03; que el 0.17% de los encuestados dicen que para la diferenciación de competitividad utilizan la calidad en el servicio, el 0.52% utilizan productos de alta calidad, así también el 0.21% realizan diseño de producción exclusivo y el 0.10 la calidad del servicio.

TABLA N° 04

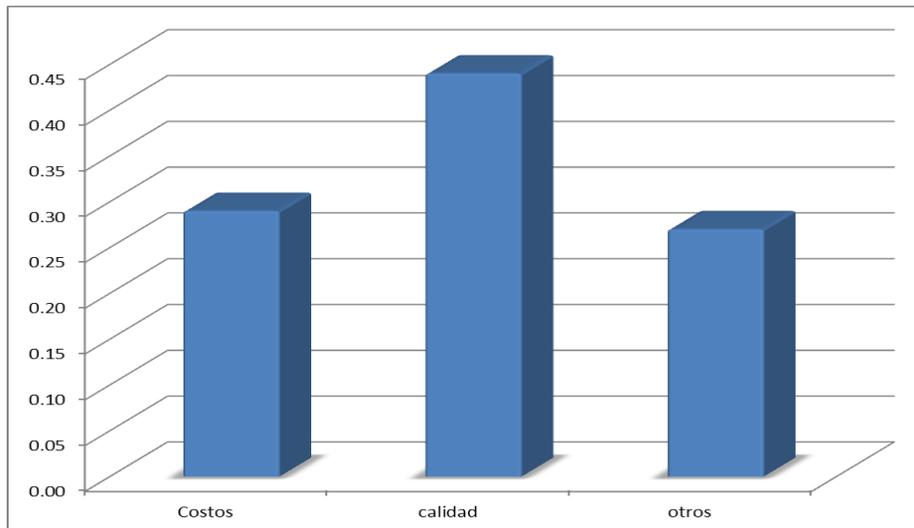
Diferenciación ante la competitividad

N°	ESCALA	f	%
1	Costos	14	0.29
2	calidad	21	0.44
3	otros	13	0.27

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 04

Diferenciación ante la competitividad



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACION:

Observamos en el gráfico N° 04; que el 0.29% de las personas encuestadas generan la diferencia ante la competencia a través del costo, el 0.44% lo hacen a través de la calidad de servicio, y el 0.27% dicen que marcan la diferencia en recursos humanos.

TABLA N° 05

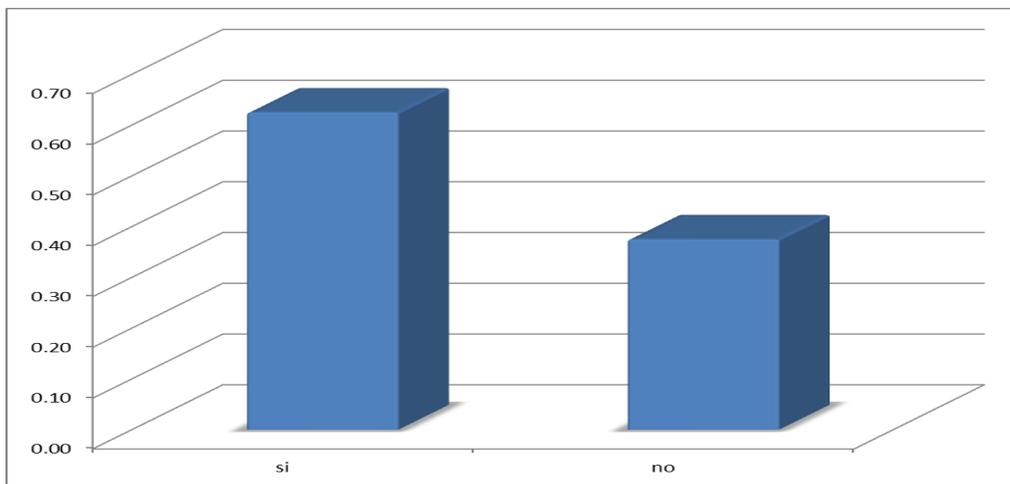
Proceso productivo

N°	ESCALA	f	%
1	Si	30	0.63
2	No	18	0.38

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 05

Proceso productivo



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

Observamos en el gráfico N° 05; que el 0.63% de las personas encuestadas dicen que ellos crean nuevos modelos y tecnología en su producción, y el 0.38% opinan que no inventan nada.

VARIABLE DE CAPACITACION

TABLA N° 06

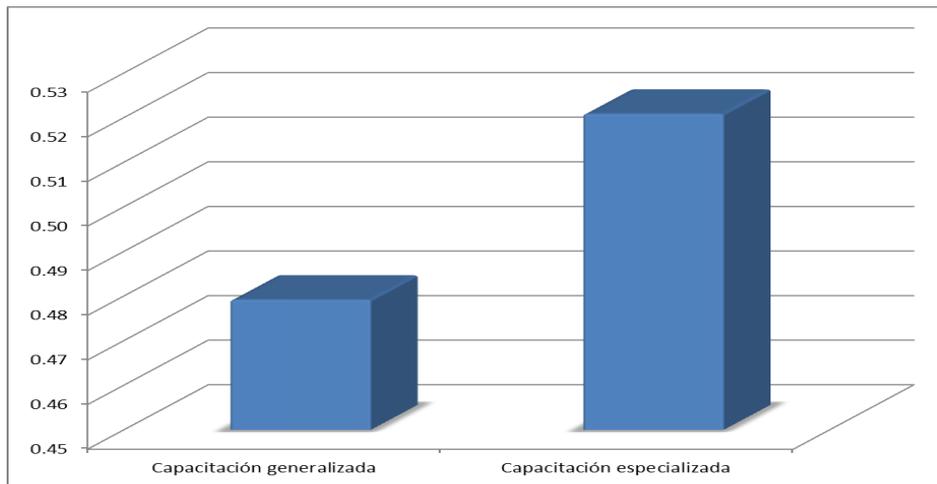
Tipos de capacitación

N°	ESCALA	f	%
1	Capacitación generalizada	23	0.48
2	Capacitación especializada	25	0.52

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 06

Tipos de capacitación



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

Observamos en el gráfico N° 06; el 48% de las personas encuestadas dicen que el tema que más se realizan en sus capacitaciones son la capacitación generalizada, y el 0.52% dicen que es la capacitación especializada.

TABLA N° 07

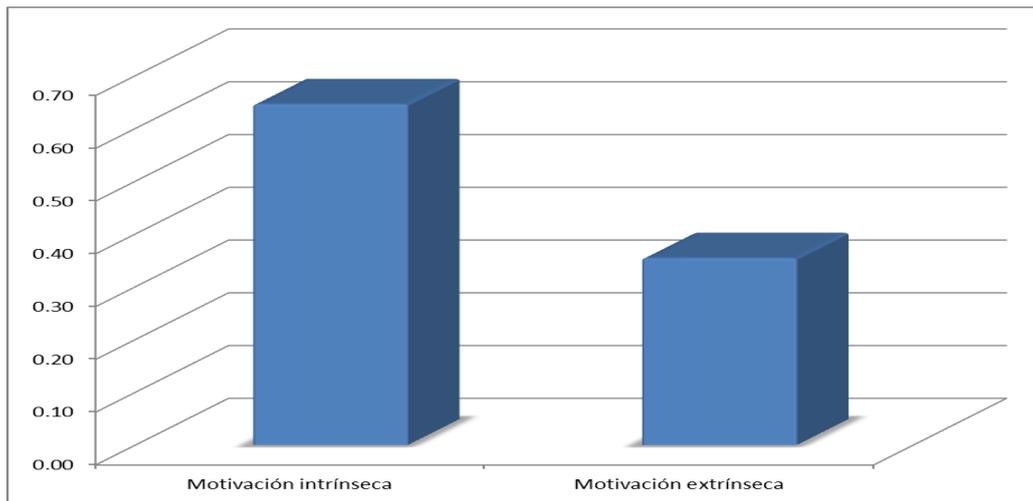
Motivación de la identidad del personal

N°	ESCALA	f	%
1	Motivación intrínseca	31	0.65
2	Motivación extrínseca	17	0.35

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

TABLA N° 07:

¿Cómo involucra y motiva la identidad del personal a la empresa?



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

Observamos en el gráfico N° 07; que el 0.65% de los encuestados motivan e involucran a su personal con la motivación intrínseca, y el 0.35% lo hacen a través de la motivación extrínseca.

TABLA N° 08

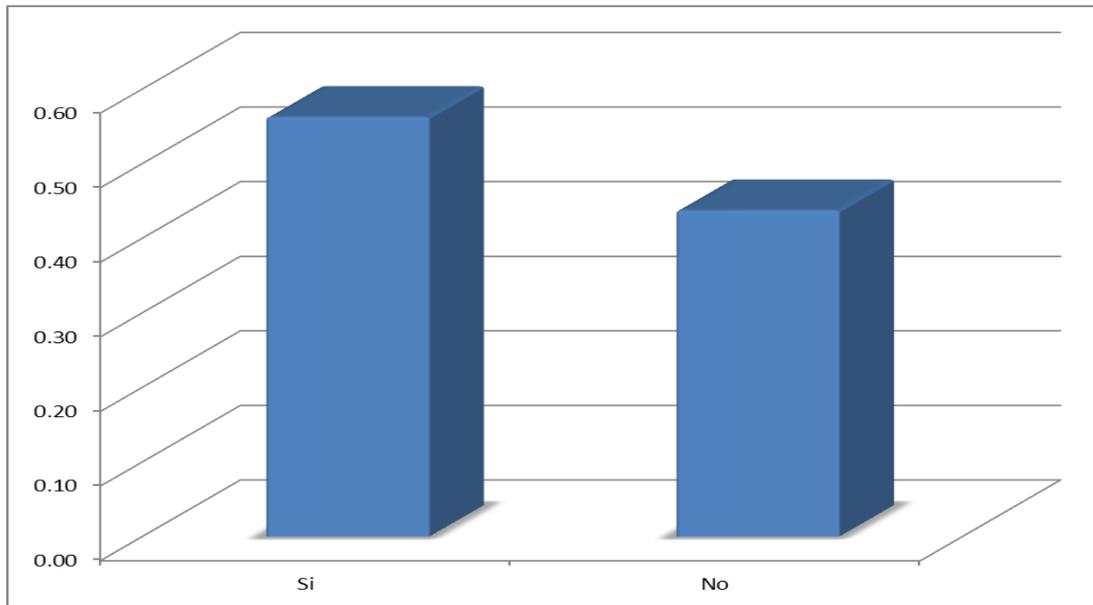
Selección interna en el trabajo

N°	ESCALA	f	%
1	Si	27	0.56
2	No	21	0.44

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

TABLA N° 08

Selección interna en el trabajo



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

Observamos en el gráfico N° 08; que el 0.56% de los encuestados dicen que si hay una selección interna para destacar el mejor puesto de trabajo, y el 0.44% opinan lo contrario.

TABLA N° 9

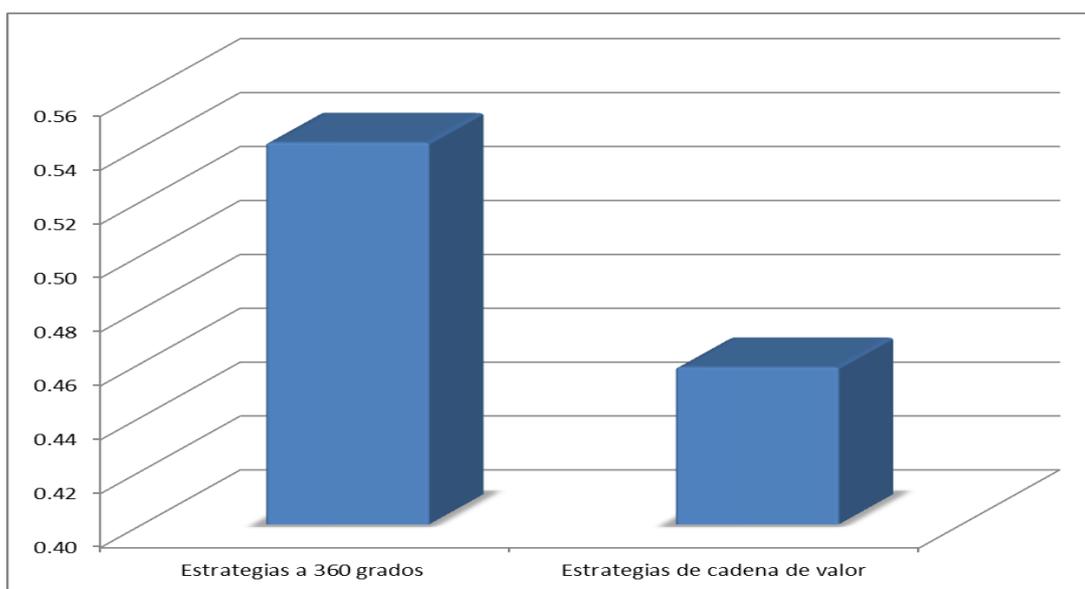
Tipo de capacitación

N°	ESCALA	f	%
1	Estrategias a 360 grados	26	0.54
2	Estrategias de cadena de valor	22	0.46

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 9

Tipo de capacitación



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

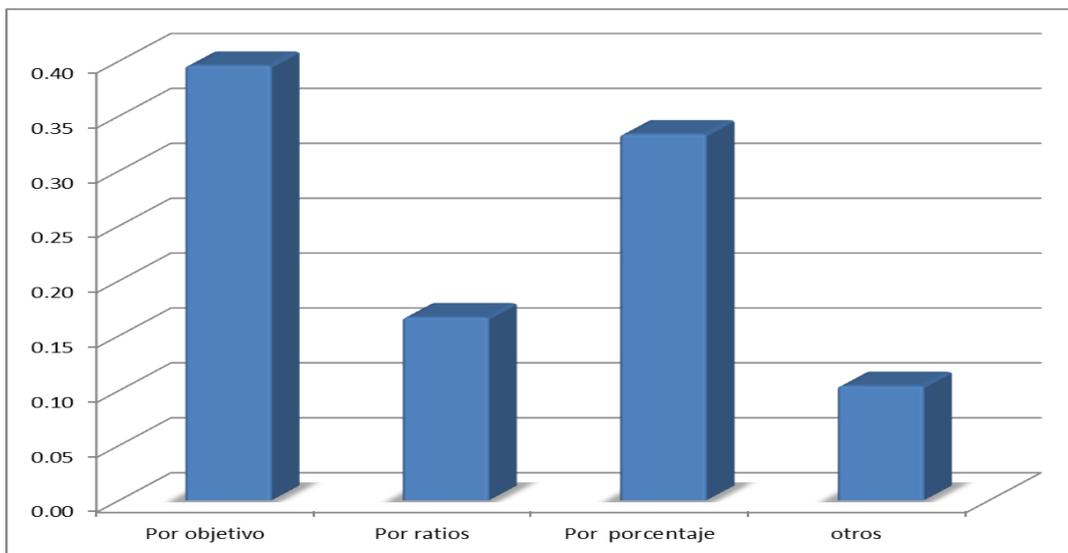
Observamos en el gráfico N° 9; que el 0.54% de los encuestados utilizan el tipo de estrategias de 360 grados, mientras que el 0.46% utilizan la estrategia de cadena de valor.

FIGURA N° 10
Rentabilidad de cada área

N°	ESCALA	f	%
1	Por objetivo	19	0.40
2	Por ratios	08	0.17
3	Por porcentaje	16	0.33
4	otros	05	0.10

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 10
¿Cómo mide la rentabilidad de cada una de sus áreas?



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

Observamos en el gráfico N°10; que el 40% de las personas encuestadas dicen que miden su rentabilidad por objetivos, el 17% lo hacen a través de ratios, así mismo el 33% indica que por porcentaje y el 10% por otros.

TABLA N° 11

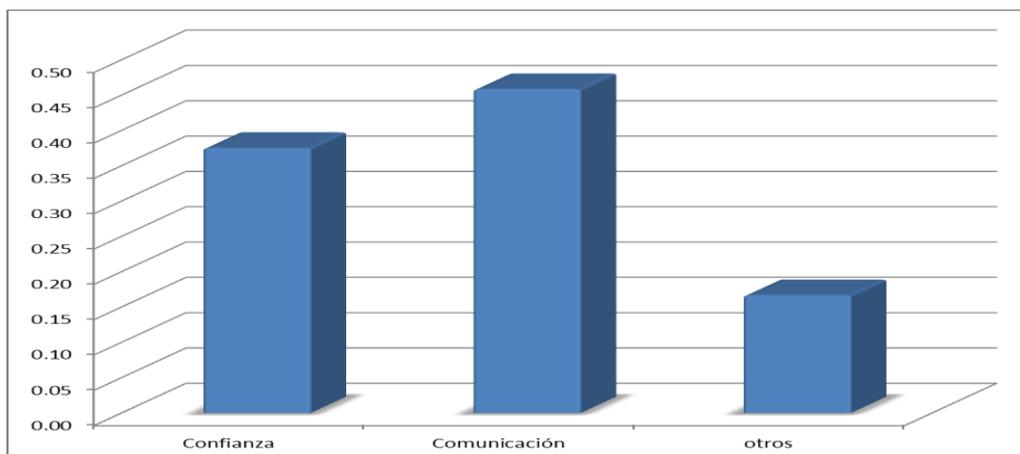
Cultivo de respeto de los trabajadores en la empresa?

N°	ESCALA	f	%
1	Confianza	18	0.38
2	Comunicación	22	0.46
3	otros	8	0.17

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

FIGURA N° 11

¿Cómo cultiva el respeto y la lealtad de los trabajadores en la empresa?



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

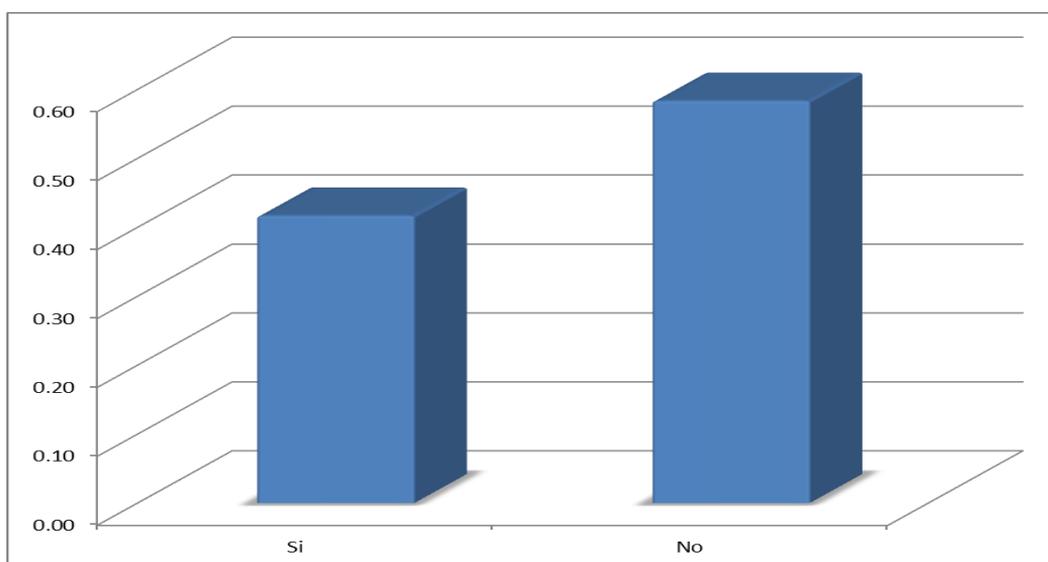
Observamos en el gráfico N°11; el 0.38% de los encuestados nos indican que cultivan el respeto y lealtad en la empresa a través de la confianza, el 0.46% a través de la comunicación y los demás lo hacen de otra manera.

TABLA N° 12
Personal capacitado

N°	ESCALA	f	%
1	Si	20	0.42
2	No	28	0.58

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

TABLA N° 12
Personal capacitado



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del sector metal mecánica.

INTERPRETACIÓN:

Observamos en el gráfico N°12 que el 42% de los encuestados nos dicen que si son responsables en asumir sus deberes ante sus compañeros, mientras el 058% dicen lo contrario.

4.2 Análisis de Resultados

Tal como se definieron en el marco teórico de este trabajo, las variables de la caracterización de la de la competitividad y capacitación en las MYPES del rubro metal mecánica en Tumbes, por ello se les formuló a las unidades investigativas 2 instrumentos, de los cuales observamos que en el gráfico N° 01, observamos en el gráfico N° 01, que el 0.48% de trabajadores encuestados utilizan diseños nuevos, el 0.33% prefieren el proceso de mejora y el 0.19% utilizan nuevas tecnología.

Observamos en el gráfico N° 02; que el 0.60% de las personas encuestadas utilizan el capital corriente para aumentar la competitividad del ingreso, el 0.31% utilizan el capital financiero y el 0.08% utilizan activos de respaldo. La estrategia que supone una acción ofensiva o defensiva con el fin de crear una posición defendible frente a las cinco fuerzas competitivas, de tal modo que se obtenga un resultado superior al promedio de las empresas competidoras del sector industrial. Observamos en el gráfico N° 03; que el 0.17% de los encuestados dicen que para la diferenciación de competitividad utilizan la calidad en el servicio, el 0.52% utilizan productos de alta calidad, así también el 0.21% realizan diseño de producción exclusivo y el 0.10 la calidad del servicio. Observamos en el gráfico N° 04; que el 0.29% de las personas encuestadas generan la diferencia ante la competencia a través del costo, el 0.44% lo hacen a través de la calidad de servicio, y el 0.27% dicen que marcan la diferencia en recursos humanos. Observamos en el gráfico N° 05; que el 0.63% de las personas encuestadas dicen que ellos crean nuevos modelos y tecnología en su producción, y el 0.38% opinan que no inventan nada. Buscando elevar índices

de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, y adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad. (Díaz, 2009). Observamos en el gráfico N° 06; el 48% de las personas encuestadas dicen que el tema que más se realizan en sus capacitaciones son la capacitación generalizada, y el 0.52% dicen que es la capacitación especializada. Observamos en el gráfico N° 07; que el 0.65% de los encuestados motivan e involucran a su personal con la motivación intrínseca, y el 0.35% lo hacen a través de la motivación extrínseca. Observamos en el gráfico N° 08; que el 0.56% de los encuestados dicen que si hay una selección interna para destacar el mejor puesto de trabajo, y el 0.44% opinan lo contrario. ; se va fortalecido por una percepción favorable en las relaciones humanas tanto en funciones administrativas como en el nivel de la interacción social; aspectos de excelente potencial para el cambio organizacional. Palma (2003). Observamos en el gráfico N° 9; que el 0.54% de los encuestados utilizan el tipo de estrategias de 360 grados, mientras que el 0.46% utilizan la estrategia de cadena de valor. Observamos en el gráfico N°10; que el 40% de las personas encuestadas dicen que miden su rentabilidad por objetivos, el 17% lo hacen a través de ratios, así mismo el 33% indica que por porcentaje y el 10% por otros. Observamos en el gráfico N°11; el 0.38% de los encuestados nos indican que cultivan el respeto y lealtad en la empresa a través de la confianza, el 0.46% a través de la comunicación unos lo hacen de otra manera. Observamos en el gráfico N°12 que el 42% de los encuestados nos dicen que si son responsables en asumir sus deberes ante sus compañeros, mientras el 0.58% dicen lo contrario.

Así mismo mantener a los trabajadores permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología. Robbins (1998). Definimos que la MYPE tiene eficiencia con sus trabajadores y decimos que La competitividad y capacitación son importantes en una empresa para llegar a desarrollar los objetivos de la empresa.

CONCLUSIONES

- Se ha determinado que el 48% realiza diseños nuevos lo cual aumenta los factores de competitividad dentro del mercado tumbesino, dando un respaldo al capital corriente en el cual se invierte el 60%, por la diferenciación de sus productos y servicios en el rubro metal mecánica; ya que la estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia en el sector industrial. Porter (1985)
- En el rubro metal mecánica encontramos que hacen una competencia de calidad en donde desean identificarse buscando su mercado meta y de esta manera determinan las estrategias claves para poder mejorar su proceso productivo; buscando elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, y adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad. (Díaz, 2009).
- Se analizado que dentro de la selección del personal las Mypes realizan una motivación más intrínseca logrando una mejor calidad de vida, ya que realizan capacitaciones especializadas para nuevos puestos de trabajo; se va fortalecido por una percepción favorable en las relaciones humanas tanto en funciones administrativas como en el nivel de la interacción social; aspectos de excelente potencial para el cambio organizacional. Palma (2003)

- El análisis arroja que mide su rentabilidad a través de objetivos trazados en cada área, otorgando énfasis en una comunicación fluida para poder darle la mayor eficiencia y eficacia a cada uno del personal de la empresa; así mismo mantener a los trabajadores permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología. Robbins (1998)

Recomendaciones

- Es importante llegar a cada uno de los trabajadores en el objetivo general de la empresa para que este sepa rendir con eficiencia y efectividad para lograr una mayor competitividad en el mercado tumbesino,(tipos de estrategias).

- Se deben identificar bien el mercado meta a través de la estrategia de segmentación múltiple logrando una diferenciación de calidad entre sus competidores (procesos de productividad).

- Se recomienda utilizar una motivación mixta en donde se logre identificar el esfuerzo del personal a través de la estrategia de 360 grados que logre analizar todo su entorno y ubicarlo en un mejor puesto de acuerdo a sus estresas y actitudes.

- Debemos identificar si los normativos de la empresa se encuentran actualizadas y entregadas a cada uno según sus áreas para que identifiquen cuáles son sus funciones, tareas y logren el desarrollo organizacional

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.

Plan operativo.

VISIÓN

La MYPE del rubro metal mecánica en el año 2020, Será una de las principales industrias en el mercado, por su excelencia calidad y diseños innovadores con tecnología de punta y productos innovadores; y desarrollo socio económico en el departamento de tumbes.

MISIÓN

Somos una asociación de MYPES de metalmecánica; para satisfacer al desarrollo conforme a las necesidades de nuestros clientes del departamento de tumbes por personal altamente calificado que garantiza una excelente calidad

OBJETIVO GENERAL.

Promover el desarrollo del rubro Metalmecánico en el contexto provincial, a partir de la definición de una política industrial y sectorial, cuyo propósito central sea alcanzar el incremento de la productividad y competitividad de la industria metalmecánica local, expresado en un incremento sostenido del Producto Bruto Geográfico del Sector, del empleo productivo y sostenible, y en la internacionalización de sus productos y servicios.

**Matriz FODA
del sector
metal mecánica**

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>Bajo nivel de inversión en maquinarias</p> <p>Experiencias en las actividades realizadas</p> <p>Buena calidad de los productos, y servicio de la industria.</p> <p>Entrega de pedidos en el tiempo acordado</p>	<p>Poco desarrollo industrial en la región</p> <p>Falta de apoyo de oficial del sector</p> <p>Consumo de energía cara</p>
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>Apoyo del gobierno para la implementación de programas de mejora.</p> <p>Apoyo del gobierno para la implementación de programas de mejora.</p> <p>Posibilidades de financiamiento a MYPES industriales con programas promocionales.</p> <p>Fusión con empresas; buscando inversión.</p>	<p>Dificultades de acceso a financiamiento.</p> <p>Perdida del mercado por falta económica.</p> <p>Bajo poder de negociación de los proveedores.</p> <p>Competencia de los departamentos vecinos.</p>

<p style="text-align: center;">Análisis externo</p> <p style="text-align: center;">Análisis interno</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZA</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p>
<p>OPORTINIDAD</p>	<p>FO F₃ O₃ Implementación de estrategias en el mercado</p> <p>F₄ O₃ Elaboración de base de datos de clientes reales y potenciales</p> <p>F₂ O₁ Ofrecer al mercado productos de alta calidad e innovación</p> <p>F₃ O₃, Aumentar la participación en los mercados.</p>	<p>DO D₂ O₃ Llevar a cabo un plan de mejora de la calidad</p> <p>D₁ O₂ Desarrollo un plan de capacitación mensual al personal</p> <p>D₄ O₂ Elaborar presupuesto anual de ventas, compras, producción-costos.</p> <p>D₃ O₃ Eliminar la maquina obsoleta eh invertir en nuevas tecnologías.</p>
<p>AMENAZAS</p>	<p>FA F₄ A₄ Implementar un sistema de evaluación de proveedores fijos</p> <p>F₂ A₄ Capacitar para conservar las técnicas y mantener al personal motivado</p> <p>F₄ A₃ Participar en ferias industriales en el departamento de Tumbes.</p> <p>F₃ A₁ Desarrollar procesos que mejoren la utilización de la materia prima.</p>	<p>DA D₁ A₂ Medir la calidad de servicio.</p> <p>D₄ A₁ Establecer un programa de reducción de costos operativos.</p> <p>D₄ A₃ Cerrar la elaboración de productos y servicios de alto costo en insumos</p>

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ley n° 28015 ley de promoción y formalización de la micro y pequeña.
2. Plan estratégico regional de exportación de tumbes, (noviembre del 2006).
3. Subauste, R (2013) “caracterización de la competitividad en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013”.
4. Según Gómez (2013) en su tesis “Obtención de ventajas competitivas en empresas inmobiliarias y de construcción de la ciudad de Rosario”.
5. Carpio, C (2013) Realizo una investigación titulada “Planeamiento estratégico para el incremento del nivel competitivo de la Notaría Holgado”.
6. Luna Correa, J, (2012) en su tesis titulada “Influencia del capital humano para la competitividad de las MYPES en el sector manufacturero”.
7. Torres, (2011). En Argentina, el Fondo Nacional para la Creación y Consolidación de Micro Emprendimiento, es un programa a cargo del Banco de la Nación Argentina y el Ministerio de Economía y Producción.
8. Amaya (2003) un plan de capacitación es la Traducción de las expectativas y necesidades de una organización
9. Romer (2014). Realizo una investigación titulada “Lineamientos Estratégicos claves de Competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de la MYPE del sector Artesanal En la Región Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado”, Año (2014).
10. Subauste, R (2013). en su trabajo de investigación denominado: “caracterización de la competitividad en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013 / San Vicente de Cañete”.
11. Palma (2003). motivación y capacitación.

12. Pineda (2001). realizó una investigación titulada: “Factores asociados a la capacitación y la motivación para el trabajo en tres organizaciones diferentes”.
13. Cebreros (1993). La competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas
14. European Management Fórum,(1980). La competitividad industrial es una medida de la capacidad.
15. Mendoza, A (2005). Tesis: “Gestión financiera estratégica para la competitividad de las MYPES del sector comercio”.
16. Porter (1980).la competitividad está determinada por la competitividad.
17. Porter (1985). la estrategia competitiva con las cinco fuerzas competitiva.
18. Bengochea P. (2008) define que la competitividad empresarial.
19. Abdel (2005), define la competitividad como la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios.
20. Cebreros (1993). La competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas.
- 21.. Camisón, (2002). La competitividad asociada al éxito empresarial crea capacidad para competir lo que se traduce en éxito competitivo.
22. Michael Porter (1991). competitivo hoy en día significa tener características especiales .
23. Porter (1982). “La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente”.
24. Thompson (2004: 152). Dice que “la estrategias competitivas de una empresa consiste en los enfoques |e iniciativas empresariales que pone en prácticas para

- atraer a los clientes y satisfacer sus expectativas, soportar las presiones competitivas y fortalecer su propósito en el mercado”.
25. (Porter; 1995:16). La estrategias competitiva consiste en desarrollar una amplia formula de cómo la empresa va a competir.
 26. Hernández, A. (2002) toda empresa, sea pública o privada, para poder realizar sus actividades requiere de recursos financieros.
 27. Díaz,(2009). El mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en una economía cada vez más liberal.
 28. Rodríguez (2000). plantea que es elevar la productividad de los individuos en su trabajo.
 29. Chiavenato (1993). define la capacitación como: Un proceso educativo por medio del cual las personas adquieren conocimientos.
 30. Pineda (2001). Factores asociados a la capacitación y la motivación para el trabajo en tres organizaciones diferentes”.
 31. Dessler (2001). Los programas de capacitación son un instrumento de planificación.
 32. Vizacarra, N. (2009). La capacitación puede ser definida como cualquier inversión en capital humano que aumenta la productividad del trabajador.
 33. Palma (2003). Estudió la motivación y capacitación.
 34. Según el artículo 27 fracción VII de la ley federal del trabajo. “que los trabajadores deben ser capacitados y adiestrados en los términos y los planes establecidos por la empresa”.
 35. Robbins (1998).nos plantea que establecer objetivos de la capacitación.

36. Angel Jhordan Cifuentes García. Los efectos sociales de la capacitación Un factor clave en la motivación
37. (Centty, 2008). MYPE es: “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.
38. Johnson Gerry y Scholes, Kevan. (1999) dice que aunque esta función parece sencilla, los métodos de dirección y liderazgo puede ser de una extraordinaria complejidad.

ANEXO

ANEXOS 01

ENCUESTA DE COMPETITIVIDAD

Estimados colaboradores, la presente encuesta se realiza con el propósito de recopilar información referida para la caracterización de la competitividad y caracterización; por ello te solicitamos nos conteste de manera veraz y ahí poder lograr nuestro objetivo de la Investigación.

INSTRUCCIONES: Marque con (x), la alternativa que corresponde a su respuesta:

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad:

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	ESCALA
Diseñar		
	¿Cuáles son los diseños que aumentan los factores de competitividad en la empresa?	a) Diseños nuevos b) Procesos de mejora C) Nuevas tecnologías
Recursos financieros		
	¿Cuáles son los factores financieros internos que aumentan la competitividad del ingreso?	a) capital corriente b) capital financiero c) otros
Patrón de calidad		
	¿De qué manera la empresa desliza la diferenciación competitividad?	a) Calidad en el servicio b) Productos de alta calidad c) Diseño de productos exclusivos d) Calidad de servicio
Posicionar a la empresa		
	¿Cómo genera en el mercado una diferenciación ante la competencia?	d) Costos e) Calidad C) otros
Crear valor		
	¿La empresa crea o inventa nuevos modelos, o técnicas en el proceso productivo?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

ANEXO 03

ENCUESTA DE CAPACITACION

Estimados colaboradores, la presente encuesta se realiza con el propósito de recopilar información referida para la caracterización de la competitividad y caracterización; por ello te solicitamos nos conteste de manera veraz y ahí poder lograr nuestro objetivo de la Investigación.

INSTRUCCIONES: Marque con (x), la alternativa que corresponde a su respuesta:

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad:

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	ESCALA
Habilidades		
	¿Cuáles son los tipos de capacitación que se realizan en su Mype?	a)Capacitación general b)Capacitación especializada
Cultura		
	¿Cómo involucra y motiva la identidad del personal a la empresa?	a) Motivación intrínseca b) Motivación extrínseca
Calidad de vida		
	¿Realiza una selección interna de su personal para un mejor puesto de trabajo?	e) Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Desarrollo del personal		
	¿Qué tipo de estrategias de capacitación realiza?	a)Estrategias a 360 grados b)Estrategias de cadena de valor
Rentabilidad		
	¿Cómo mide la rentabilidad de cada una de sus áreas?	a)Por objetivo b)Por ratios c)Por porcentaje d)otros
Moral		
	¿Cómo cultiva el respeto y la lealtad de los trabajadores en la empresa?	a)Confianza b)Comunicación c)Liderazgo
responsabilidad		
	¿El personal capacitado es responsable en asumir sus deberes ante sus compañeros (replica)?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

ANEXO 03

PRESUPUESTO DE GASTOS					
	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
				S/.	S/.
	BIENES				S/ 12.00
	Resaltador	Unidad	1	S/ 2.00	S/ 2.00
	Lapiceros	Unidad	3	S/ 1.00	S/ 3.00
	Cuadernos A4	Unidad	1	S/ 4.00	S/ 4.00
	Corrector	Unidad	1	S/ 3.00	S/ 3.00
	SERVICIOS				S/ 120.00
	Movilidad	Global	1	S/ 100.00	S/ 100.00
	Fotocopiado	Unidad	200	S/ 0.10	S/ 20.00
	TOTAL				S/ 132.00

ANEXO 04

EVIDENCIAS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO.

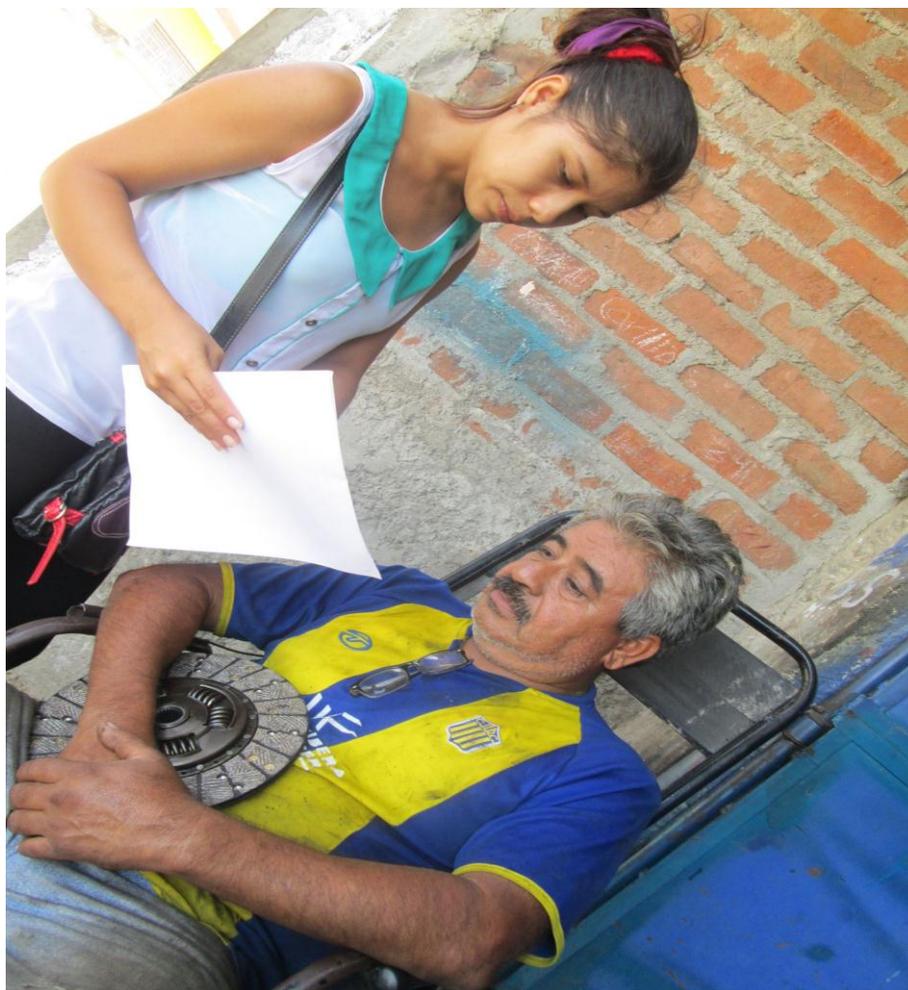


Aplicando la encuesta a los integrantes que conforman la asociación de Metalmecánica

MYPES



Se constata las evidencias de nuestras encuestas aplicadas a los integrantes de la asociación MYPES Metalmecánica.



Aplicando encuestas

ENCUESTA DE COMPETITIVIDAD

Estimados colaboradores, la presente encuesta se realiza con el propósito de recopilar información referida para la caracterización de la competitividad y caracterización; por ello te solicitamos nos conteste de manera veraz y ahí poder lograr nuestro objetivo de la investigación.

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	ESCALA	Profesional 01				Profesional 02				Profesional 03				TOTAL
			2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Diseñar															
1	¿Cuáles son los diseños que aumentan los factores de competitividad en la empresa?	a) Diseños nuevos b) Procesos de mejora c) Nuevas tecnologías													
Recursos financieros															
2	¿Cuáles son los factores financieros internos que aumentan la competitividad del ingreso?	a) Planeación estratégica b) Innovación c) calidad													
Patrón de calidad															
3	¿De qué manera la empresa desliza la diferenciación competitividad?	a) Calidad en el servicio b) Productos de alta calidad c) Diseño de productos exclusivos d) Calidad de servicio													
Posicionar a la empresa															
4	¿Cómo genera en el mercado una diferenciación ante la competencia?	a) Costos b) Calidad c) otros													
Crear valor															
5	¿La empresa crea o inventa nuevos modelos, o técnicas en el proceso productivo?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>													

Pablo Sarratón
Pablo Sarratón
 CONTRADOR PÚBLICO COMPETENTE

Pablo Sarratón
CPCC GLORIA CASTRO DE PEÑA
 Cod. Coleg. 15-0414

Pablo Sarratón
Pablo Sarratón Bocerra Ortíz
 Licenciado en Administración
 C.I.A.U. 07622

ENCUESTA DE CAPACITACION

Estimados colaboradores, la presente encuesta se realiza con el propósito de recopilar información referida para la caracterización de la competitividad y caracterización, por ello te solicitamos nos conteste de manera veraz y ahí poder lograr nuestro objetivo de la investigación.

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	ESCALA	Profesional 01				Profesional 02				Profesional 03				TOTAL
			2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Habilidades															
1	¿Cuáles son los tipos de capacitación que se realizan en su MYPE?	a)Capacitación para el trabajo b)Capacitación de preingreso													
Destreza															
2	¿De qué manera identifica las destrezas de sus trabajadores?	a)Desempeño b)Resultados positivos													
Cultura															
3	¿Cómo involucra y motiva la identidad del personal a la empresa?	a)Motivación intrínseca b)Motivación extrínseca													
Calidad de vida															
4	¿Realiza una selección interna de su personal para un mejor puesto de trabajo?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>													
Desarrollo del personal															
5	¿Qué tipo de estrategias de capacitación realiza	a)Estrategias a 360 grados b)Estrategias de cadena													
Rentabilidad															
6	¿Cómo mide la rentabilidad de cada una de sus áreas?	a)Por objetivo b)Por ratios c)Por porcentaje													
Moral															
7	¿Cómo cultiva el respeto y la lealtad de los trabajadores en la empresa?	a)Confianza b)Comunicación c)Liderazgo													
responsabilidad															
8	¿El personal capacitado es responsable en asumir sus deberes ante sus compañeros (replica)?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>													


Percy A. Estayahuu Peña
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 N.º AT. 81000


Pablo-Basilio Becerra Ortiz
 Licenciado en Administración
 C.I.A.U. 02622