



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES, EN EL SECTOR
DE VENTAS DE ROPAS DE VESTIR PARA DAMAS EN
LA CIUDAD DE TINGO MARÍA, AÑO 2017.**

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

AUTORA:

BR. MARLIZ CATY, MARTÍNEZ DE LA CRUZ

ASESOR:

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUE

TINGO MARIA – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR DE TESIS

DR. GEIDER GRANDES GARCÍA

PRESIDENTE

MGTR. SERGIO OSWALDO ORTIZ GARCÍA

SECRETARIO

LIC. CARLOS RUFINO ISLA HIDALGO

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud al asesor Lic. Nilson Angulo Cachique; por su apoyo, confianza, disposición y dedicación durante las diferentes fases de elaboración del trabajo que aquí se presenta.

A, mis padres:

Quienes me brindaron la fortaleza y su amor que siempre necesite.

DEDICATORIA

A Dios por estar presente en mi vida. A mis padres, mis hermanos, mi esposo Miler Bustillos Gómez, mis hijas, quienes con sus consejos, cariño y apoyo incondicional han logrado darme las fuerzas necesarias para que no me dé por vencida.

A mis hermanos y hermanas por su apoyo, incondicional

A mis familiares y amigos que me animaron en mis estudios.

RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como propósito la caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPES en el rubro de comercialización de ropas de vestir para damas, año 2017, la investigación fue descriptiva, para una población en estudio de veinte y la muestra es doce microempresas, como instrumento se utilizó una encuesta de quince preguntas.

El objetivo es describir y establecer las caracterizaciones de la capacitación y la competitividad de las MYPES, en el rubro comercialización de ventas de ropas de vestir de damas en la en la ciudad de Tingo María, 2017.

Las variables en estudio es la capacitación y la competitividad de las MYPES en la ciudad de Tingo María, se trata la investigación en identificar los beneficios de la capacitación y su influencia en la competitividad.

En un porcentaje relativamente significativo son jóvenes y en su totalidad son del género femenino con una antigüedad más de tres años de iniciar sus MYPES, es decir son emprendedoras que posicionaron sus negocios en el mercado en función a los gustos y preferencias del cliente.

Las micro empresarias en una porcentualidad no se capacitan, pero lo hacen con cierto grado de intuición por informarse de diferentes fuentes para el éxito relativo de sus MYPES, los que se interesaron por las capacitaciones lo hicieron en temas manejo empresarial, interesándose para un mejor desarrollo empresarial en términos de eficiencia y eficacia.

Palabras clave: Capacitación, Competitividad, MYPE.

ABSTRACT

The purpose of the research work was to characterize the training and competitiveness in MYPES in the marketing of clothing for women, year 2017, the research was descriptive, for a study population of twenty and the sample is twelve Microenterprises, as a tool was used a survey of fifteen questions.

The objective is to describe and establish the characterizations of the training and competitiveness of the MYPES, in the marketing of sales of women 's clothing in the city of Tingo Maria, 2017.

The variables under study are the training and competitiveness of the MYPES in the city of Tingo María, the research is about identifying the benefits of training and its influence on competitiveness.

In a relatively significant percentage they are young and in their totality they are of the feminine gender with an antiquity more than three years of starting their MYPES, that is to say they are entrepreneurs who positioned their businesses in the market according to the tastes and preferences of the client.

Microentrepreneurs in a percentuality are not trained, but they do so with some degree of intuition to inform themselves of different sources for the relative success of their MYPES, those that were interested in the training did it in subjects business management, being interested for a better development Efficiency and effectiveness.

Key words: Training, Competitiveness, MYPE.

CONTENIDO

TITULO.....	i
JURADO EVALUADOR DE TESIS.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO	vii
INDICE DE TABLA.....	viii
INDICE DE FIGURA	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	4
2.1. Antecedentes de la investigación.....	4
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	8
2.3. Marco conceptual.....	21
III. METODOLOGÍA	23
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	23
3.2. Población y Muestra.....	23
3.3. Operacionalización de variables.....	24
3.4. Técnicas e Instrumentos	25
3.5. Plan de análisis	25
3.6. Matriz de consistencia	26
IV. RESULTADOS.....	29
4.1. Resultados	29
4.2. Análisis de resultados	33
V. CONCLUSIONES	36
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
ANEXOSANEXO N° 01	41

INDICE DE TABLA

Tabla 1: Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector comercialización – rubro ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María , año 2017.	29
Tabla 2: Perfil de la MYPES: Sector comercialización – rubro ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María , año 2017.	30
Tabla 3: Perfil de la MYPES: Sector comercialización – rubro ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María , año 2017.	31
Tabla 4: Perfil de la MYPES: Sector comercialización – rubro ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María , año 2017.	32

INDICE DE FIGURA

Figura N° 1: Edad de los representantes legales de las MYPES.....	50
Figura N° 2: Género de los representantes de las MYPES.	50
Figura N° 3: Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	51
Figura N° 4: Tiempo a que se dedica esta actividad.....	51
Figura N° 5: Cantidad de personal que cuentan las MYPES.....	52
Figura N° 6: Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPES.....	52
Figura N° 7: Temas que se capacitaron sus trabajadores.....	53
Figura N° 8: Tipo de cursos de capacitación que realizó usted en relación a su MYPES.....	53
Figura N° 9: Tipos de cursos de capacitación que realizó en su especialidad.....	54
Figura N° 10: Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.....	54
Figura N° 11: El vendedor asesora al cliente en las MYPES.	55
Figura N° 12: Entrega del producto, en el menor tiempo posible.....	55
Figura N° 13: Responden a sus consultas o reclamos posteriores al servicio.....	56

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES, en nuestra economía peruana contribuyen a la creación del empleo, reducen la pobreza y aumentan el Producto Bruto Interno; las MYPES esas representan el 99,5%, el 0,5% la gran empresa; las MYPES, es parte fundamental de la economía peruana, estos negocios no son competitivo en el comercio internacional que exige una economía globalizada, los niveles tecnológicos son insuficiente para adaptarse a los flujos nuevos de información. **(Larepublica.pe, 2015)**

Pequeñas y medianas empresas, MYPES, en nuestra economía peruana contribuyen a la creación de empleo, reducen la pobreza y aumentan el producto interno bruto; Las MYPES representan el 99.5% o 0,5% para las grandes empresas; Las MYPES, es una parte fundamental de la economía peruana, estas empresas no son competitivas en el comercio internacional que requiere una economía mundializada, niveles tecnológicos no son suficientes para adaptarse a los nuevos flujos de información

Las MYPES, en nuestra economía peruana contribuyen a la construcción del empleo, reducen la pobreza y incrementan del Producto Bruto interno; las MYPES esas representan el 99,5%, el 0,5% a las empresas grandes; las MYPES, es parte principal de la economía peruana, estos negocios no son competitivo en el comercio en todo el mundo que pide una economía globalizada, los escenarios tecnológicos son insuficiente para ajustarse a los flujos nuevos de información.

La capacitación es la adquisición y reforzamientos conocimientos técnicos, teóricos y pragmáticos que contribuyen al desarrollo de las personas en su desempeño laboral, en actualidad son medios más efectivos en la producción las empresas aseguran la formación

permanente de sus trabajadores en relación a las funciones laborales para desempeñar en el puesto de trabajo donde desarrollan sus actividades. **(Julieta, 2010).**

La competitividad en las MYPES surgió funcionando con en el crecimiento y su entorno socio económico, en comparación a los sistemas en estrategias empresariales. Podemos afirmar que el tema está en desarrollo, está sujeto a diversas interpretaciones y formas de medición; la competitividad nace en el siglo XVII, por teorías del comercio en los aspectos económicos, el principal el iniciador estas teoría fue David Ricardo, estudioso de las ventajas comparativas referente a la capacidad de la empresa para ser competitiva; de conservar o crecer con rentabilidad de sus activos; la competitividad empresarial demanda sus directivos estén abierto al cambio organizacional y tecnológico sus trabajadores o colaboradores en una empresa, está en dar soluciones y para lograr objetivos organizacionales. **(Rojas y Sepúlveda, 1999)**

La venta de ropas de vestir de damas en la ciudad de Tingo María tiene demanda en sus diversas formas en relación al precio y calidad, al gusto y preferencia de los consumidores. Por ende, los negocios que se dedican esta actividad, especialmente se dedican a comercializar modas en ropas de vestir orientados a las damas.

La investigación en estudio tiene el propósito, estudiar las causas de las capacitaciones en las empresas y sus efectos relacionados a la competitividad.

En el enunciado planteamos la siguiente forma:

¿Cuáles son las principales características de la capacitación y competitividad de las MYPES, en el Sector comercialización rubro venta de ropas de vestir de damas en la ciudad de Tingo María, 2017?

El estudio mencionado tiene por objetivo general: describir y establecer las caracterizaciones de la capacitación y la competitividad de las MYPES, en el rubro comercialización de ventas de ropas de vestir para damas en la en la ciudad de Tingo María, 2017. La tesis tiene objetivos específicos: Describir las características de la capacitación de las MYPES, en el sector comercialización rubro de ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María, 2017.

Establecer las caracterizaciones de la competitividad de las MYPES, en el sector comercialización rubro de ventas de ropas de vestir para damas en la en la ciudad de Tingo María, 2017.

La investigación se justifica a razón que las MYPES del rubro de ropas de vestir para damas, se beneficiaran en los temas de capacitación y su repercusión sobre la competitividad comercialización en el ámbito empresarial, teniendo como principal efecto la reducción de los costos, aumento en la rentabilidad y en la clientela mayor satisfacción, esta investigación abrirá puertas en otras estudios académicas y empresariales.

El 50% de los encuestadas responden con mayor rapidez a los reclamos y consultas de sus clientes, lo quiere decir que la mitad de los propietarios de estas microempresarias satisfacen las necesidades del cliente con la finalidad que se lleven la mejor imagen de sus negocios y esto, de alguna forma les genera resultados positivos por que hace que los clientes cumplan sus expectativas respecto a sus consultas y reclamos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes de la investigación.

Hernández, Marulanda & López (2014), Universidad Cooperativa Colombia sede Pereira, tesis Denominado: “Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de MYPES en Colombia”; fue una investigación de características descriptivas, con un universo de 321 MYPES, el instrumento fue cuestionario fue utilizado como encuestas en diversas regiones de Colombia; el mencionado tesista afirma las siguientes conclusiones:

Las MYPES actualmente son competitivo en cierto grado, con una de sus debilidades es en gestión; por lo que es importante desarrollar las capacidades y aptitudes trabajador; los comportamientos de los mercados cada vez son más exigentes, para consumidores con esa tendencia.

Romero (2010), Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración de la Universidad Veracruzana, México, denominado: La capacitación y motivación, herramienta fundamental para conseguir una ventaja competitiva; el tipo la investigación exploratoria, basado en el estudio bibliográfico, como objetivo en la investigación es presentar modelos de herramientas conceptuales que nos permitan emplear en las MYPES por sus líderes organizacionales.

En la tesis el autor llega a las conclusiones conceptuales: permitiendo que a través de la capacitación desarrollen habilidades del potencial humano en las MYPES, la inversión en las organizaciones, las capacitaciones tienen efectos en sus trabajadores y refleja en la competitividad.

Viera (2014), en su tesis de la Universidad los Ángeles de Chimbote, denominada: Caracterización de la capacitación y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio en el rubro materiales de seguridad en la ciudad de Talara en el año 2014, la investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, con una muestra de 09 personas.

Concluyó el investigador: Las edades de los propietarios y representantes de las MYPES, oscilan entre 51 Y 60 años; el 100% de los propietarios y/o representantes legales de las MYPES consideraron la capacitación que es una inversión, el 22% de del personal por cuenta de la empresa, los temas de capacitación para los trabajadores, es a la atención al cliente y las OHSAS.

Gonzales (2013), tesis de la Universidad San Martin de Porres, denominada: Gestión Empresarial y Competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la Victoria - año 2014, la investigación fue de tipo descriptivo y de diseño metodológico transversal, con una población de diez empresas equivalente 240 personas, con una muestra de 155 personas.

Concluyó el investigador: Un alto porcentaje de las empresas no cuenta con una eficiente: tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación, lo deficiente a la gestión empresarial; además la existencia de un deficiente planeamiento, por lo que influyó una inadecuada competitividad en los mercados.

Shupigahua (2016), Tesis realizada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, titulado: Caracterización de la capacitación y la competitividad del micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínico dental en la provincia de Leoncio Prado,

2016; es una investigación descriptiva, para un estudio población de veinte clínicas dentales y una muestra representativa de doce.

El investigador arriba las siguientes conclusiones:

El 41.6% se capacitó el personal; el odontólogo se capacitó en un 25% con tres cursos al año, lo realizó en gestión empresarial en un 50%, El 75 % los dueños de las clínicas odontológicas afirman que la competitividad es importancia.

Flores (2016), Tesis, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, denominado: “Caracterización de financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES en el sector comercio rubro empresas de transportes terrestres de la provincia de Mariscal Cáceres período 2016”; la tesis es del tipo descriptivo, para una población de veinte y para una muestra de doce clínicas dentales.

El autor concluye los siguientes:

“Las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 45% se dedican al negocio por hace más de 3 años respectivamente. El 67% de las MYPES encuestas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 33% Tienen de 6 a 10 trabajadores”.

“Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestadas: el 45% Oscilan entre 45 a 64 años de edad y el 45% entre 30 a 44 años. El 67% son de sexo masculino, y el 33% son femenino. El 45% tiene estudios universitarios, el 22% secundaria completa y el 22% Primaria y sin instrucción un 11%. De las MYPES encuestadas el 60% se formaron con la finalidad de obtener ganancia y el 40% se formó con la finalidad de dar empleo a la familia”.

“El 89% de los gerentes y/o administradores de las MYPES en estudio, si recibieron capacitación previa al otorgamiento de los créditos. El 44% de los microempresarios, manifestaron que se capacitaron tres cursos, el 22% se capacitó dos cursos. El 45% de los representantes de las MYPES, el 100% de su personal fue capacitado en Administración de recursos humanos”.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

Teoría de la capacitación.

La capacitación es la actividad planeada, basada en necesidades en una empresa u organización, está orientada en el cambio del conocimiento, habilidades y actitudes del trabajador. La capacitación en una empresa u organización es una función educativa, donde se satisfacen necesidades, respecto a la preparación y habilidad de los colaboradores en una organización. **(Siliceo, 1996).**

Capacitación, llamado desarrollo de personal, es la actividad realizada en una organización empresarial, enfocando a sus necesidades, busca mejorar actitudes, conocimientos, habilidades y/o conductas de su personal en una organización.

La capacitación consiste en: busca perfeccionar al trabajador en el puesto donde realiza las actividades, en relación a las necesidades de la empresa, con metas definidas y estructuradas. Los cambios influyen en cada persona mejorando las tareas que deben llevar a cabo.

La aplicación de la capacitación por lo general se centra cuatro áreas y son las siguientes:

Inducción, información a los empleados recién ingresados que les brinda, lo realiza el área de Recursos Humanos, que la acción sea uniforme y planificada.

Entrenamiento, es aplicado al personal operativo, por lo general se brinda en el mismo puesto de trabajo, esto se realiza cuando hay novedades, las tareas o funciones son afectadas, cuando hay la necesidad de elevar el nivel de conocimientos del personal operativo.

Formación básica, desarrollan las organizaciones con cierta envergadura; procurando al personal que sea preparado lo suficientemente, con el conocimiento general de la

organización. Por los generales se contratan profesionales jóvenes, que reciben instrucción necesaria sobre la empresa.

Desarrollo de jefes, se trata de desarrollar actitudes, más que conocimientos y habilidades, en las acciones de capacitación, se requiere el compromiso de la gerencia y de los máximos niveles de la organización. Los temas que inciden es como la administración en la conducción de reuniones, análisis situacionales y la toma de decisiones, entre otros.

La planificación se debe realizar convenientemente, tanto en la secuencia y en su contenido de las actividades, para obtener un máximo alineamiento.

Las acciones del proceso de capacitación están dirigidas al mejoramiento de la calidad de los recursos humanos, y buscan mejorar habilidades, incrementar conocimientos, cambiar actitudes y desarrollar al individuo. El objetivo central es generar procesos de cambio para cumplir las metas de la organización.

La capacitación se sustenta en un marco teórico que intenta ejercer su influencia en la constitución de los propósitos, de acuerdo con los valores y objetivos de la organización. Son varias las teorías que históricamente han influido sobre los diversos enfoques de la capacitación, cada una de ellas dirigida a relevar diferentes niveles o áreas de la organización. Se han hecho explícitos sus propósitos y objetivos centrales, y puede decirse que han gozado, en su momento, de un éxito relativo. **(Pinto, 1992)**

Sostiene que la escuela no es el único lugar donde el ser humano se desarrolla como tal; el ser humano aprende y se forma también en otros espacios, prácticas sociales y pedagógicas. Desde esta perspectiva, la lucha por la recuperación del puesto de trabajo que llevan a cabo en la empresa, como así también las relaciones sociales que se establecen entre los

trabajadores y los nuevos modos de organizarse para la producción, pueden leerse como instancias de aprendizaje y formación por fuera del sistema educativo formal; es necesario realizar una de estos espacios como procesos de formación y/o capacitación para el trabajo, desde una lógica distinta y alternativa a lo que tradicionalmente se conocía como capacitación laboral en empresas. **(Arroyo 2001)**

Por qué es necesaria la capacitación

En la actualidad se le ha dado un papel preponderante a la administración del personal, anteriormente, las empresas que tenían mayor acceso al capital y las innovaciones tecnológicas contaban con mayores ventajas competitivas, sin embargo, en la actualidad esto ha cambiado considerablemente. “Hoy, las compañías que ofrecen productos con la más alta calidad son las que van un paso adelante de la competencia, pero lo único que mantendrá la ventaja de la compañía para el día de mañana es el calibre de la gente que esté en la organización” **(Mondey y Noé, 1997, p. 4).**

De alguna forma, se podría decir que: “El principal desafío de los administradores de recursos humanos es lograr el mejoramiento de las organizaciones de la cual forman parte, haciéndolas más eficientes y más eficaces” a través de administrar mejor los recursos humanos, de aquí que, una buena administración de recursos humanos genera beneficios en el sentido de, que si el talento humano es escaso y valioso, se tiene que crear un ambiente de trabajo atractivo para retener al personal contratado y obtener de él el máximo rendimiento. **(Werther y Davis, 1998, p. 8).**

En la actualidad podrían haber muchas oportunidades de empleos, pero no todas las empresas podrían ser muy buenos lugares para trabajar, en muchas de las economías modernas, es más fácil obtener recursos económicos y tecnología de punta que un buen personal, esto significa que la ventaja competitiva la tendrán las empresas que sepan cómo

atraer, seleccionar y retener a sus trabajadores mediante un plan claro y definido de desarrollo personal y laboral.

Establecimiento de objetivos de la capacitación

El desarrollo de los planes y programas de capacitación deberán estar enfocados a:

Los objetivos generales de la capacitación: lo que la organización quiere lograr mediante la capacitación de su personal.

Quién necesita ser capacitado: tanto en lo general como en lo particular, cualquier aprendizaje específico que incremente la efectividad de las funciones del personal o desarrolle las habilidades necesarias.

Los resultados del aprendizaje: lo que se espera que cada persona capacitada sea capaz de hacer y de saber en las diferentes etapas del proceso y al final de la capacitación.

Los principales objetivos a los que debería estar enfocada la capacitación son:

Preparar a las personas para la realización inmediata de diversas tareas del puesto.

Brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo y no sólo en sus puestos actuales, sino también para otras funciones más complejas y elevadas.

Cambiar la actitud de las personas, sea para crear un clima más satisfactorio entre ellas o para aumentarles la motivación y volverlas más receptivas a las nuevas tendencias de la administración (**Chiavenato, 2007, p. 387**).

Una vez que se han definidos los objetivos, se estará en condiciones de desarrollar los planes, seleccionar las metodologías apropiadas y adecuarlos en función de los recursos disponibles o presupuesto. Al definir y establecer objetivos de aprendizaje es recomendable que éstos sean claros, retadores, cuantificables, pero también alcanzables, adecuándolos al área de aprendizaje en que se pretenden aplicar y desde luego, que estén planteados en forma correcta, al igual que las actividades a realizar que permitirán a su vez alcanzarlos y

finalmente, definir y establecer las medidas de control que pudieran facilitar el proceso de evaluación de si fueron o no alcanzados o cumplidos y en qué forma.

Al determinarse los objetivos de la capacitación, se deben definir también los indicadores que permitirán verificar que los programas puedan ser exitosos. Una vez determinados ambos, se deberán enfocar en resultados relacionados con los planes y programas estratégicos de la organización.

Tipos de capacitación.

Por su formalidad.

Capacitación Informal. Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos, muchas de las funciones de un contador incluyen algún tipo de capacitación. Una retroalimentación constructiva puede mejorar el desempeño de un colaborador de una manera más efectiva que la capacitación formal.

Capacitación Formal. Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica. Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

Por su naturaleza.

Capacitación de Orientación: para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo en caso de los colaboradores ingresantes.

Capacitación Vestibular: Es un sistema simulado, en el trabajo.

Capacitación en el trabajo: practica en el trabajo.

Entrenamiento de aprendices: período formal de aprendizaje de un oficio.

Entrenamiento técnico: es un tipo especial de preparación técnica del trabajo.

Capacitación de supervisores: aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño de funciones gerenciales.

Otros tipos: cualquier situación poco usual no inclinada anteriormente.

Por su nivel ocupacional

Capacitación de Operarios

Capacitación de Obreros Calificado

Capacitación de Supervisores

Capacitación de Jefes de Línea

Capacitación de Gerentes.

La capacitación como inversión

Muchos gerentes de MYPES consideran que los recursos que se dirigen a la actualización de sus ejecutivos y capacitación de sus empleados son un gasto y se muestran reacios a ofrecer estos cursos escudándose en el argumento de que una vez capacitados los empleados se van para otras empresas, ésta débil razón puede ser enfrentada con que si no es peor tener a esos empleados sin capacitación trabajando en su empresa.

En los últimos años hemos observado un incremento en el interés por las personas que integran las organizaciones, y hemos podido comprobar también, cambios y evoluciones tanto en las áreas de Capacitación y Desarrollo como en RR.HH.

Por estudios realizados a nivel mundial, se sabe que la capacitación del personal aumenta la motivación y por ende, la productividad; vale aclarar que, siempre y cuando, dicha capacitación sea significativa tanto en lo personal, en el aumento de la empleabilidad adquirida y en la contribución a la Empresa.

Hoy la capacitación resulta uno de los factores que hacen a la ventaja competitiva en los procesos de renovación y creación de organizaciones flexibles, junto con esta visión aparece la necesidad de resignificar la concepción misma de la capacitación, ligándola al trabajo, evaluando tanto paulatinas mejoras como evidencias de impacto.

Modelos de Capacitación

Constituye como un sistema de conocimientos sintetizados que integra las regularidades y concatenaciones que esencial en la realidad que: describe, explica y predice, principalmente el funcionamiento de un conjunto determinado de componentes, por tanto, siendo la abstracción y el reflejo de la realidad, esto se desarrolla en lo siguiente:

Motivación al sujeto, cualquier sistema que el objeto de estudio sea el ser humano, que debe incentivar a participa.

Universalidad, el desarrollo de un determinado modelo presupone su generalidad, aspectos que no necesariamente es posible alcanzar, por la complejidad de la dimensión de los procesos o fenómeno que describe.

Abarcar a todos los miembros de la empresa, en un enfoque moderno, coloca al ser humano en el centro de todos los procesos de la empresa, estos sistemas que establezca la empresa deben ser por igual para todos.

Proporcionar los conocimientos que contribuyan a mejorar el desempeño, el aspecto que debe señalar por su importancia es incluir el conocimiento que la empresa requiere por su actividad y sus características.

Amplitud de visión, los programas de capacitación son aquellos aspectos específicos referente a la actividad del sujeto y el perfil de la organización empresarial, asegurándose que n se incremente los costos.

Promover el dominio de las tecnologías de avanzada, la innovación tecnológica es la esencial característica del entorno actual, por lo que el dominio es profundidad de las herramientas del trabajo, principalmente en las técnicas informáticas que constituye, prioridades en las empresas modernas.

Promover la comunicación, los riesgos que enfrenta la empresa contemporánea es la incomunicación, por lo que los medios comunicación, técnicos disponibles permiten intercambios de información, que es importante en la empresa.

Alcanzar los objetivos antes señalados a un costo razonable, Este sistema requiere que los procedimientos y canales de información, son indispensables para evaluar el impacto en la empresa y los costos incurridos.

Teoría de la competitividad

La competitividad se determina por la productividad, determinada por el valor del producto medido la unidad de trabajo o capital. Competitividad es identificar los factores determinantes que las empresas y la generación del valor añadido como valor se venta en el mercado, estos factores tienen que ser sostenibles en el mediano y largo plazo. (**Porter, 1980**).

La competitividad de la empresa depende de las situaciones locales y las estrategias empresariales, donde estas permiten aprovechar oportunidades y la generación de entornos, donde la meta es alcanzar ventaja competitiva internacional. (**Porter, 1995**).

Las cinco fuerzas competitivas de Porter

Poder de negociación de los Compradores o Clientes, se refiere a la amenaza, que la industria, por parte de los proveedores, a causa del poder que estos disponen, sea por el nivel de concentración de los insumos que proveen las empresas.

Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores, estos se reflejen en el costo de la industria entre otros, estos son algunos factores: cantidad de proveedores, poder de decisión respecto al precio por parte del proveedor, nivel de organización de los proveedores.

Amenaza de nuevos competidores entrantes, consiste en las barreras de entrada de nuevos productos y/o competidores, Cuanto más fácil es entrar, la amenaza será mayor; Porter identificó siete barreras de entradas que podrían efectuarse como ventaja competitiva: economías de escala, diferenciación del producto, Inversiones de capital, desventaja en los costes independientemente de la escala, Acceso a los canales de distribución, política gubernamental, Barreras de entrada.

Amenaza de productos sustitutos, esto se refiere, a los mercados donde existen muchos productos iguales o similares, teniendo como efecto la baja rentabilidad. Podemos citar, los siguientes factores: propensión del comprador a sustituir, precios relativos de los productos sustitutos, costo o facilidad del comprador, nivel percibido de diferenciación de producto o servicio, disponibilidad de sustitutos cercanos, suficientes proveedores.

Rivalidad entre los competidores; se refiere, la fuerza y rivalidad entre los competidores. La rivalidad afecta a la rentabilidad, cuanto menos sean los competidores, será más rentable y viceversa.

Porter identificó las siguientes barreras: gran número de competidores, costos fijos, falta de diferenciación, competidores diversos, barreras de salidas.

Las Fuerzas Competitivas orientan a las Estrategias, en el valor que la empresa que es capaz de adherir y crear compradores, que exceda al costo de la empresa por crearlo. Se considera la competitividad, como competitividad interna, referente a la empresa y como competitividad externa, con respecto a los mercados y sus entornos. **(Porter, 2009).**

Ventaja competitiva, fundamentalmente se basa en los siguientes:

Liderazgo por costos: Significa lograr que el productor tenga los más bajos costos en su empresa o industria. Los líderes de costos deben lograr la paridad, o por lo menos se deben aproximarse, esto deben estar en función a la diferenciación, con el fin de consolidar ventaja competitiva.

Diferenciación: cualidades apreciada por los compradores. Las áreas que la diferenciación enfoca son: producto, distribución, ventas, comercialización, servicio, imagen, entre otros.

Los enfoques, en dos variantes: Enfoque por costos y Enfoque por diferenciación.

La ventaja competitiva, empresarialmente la principal característica, es poder competir.

Estrategia Competitiva, El mundo cambiante y, en el contexto de la competitividad global en la economía con tendencia hacer más liberal, que es necesario un cambio total enfocado en la gestión de las organizaciones.

Los cambios en las empresas se orientan elevar índices de productividad, lograr una eficiencia mayor y brindar servicio de calidad, obliga a los líderes organizacionales que adopten modelos de administración participativa, los recursos humanos como elemento central, trabajando en equipo y alcanzar la competitividad en una creciente demanda de productos de calidad óptima y de servicios, eficiente, rápido.

Las cinco fuerzas competitivas se amoldan a la competencia de un sector donde el resultado es la rentabilidad en las industrias o empresas, influenciando a la competencia en el largo plazo.

Las estructuras son tan importantes en las estrategias para posicionarse como empresa, es decir posicionamiento estratégico eficaz.

Las fuerzas moldean a la competencia

Las fuerzas más relevantes, en las fuerzas competitivas son:

Amenaza de entrada: Las empresas entrantes en determinados sectores introducen capacidades y participación de mercado cada vez mayor, ejerce influencia sobre los precios, costos y la tasa de inversión que es necesaria para competir. Los nuevos competidores apalancan capacidades y flujos de caja para aventajar a la competencia diversificando desde otros mercados influenciados. La amenaza de nuevos entrantes

limita la rentabilidad potencial del sector. Cuando la amenaza tiene tendencia a hacer alta, las empresas deben conservar los precios bajos o aumentar la inversión para atemorizar a los nuevos competidores. Por ejemplo, las barreras de entrada en el sector minoristas son relativamente bajas, por lo cual deben invertir en modernizar sus establecimientos y mejorar sus ofertas.

La amenaza de nuevos entrantes en un sector depende de las alturas o barreras de entrada en las empresas, la reacción que los nuevos competidores equiparan a los actuales.

En el caso de las barreras de entrada que son bajas y los recién incorporados esperan represalias no significativas por parte de las empresas posicionadas, si la amenaza de nuevas empresas entrantes es alta y la rentabilidad será moderada del sector.

Competencia y valor: Las fuerzas competitivas influyen en la competencia en el sector. La estrategia de los líderes en las empresas está más allá de los rivales existentes, por lo que será capaz de detectar amenazas competitivas y estará mejor preparado para afrontarlas.

Por lo que es importante conocer las estructuras, pueden presentarse oportunidades en función: diferencias de los clientes, proveedores, sustitutos, posibles entrantes, y rivales que transformen la base para estrategias claras en un buen desempeño superior. En el contexto donde las competencias son abiertas y el cambio es implacable, es más importante en establecer estrategias de reducir el impacto de la competencia.

Comprender las estructuras del sector es importante para los inversionistas y sus ejecutivos. Las cinco fuerzas competitivas miden, donde el sector que se orienta es verdaderamente atractivo, por lo que a los inversionistas les ayuda a anticipar cambios positivos o negativos en las estructuras del sector donde participan antes de que se

manifiestan. Las cinco fuerzas competitivas evidencian los problemas de corto plazo, permitiendo a los inversionistas evaluar ventajas y desventajas.

Aquellas organizaciones empresariales cuyas estrategias tienden en el potencial de transformar los sectores donde se posicionan, esto mucho más visibles en sus percepciones. La manifestación estratégica acerca de la competencia, es lograr el éxito en las inversiones, proyecciones.

2.3. Marco conceptual.

MYPES

La legislación peruana define a las MYPES como “la unidad económica y operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de una organización o gestión empresarial contemplada en una legislación vigente, con la finalidad de desarrollarse actividades de la comercialización de los bienes, prestación de los servicios, extracción, transformación, y de producción sea industrial o artesanal de bienes”.

Competitividad

La competitividad se determina en la productividad, determinada por el valor y el producto medido en la unidad de trabajo o capital. (**Porter, 1980**).

Capacitación

La capacitación es una actividad planeada, basada en las necesidades en una empresa u organización, está orientada en el cambio de conocimientos, habilidades y las actitudes del trabajador. (**Siliceo, 1996**).

Ropa

Ropa es el nombre genérico que reciben todas las prendas de vestir. Se trata de los productos confeccionados con sus distintas clases de tejidos para cubrirse en el cuerpo y abrigarse.

Empresa

Definen la empresa como la entidad, mediante la organización constituidos por elementos humanos, materiales, técnicos y financieros que suministra bienes o servicios por el cambio de un precio, permitiendo la reposición de los recursos empleados y la consecución de objetivos predeterminados. (**García y Casanueva, 2002**).

Organización

Son sistemas abiertos cuyas que están relacionadas entre sí y su medio ambiente. La naturaleza se relaciona interdependiente debido sus partes del sistema, afectan mutuamente. **(Goldhabel, 1994)**

Administración de Recursos Humanos

Es el proceso de ayudar a los empleados a alcanzar un nivel de desempeño y una calidad de conducta personal y social que cubra sus necesidades y las de su organización

Estrategia competitiva

Es la relación de la empresa con su medio ambiente, comprende acciones ofensivas como defensivas, para establecer una posición defendible frente a cinco fuerzas competitivas del sector industrial empresarial en la que está presente, con la finalidad de obtener rendimiento significativo sobre la inversión empresarial. **(Porter, 1980)**

Eficiencia

Significa uso correcto de los recursos disponibles, se definirse mediante la ecuación algebraica, $E=P/R$, donde: P, se les denomina productos resultantes y R, son los recursos utilizados en una organización.

III. METODOLOGÍA

Conjunto de procedimientos racionales que son utilizados para alcanzar el objetivo o los objetivos que preside en una investigación científica, una exposición concerniente a una doctrina. (Echevarría, 2006).

3.1. Tipo y nivel de Investigación

Tipo de investigación

El tipo de investigación fue descriptivo, cuantitativo, se basa en la recolección de datos posteriormente los resultados se analizaron y utilizaron, procedimientos relacionados con la estadística, de igual manera hicieron con los instrumentos de medición.

Nivel de investigación

La investigación fue del nivel descriptivo, debido a que se limitó a describir las características de las principales variables en estudio.

3.2. Población y Muestra.

Población

La población está constituida por las veinte MYPES, que realizan comercialización de ropas de vestir para damas, en la provincia de Leoncio Prado.

Muestra

La muestra es de doce microempresas que se dedican a la comercialización en la provincia de Leoncio Prado.

3.3. Operacionalización de variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los propietarios, administradores y representantes legales de las MYPES	Características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES.	Edad	Razón: • Años.
		Grado de instrucción	Nominal: • Primaria. • Secundaria. Superior no universitario.
		Años de permanencia en la actividad y el rubro	Razón: • 1 — 2 años. • 2 — 3 años. • 3 — a más años.
		Estructura de la empresa	Nominal: • Formal. • informal.
Perfil de las MYPE	Algunas características de las MYPE.	N° de trabajadores en la empresa	Razón: • De 1— 5 trabajadores. De 6 a más trabajadores.
		Analizar la situación actual Analizar causas	Likert
		Implementar soluciones	Likert
Capacitación de los microempresarios	Características de las capacitaciones en temas empresariales	Medir cantidad de capacitación en relación a los cursos.	Likert
		Verificación y Mejoramiento permanente	Likert
Competitividad de las MYPE.	Algunas características de la	Conocimiento del término competitividad	Nominal: • Sí. • No.

	competitividad de las MYPE	Empresa Competitiva	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Sí. • No.
		Potencial competitivo de la empresa	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Atención de quejas. • Solución a los problemas.

3.4. Técnicas e Instrumentos

La encuesta fue el instrumento en esta investigación conformada por quince ítems, encaminados a indagar sobre la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPES del sector en las ventas en la provincia de Leoncio Prado del año 2017.

3.5. Plan de análisis

Recopilados los datos, se tabularon y grafican ordenando los datos de acuerdo a las variables. Se realiza el análisis y la interpretación empleando el programa Excel 2010.

3.5.6. Matriz de consistencia de Caracterización de Capacitación y la Competitividad

Título de tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Tipo y nivel de la investigación	Universo o Población	Variables
<p>Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPES, en el sector de ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María, año 2017.</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la capacitación y competitividad de las MYPES, en el Sector comercialización rubro ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María, 2017?</p>	<p>Objetivo general: describir y establecer las características de la capacitación y la competitividad de las MYPES, en el rubro comercialización de ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María, 2017. La tesis tiene objetivos</p>	<p>No experimental : La investigación no ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándose tal como se mostraron dentro de su contexto. Descriptivo : La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las</p>	<p>La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector comercial, rubro ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María, que suma un total de 12 personas.</p>	<p>Capacitación Competitividad</p>

		<p>específicos: Describir las características de la capacitación de las MYPES, en el sector comercialización rubro ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María, 2017.</p> <p>Establecer las caracterizaciones de la competitividad de las MYPES, en el sector</p>	<p>variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.</p>		
--	--	---	---	--	--

		comerciali zación rubro ventas de ropas de vestir para damas en la en la ciudad de Tingo María, 2017.			
--	--	--	--	--	--

IV. RESULTADOS

4.5. Resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector comercialización – rubro ventas de ropas de vestir para damas de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Datos generales:		
Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 35 años	7	58,0
36 a 50 años	2	17,0
De 51 años a más	3	25,0
Total	12	100,0
Género		
Masculino	0	00,0
Femenino	12	100,0
Total	12	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	00,0
Primaria	0	00,0
Secundaria	0	10,0
Superior no universitaria	8	67,0
Superior Universitaria	4	33,0
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector comercialización – rubro ventas de ropas de vestir para damas de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Tabla 2: Perfil de la MYPES: Sector comercialización – rubro venta de ropa de vestir para damas de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Perfil de las MYPES:		
Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje
Un año	0	00,0
Dos años	0	00,0
Tres años	8	63,0
Más de tres años	4	33,0
Total	12	100,0
Trabajadores		
1 a 5	10	83,0
6 a 10	2	17,0
11 a 15	0	00,0
16 a 20	0	00,0
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector comercialización – rubro venta de ropa de vestir para damas de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Tabla 3: Perfil de la MYPES: Sector comercialización – rubro venta de ropa de vestir para damas de la ciudad de Tingo María, año 2017.

De la capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPE		
Si	6	50,0
No	6	50,0
Más o menos	0	00,0
Total	12	100,0
Temas que se capacitaron sus trabajadores.		
Gestión empresarial	0	00,0
Gestión financiera	0	00,0
Manejo de crédito	0	00,0
Prestación de mejor servicio	4	33,0
Ninguno	8	67,0
Total	12	100,0
Tipo de cursos de capacitación que realizó usted en relación con su MYPE		
Manejo empresarial	6	50,0
Administración de R.H	0	00,0
Marketing empresarial	0	00,0
Ninguno	6	50,0
Total	12	100,0
Tipos de cursos de capacitación que realizó en su especialidad.		
Moda Avon	3	25,0
Tipos y calidades de telas	3	25,0
Ninguno	3	50,0
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector comercialización – rubro venta de ropa de vestir para damas de la ciudad de Tingo María, año 2017.

Tabla 4: Perfil de la MYPES: Sector comercialización rubro venta de ropa de vestir para damas de la ciudad de Tingo María, año 2017.

De la competitividad	Frecuencia	Porcentaje
Competitividad para el buen desempeño de las MYPE		
Aprueba	12	100,0
Desaprueba	0	00,0
Total	12	100,0
El vendedor asesora al cliente en las MYPE		
Si	12	100,0
No	0	00,0
Total	12	100,0
Entrega del producto, en el menor tiempo posible.		
Mayor frecuencia	12	100,0
Menor frecuencia	0	00,0
Poca frecuencia	0	00,0
Total	12	100,0
Responden a sus consultas o reclamos posteriores al servicio.		
Mayor frecuencia	6	50,0
Menor frecuencia	4	33,0
Poca frecuencia	2	17,0
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector comercialización – rubro venta de ropa de vestir para damas de la ciudad de Tingo María, año 2017

4.2. Análisis de resultados

Respecto a los datos generales de los encuestado (Ver Tabla 03): El 58,0% de los representantes en las MYPES encuestadas, se encuentra en el rango de edades de 20 a 35 años, el 17,0% de los encuestados se encuentra dentro del rango de 36 a 50 años y el 25,0% de las personas encuestadas están en el rango de más de 51 años, pero a su vez coincide con lo hallado por **Flores (2016)**, donde la edad prevalece entre 18 y 44 años en 71% de los representantes legales de las MYPES.

El 100,0% de los representantes en las MYPES encuestadas del sector comercialización de ropa de vestir de damas son de sexo femenino.

Perfil de las MYPES (Tabla 04), Las MYPES son micro organizaciones empresariales que se desarrollan dentro de un contexto familiar de subsistencia o auto empleo, para desarrollarse necesitan formalizarse. “La formalización es un proceso que hoy en día subsiste en muchas organizaciones, por lo que se hace necesario estudiar su naturaleza, propiedades, variables y su acción con el individuo, para entender el funcionamiento de gran parte de las organizaciones variando en ellas según el grado de formalización que emplean”. (**Arbaiza, 2011**).

El 63% de los microempresarios encuestados, manifiesta que sus negocios tienen una antigüedad de tres años, lo que significa que los negocios son jóvenes, y no están consolidados al 100%, por lo que pueden mantenerse en el tiempo o declinar.

Y el 33,0% de los microempresarios encuestados, manifiestan que sus negocios tienen más de 3 años de antigüedad, más de tres años. Por lo que se podría decir que son negocios consolidados, con segmentos de clientes establecidos.

De la Capacitación (Ver Tabla 05): el desarrollo de las destrezas y habilidades de los trabajadores y/o personas que dirigen las organizaciones empresariales, por lo que es necesario realizar las capacitaciones. “La capacitación es la actividad planeada, basada en necesidades en una empresa u organización, está orientada en el cambio del conocimientos, habilidades y actitudes del trabajador. La capacitación en una empresa u organización es una función educativa, donde se satisfacen necesidades, respecto a la preparación y habilidad de los colaboradores en una organización”. (Siliceo, 1996).

En la ciudad Tingo María los resultados de la encuesta manifiestan, se refleja de la siguiente manera: De los 12 encuestados de la muestra poblacional; afirman en un 50% recibieron capacitaciones y el otro 50% no lo recibieron, es decir están dividido en partes proporcionales y esto refleja la importancia que tiene la capacitación en las MYPES; para la venta de ropa de dama.

En cuanto a la capacitación que recibió el personal que atiende en los establecimientos de venta de ropa el 33,0% afirma que recibió capacitación en Prestación de mejor servicio, y el 67% contesto que no recibieron ningún tipo de capacitación, esto confirma que en las MYPES de venta de ropa de menores no dan importancia a sus capacitaciones; el 67% de los encuestados afirma que no se interesaron en capacitarse y el 33,0% los que lo hicieron fue en manejo empresarial; los que se capacitaron en sus especialidades en relación al rubro comercial indicaron que en un 25% lo realizaron en modas de la marca Avon, en tipos de calidades de telas en un 25% y los que no se capacitaron en ninguna referente a su especialidad, representa el 50,0% de la población encuestada.

De la competitividad, (Tabla 06); La competitividad está basado en obtener rentabilidad en un mercado en función a sus competidores. “La competitividad se determina por la

productividad, determinada por el valor del producto medido la unidad de trabajo o capital. Competitividad es identificar los factores determinantes que las empresas y la generación del valor añadido como valor se venta en el mercado, estos factores tienen que ser sostenibles en el mediano y largo plazo”. (**Porter, 1980**).

Los encuestados al 100,0% aprueban que es necesario la competitividad, para el buen desempeño de las MYPES. Manifiestan que para realizar una venta asesoran al cliente y entregan sus productos en el menor tiempo posible; según sus necesidades y tendencias respecto a la prenda que va a adquirir.

De los encuestados el 50,0% responde y absuelve las consultas o reclamos posteriores con mayor frecuencia, es decir la mitad de estos propietarios reciben ciertos reclamos y tratan de subsanar y la otra mitad son más cuidadosos en la atención y el cumplimiento de las promesas con sus clientes

El 33% de las personas encuestadas realiza con menor frecuencia la absolución de Consultas y reclamos y un 17% no absuelve los reclamos y consultas posteriores a las ventas; los propietarios de las MYPES se preocupan de sus clientes en términos promedios en atenderles como ellos desean, de acuerdo a las posibilidades del negocio, se interesan de las deficiencias que puedan tener y a resolver los problemas que se presentan y de esta manera dar mayor grado de satisfacción de sus clientes..

V. CONCLUSIONES

El 58,0% de los representantes en las MYPES encuestadas, se encuentra en el rango de edades de 20 a 35 años, el 100,0% de los representantes en las MYPES encuestadas del sector comercialización de ropa de vestir para damas son de sexo femenino El 63% de los microempresarios encuestados, manifiesta que sus negocios tienen una antigüedad de tres años; denotando que en un porcentaje relativamente significativo son jóvenes y en su totalidad son del género femenino con una antigüedad más de tres años de iniciar sus MYPES, es decir son emprendedoras que posicionaron sus negocios en el mercado en función a los gustos y preferencias del cliente.

El 67% contestó que no recibieron ningún tipo de capacitación y el 33,0% los que lo hicieron fue en manejo empresarial; de esto podemos percibir que las micro empresarias en una porcentualidad no se capacitan, pero lo hacen con cierto grado de intuición por informarse de diferentes fuentes para el éxito relativo de sus MYPES, los que se interesaron por las capacitaciones lo hicieron en temas manejo empresarial, interesándose para un mejor desarrollo empresarial en términos de eficiencia y eficacia.

los que se capacitaron en sus especialidades en relación al rubro comercial, indican que en un 25% realizaron en modas de la marca Avon, otro porcentaje de 25% se capacitaron en tipos y calidades de telas, lo que quiere decir que la mitad de la población encuestada, se interesan en recibir capacitaciones en relación a su negocios con la finalidad de ser competentes en su rubro ya que hoy en día la moda y las tendencias van de la mano con el éxito es por ello que las microempresarias se ven en la necesidad de capacitarse para poder ser eficientes en su rubro y mejores dentro del mercado, por otra parte tenemos a un 50% que no se capacitaron en ningún tema referente a su especialidad, eso no quiere decir que no están interesadas en crecer pues ellas manejan sus negocios de acuerdo a sus

intuiciones teniendo en cuenta que hoy en día la moda y las tendencias sobre salen dentro del mercado.

De la competitividad

Un 100% de los encuestados manifiestan que para tener un buen desempeño dentro de sus MYPES es necesario ser competentes, para ello se ven en la necesidad de ser más estratégicos con sus clientes asesorándolos según sus necesidades y consultas ya sea en la entrega los productos que van adquirir y atendiéndolos de la mejor manera y con el menor tiempo posible.

El 50% de los encuestadas responden con mayor rapidez a los reclamos y consultas de sus clientes, lo quiere decir que la mitad de los propietarios de estas microempresarias satisfacen las necesidades del cliente con la finalidad que se lleven la mejor imagen de sus negocios y esto, de alguna forma les genera resultados positivos por que hace que los clientes cumplan sus expectativas respecto a sus consultas y reclamos.

Referencias bibliográficas

- Arroyo, M. (2001)** “Educación en tiempos de exclusión”. En Gentili y Frigotto (comp.): La ciudadanía negada. Políticas de exclusión en la educación y el trabajo. Colección Grupo de Trabajo. CLACSO, Buenos Aires.
- Chiavenato, I. (2004). Introducción a la Teoría General de la Administración», Séptima Edición, McGraw-Hill Interamericana, 2004
- Chiavenato, Idalberto (2007)**. Administración de personal, el capital humano de las organizaciones, 8ª edición, Mc Graw-Hill, México, d. F., 2007.
- Chruden, S. (1987). Administración de Personal. Editorial South-Western Publishing, 1987
- Cybertesis.unmsm.edu.pe, (2016). La capacitación. [Extraído el 10 de mayo de 2017]
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2615/1/Mayuri_bj.pdf
- Flores, J. (2016). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote: Caracterización de financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES en el sector comercio rubro empresas de transportes terrestres de la provincia de Mariscal Cáceres período 2016 Universidad Católica los ángeles de Chimbote, 2016
- Goldhabe, G. (1994). Comunicación Organizacional, Editorial Diana México, Sexta impresión, 1994
- Gonzales, J. (2013). Universidad San Martín de Porres: Gestión Empresarial y Competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la Victoria - año 2013, Universidad San Martín de Porres, Perú, 2013
- Hernández, A; Marulanda, E; López, M. (2014). análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de MYPES en Colombia, Universidad Cooperativa Colombia sede Pereira 2014
- Larepublica.pe, (2016). Las MYPES. [Extraído el 07 de mayo de 2017]
<http://larepublica.pe/impresia/economia/1409-las-MYPES-y-la-economia-peruana>
- MYPESss.blogspot.pe, (2014). las MYPES. [Extraído el 08 de mayo de 2017]
<http://MYPESss.blogspot.pe/2014/08/concepto-titulo-valor.html>.

- Mondey, R. Wayne y Noe, Robert M.**, Administración de personal, 6ª edición, Prentice Hall, México, D. F., 1997.
- Pinto, R.** (1992), Proceso de capacitación, México, Diana.
- Porter, M. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press, 1980.
- Porter, M; Linde, V. (1995). Claas Towards a New Conception of the Environment.
- Rojas, P; Sepúlveda S. (2016). Rojas Patricia y Sepúlveda Sergio, ¿Qué es la competitividad?, San José, 1999.
- Romero, K. (2010). “La capacitación y la motivación como herramienta para conseguir una ventaja competitiva, Universidad Veracruzana, México.”, [Extraído el 10 de junio de 2017] <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/28840/1/Romero%20Reyes.pdf>
- Shupingahua, E. (2016). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote: Caracterización de la capacitación y la competitividad del micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínico dental en la provincia de Leoncio Prado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, 2016.
- Siliceo, A. (1996). Capacitación y Desarrollo del Personal. Editorial Limusa. México, 3ra Edición, 1996.
- Tingomariaperu.com, (2016). Área geográfica. [Extraído el 19 de mayo de 2017] <http://tingomariaperu.com/datosgeograficos.php>
- Users.com, (2016). Ventaja competitiva. [Extraído el 18 de mayo de 2017] <file:///C:/Users/Lic.%20Carlos/Desktop/Tesis-titulacion-1/Tesis%20gestion%20y%20competitividad%20peru%20-%20copia.pdf>
- Viera, J. (2014). Universidad los Ángeles de Chimbote: Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio en el rubro materiales de seguridad en la ciudad de Talara en el año 2014.

Werther, Jr., William B. y Davis, K. Administración de personal y recursos humanos, 4ª edición, Mc Graw-Hill Interamericana de México, México, D. F., 1998.

Wikipedia.org, (2016). Empresa [Extraído el 19 de mayo de 2017]
<https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n>

Wikipedia.org, (2016). La competitividad de la empresa. [Extraído el 15 de mayo de 2017]
https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas.

ANEXOS

**ANEXO N° 01
CUESTIONARIO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta aplicada a los dueños, gerentes o representantes legales de las MYPES del ámbito de estudio.

El presente Cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES, EN EL SECTOR DE VENTA DE ROPAS DE VESTIR PARA DAMAS EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA, AÑO 2017.**

ENCUESTA

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestador(a):.....Fecha:...../...../.....

A. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES

1. Edad del representante legal de la empresa:

- a) De 20 a 35 b) De 36 a 50 c) De 51 a más

2. Género del representante legal de la empresa:

- a) Masculino..... b) Femenino.....

3. Grado de instrucción del representante legal de la empresa:

- a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Instituto e) Universidad

B. RESPESCTO AL PERFIL DE LAS MYPES

4. Tiempo a que se dedica esta actividad

- a) Un año b) Dos años c) Tres años d) Más de tres años

5. Cantidad de personal que cuenta las MYPES

- a) 1 a 5 b) 6 a 10 c) 11 a 15 d) 16 a 20 e) Más de 20

C. RESPECTO A LA CAPACITACIÓN

6. Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPES

- a) SI.... b) NO....

7. Temas en que se capacitaron sus trabajadores

- a) Gestión empresarial..... b) Gestión financiera..... c) Manejo de crédito.....
d) Prestación de mejor servicio..... e) Ninguno.....

8. Tipo de cursos de capacitación que realizó usted en relación a su MYPE

- a) Manejo empresarial..... b) Administración de RR.HH.... c)Marketing empresarial....
d) Ninguno....

9. Tipos de cursos en su especialidad

.....
.....

D. Respecto a las características de la competitividad.

10. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES:

Aprueba: a) Si..... b) No.....

11. El vendedor asesora al comprador en las MYPES:

a) Si..... b) No.....

12. Entrega del producto al cliente con la menos demora posible:

a) Mayor frecuencia..... b) Menor frecuencia..... c) Poca frecuencia.....

13. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra:

a) Mayor frecuencia..... b) Menor frecuencia..... c) Poca frecuencia.....

Tingo María, junio del 2017

ANEXO N° 02



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

Tingo María, Julio 2017

CARTA N°0033-2017-D-EPE-ULADECH Católica

Señor:

Representante:

Presente

Asunto: Permiso para aplicación de encuestas

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole nuestro cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que nuestros estudiantes egresados de la Carrera Profesional de Administración de empresas, se encuentran realizando el curso de Titulación por Tesis, con la finalidad de optar el Título profesional de Licenciada en Administración.

Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: **“Características de la capacitación y competitividad de las MYPES, en el Sector de venta de ropas de vestir para damas en la en la ciudad de Tingo María, 2017”** los resultados de la investigación realizada serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios una vez al año.

Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas de recogida de información a nuestra estudiante:

MARLIZ CATY, MARTÍNEZ DE LA CRUZ

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de la formación de educadores, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.

ANEXO N° 03
CRONOGRAMA

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN			
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Estudio de la Bibliografía				
Estudio del Abordaje Teórico-metodológico				
Elaboración del Proyecto				
Pruebas de los Instrumentos de Investigación				
Ejecución del Proyecto				
Análisis de Datos				
Interpretación de los resultados				
Elaboración del informe				

ANEXO N ° 04

PRESUPUESTOS

PRESUPUESTO INVERTIDO DURANTE LA ELABORACIÓN DE LA TESIS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MATERIALES DE ESCRITORIO				
Papel Bond A4 80 grs.	500 hojas	2	15.00	30
Bolígrafo	Unidad	4	1.00	4
Lápiz	Unidad	2	0.70	1.4
Clips mariposa de metal	Unidad	1	1.50	1.5
Perforador	Unidad	1	18.00	18
Engrapador	Unidad	1	22.00	22
USB - 4GB	Unidad	1	25.00	25
Folder manila	25 unidades	1	10.00	10
Laptop	Unidad	1	2,000.00	2000
Resaltador	Unidad	1	2.00	2
Corrector	Unidad	1	3.00	3
SUB TOTAL				2,116.90
SERVICIOS DE IMPRESIÓN U OTROS				
Espiralado	Servicio	1	15	15

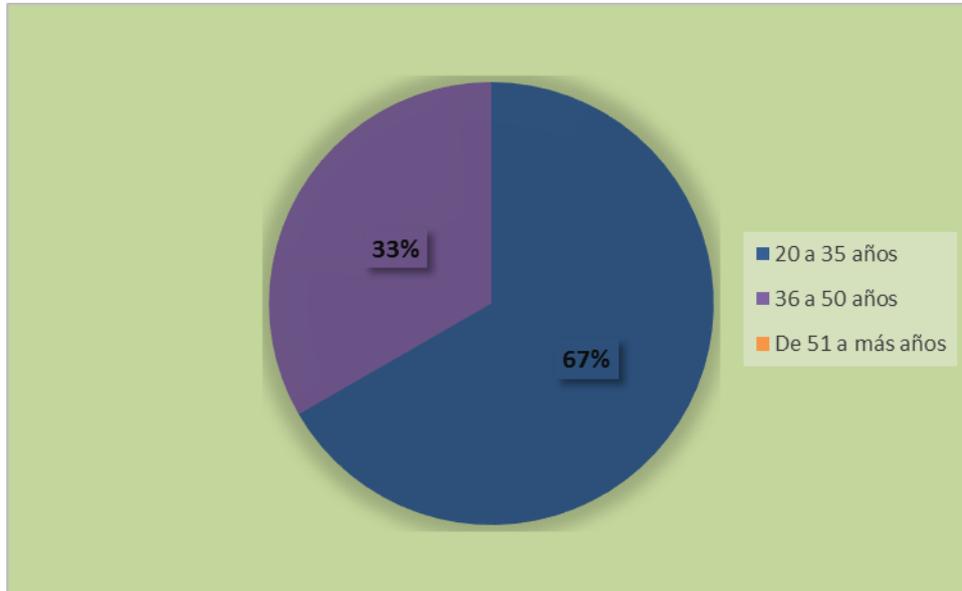
Copias	Hojas	380	0.1	38
Internet	Horas	68	1	68
SUB TOTAL				121.00
SERVICIOS DE MOVILIDAD				
Gasolina	Galón	8	13	104
Mantenimiento de Movilidad	Servicio	2	50	100
Otros	Servicio	2	10	20
SUB TOTAL				224.00
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN				
Alimentación en General	Servicio	16	10	160
SUB TOTAL				160.00
TOTAL				2,621.90

ANEXO N° 05

FIGURAS

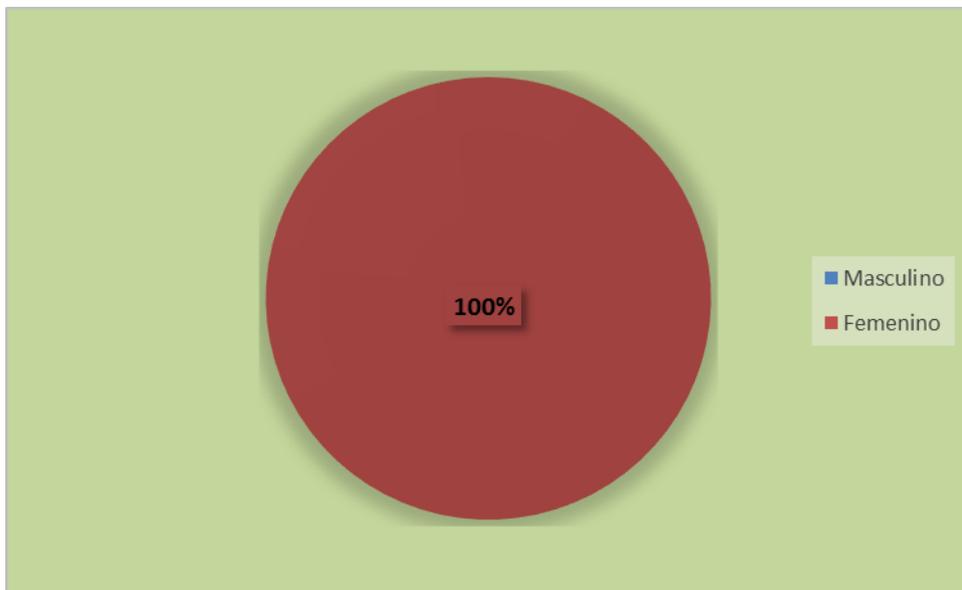
Características de los representantes de las MYPES:

Figura N° 1: Edad de los representantes legales de las MYPES



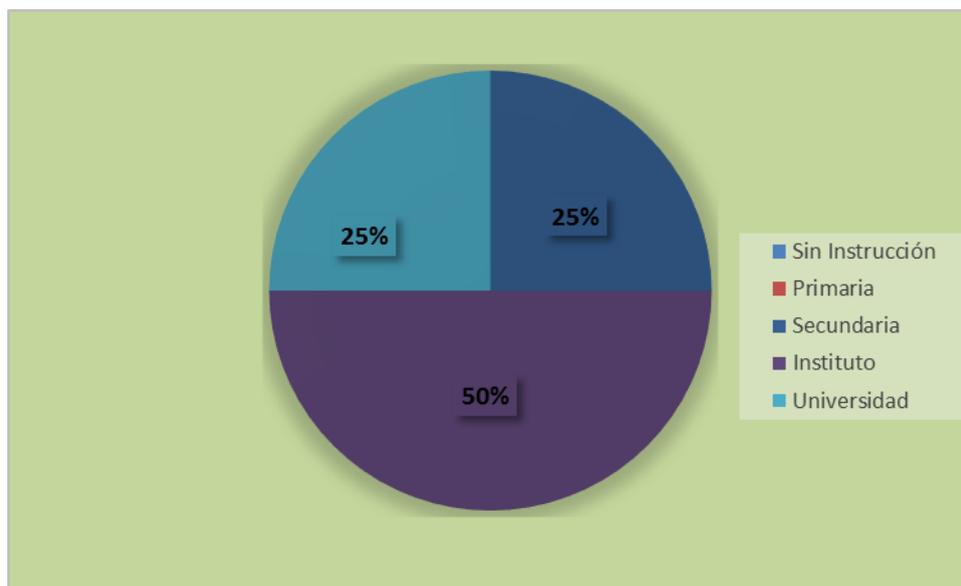
Fuente: Tabla N° 1.

Figura N° 2: Género de los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla N° 1.

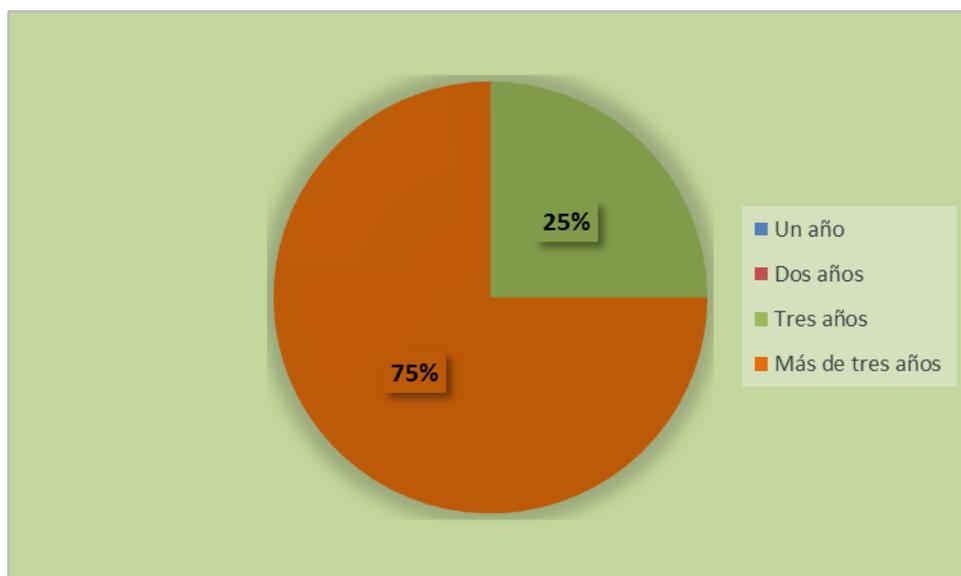
Figura N° 3: Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla N° 1.

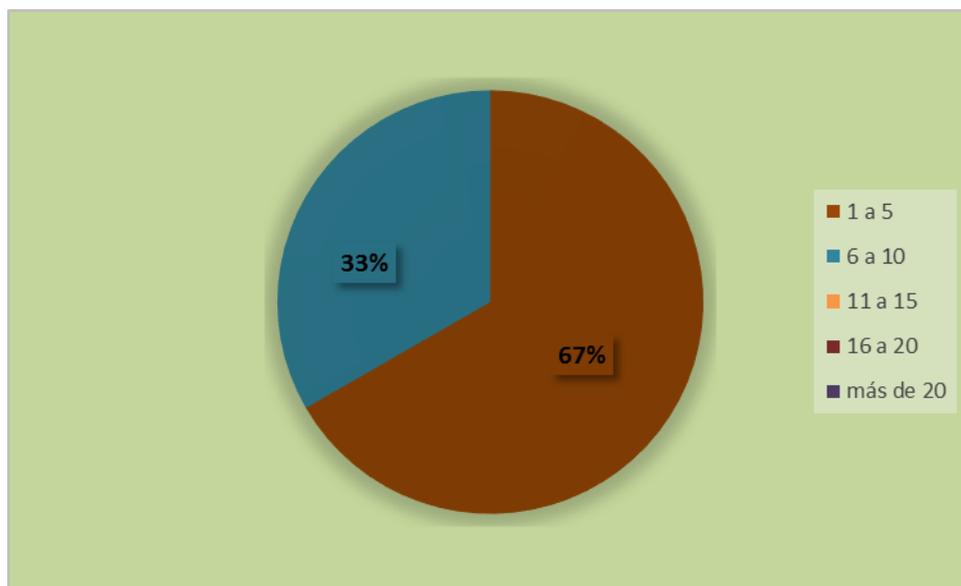
Perfil de las MYPES:

Figura N° 4: Tiempo a que se dedica esta actividad



Fuente: Tabla N° 2.

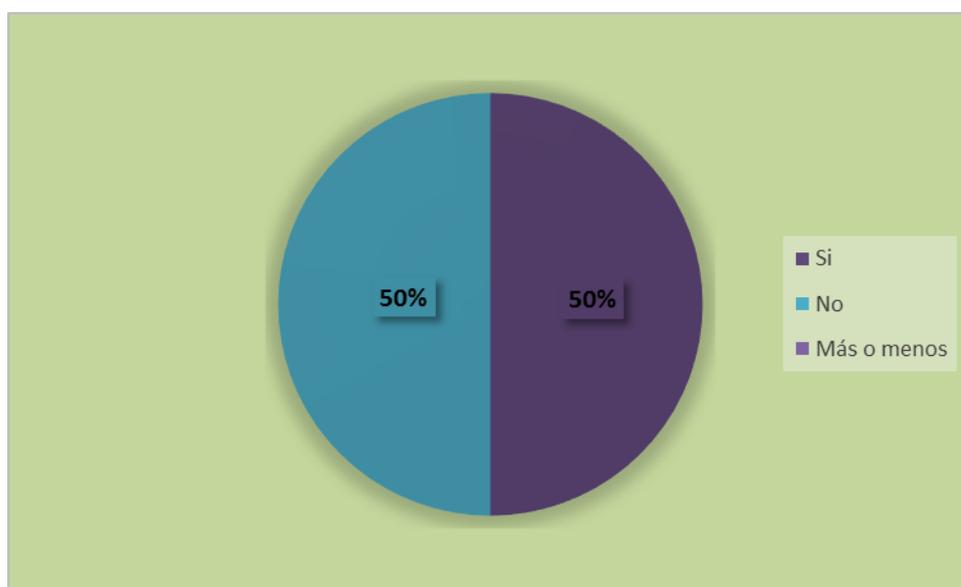
Figura N° 5: Cantidad de personal que cuentan las MYPES



Fuente: Tabla N° 2.

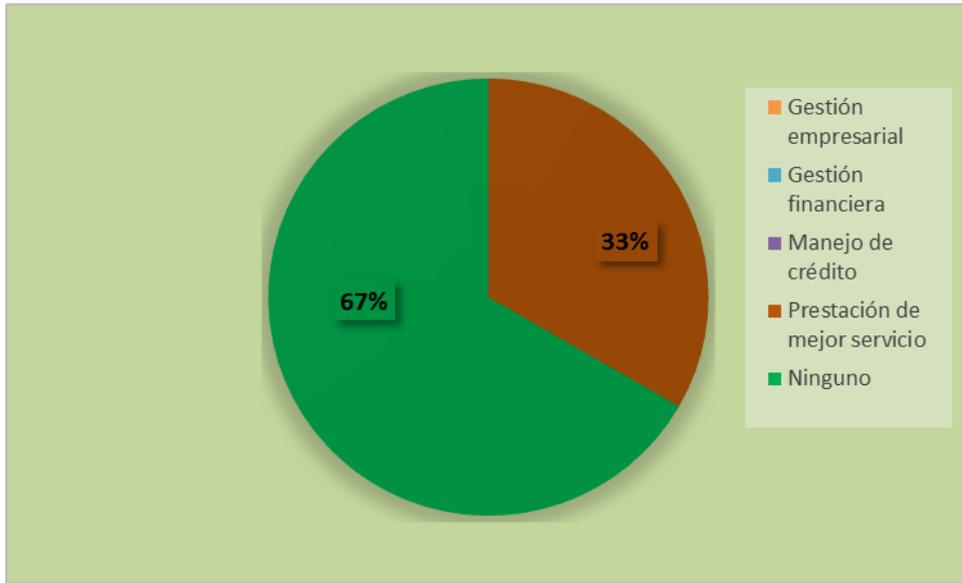
Respecto a las características de la Capacitación.

Figura N° 6: Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPES



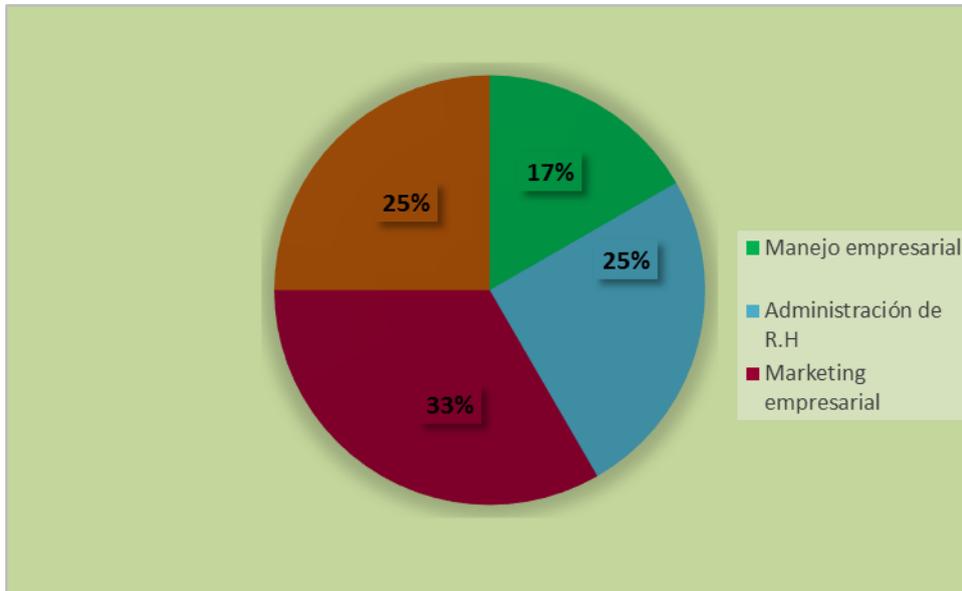
Fuente: Tabla N° 3.

Figura N° 7: Temas que se capacitaron sus trabajadores.



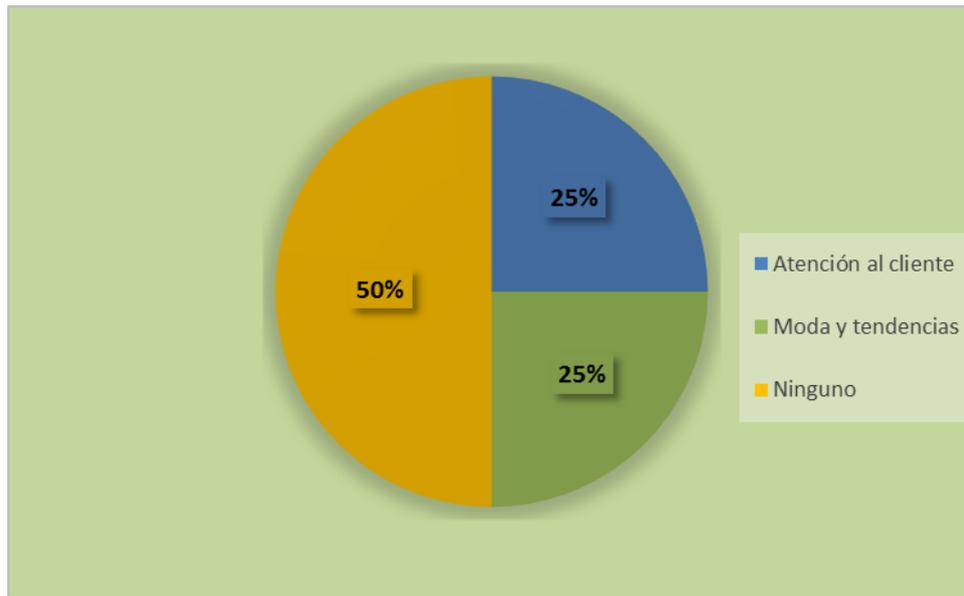
Fuente: Tabla N° 3.

Figura N° 8: Tipo de cursos de capacitación que realizó usted en relación a su MYPE



Fuente: Tabla N° 3.

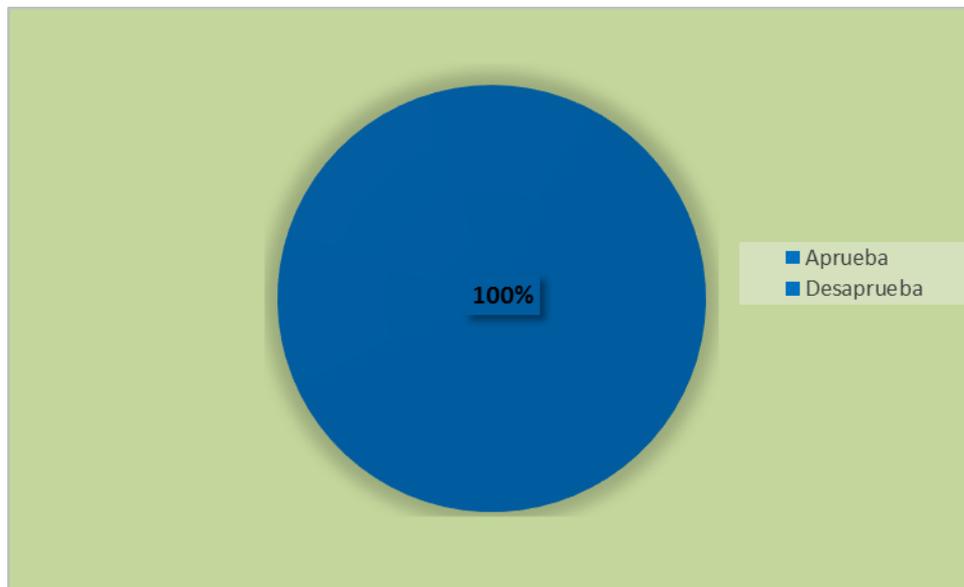
Figura N° 9: Tipos de cursos de capacitación que realizó en su especialidad.



Fuente: Tabla N°3.

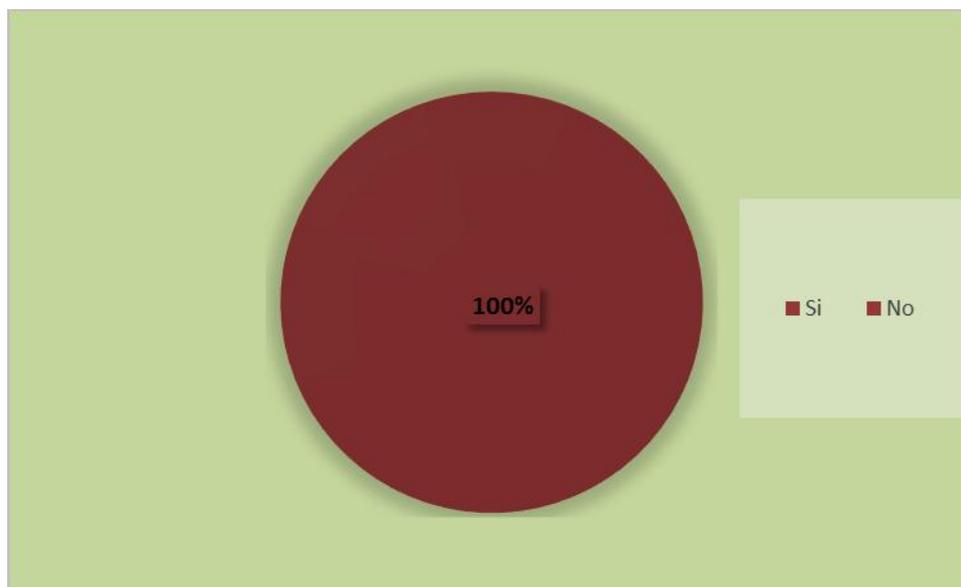
Características de la Competitividad

Figura N° 10: Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.



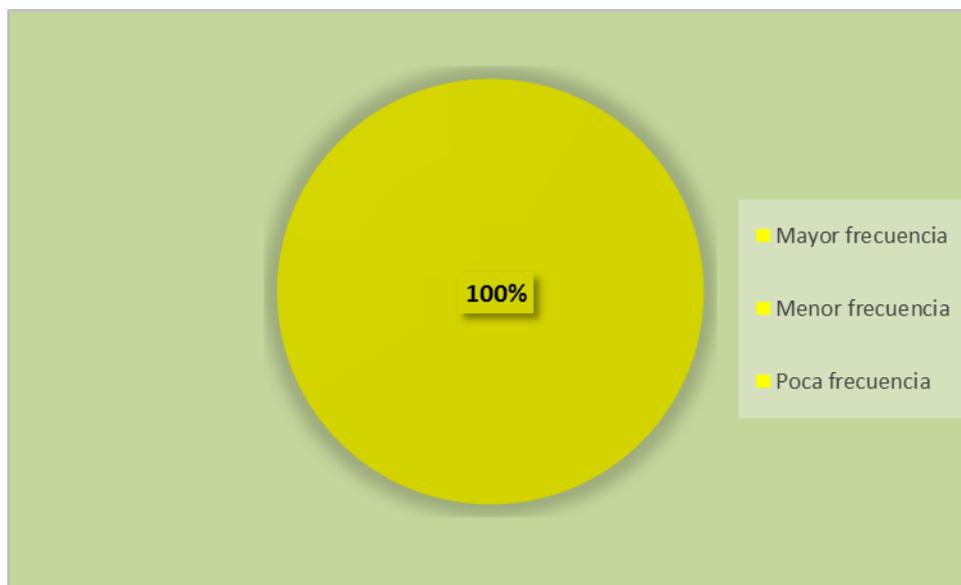
Fuente: Tabla N° 4.

Figura N° 11: El vendedor asesora al cliente en las MYPES.



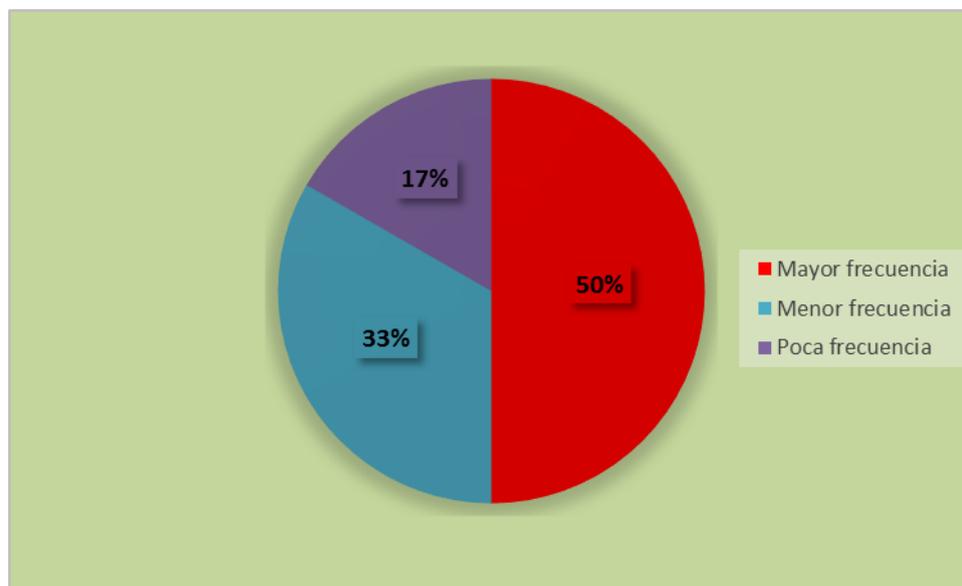
Fuente: Tabla N° 4.

Figura N° 12: Entrega del producto, en el menor tiempo posible.



Fuente: Tabla N° 4.

Figura N° 13: Responden a sus consultas o reclamos posteriores al servicio.



Fuente: Tabla N° 4.

ANEXO N° 06

Área geográfica

La ciudad de Tingo María perteneciente a la provincia de Leoncio Prado, distrito de Rupa Rupa, departamento de Huánuco; sus fronteras: por el norte delimitado por la región de San Martín, región de Ucayali por el este, provincia de Puerto Inca por el sur, y con la provincia de Pachitea, y con las provincias de Marañón, Huacaybamba, Huamalies, y Dos de Mayo por el oeste.