



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES
RUBRO PRENDAS DE VESTIR SPORT PARA DAMAS
DEL CENTRO COMERCIAL LOS ALGARROBOS
PIURA, 2018**

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

**AUTORA:
JENNY INÉS MAZA ZAPATA**

**ASESORA:
DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ
2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES
RUBRO PRENDAS DE VESTIR SPORT PARA DAMAS
DEL CENTRO COMERCIAL LOS ALGARROBOS
PIURA, 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:
JENNY INÉS MAZA ZAPATA**

**ASESORA:
DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ
2018**

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño
Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño
Asesora

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, y a todas aquellas personas que de algún modo han influido en mi persistencia para concluir mis proyectos.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por el inmenso e incansable amor que me ha demostrado día a día: a través de mis padres, dándome un ejemplo de amor incondicional, respeto, abnegación y valor por la vida; y a través de aquellas personas, familiares, amigos, docentes, compañeros de trabajo que me han apoyado desinteresadamente.

RESUMEN

La presente investigación titulada: Caracterización de la Capacitación y Competitividad de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial Los Algarrobos-Piura 2018, se planteó el problema a demostrar ¿Cuáles son las principales características de la Capacitación y Competitividad de las MYPE, rubro prendas de vestir del Centro Comercial Los Algarrobos- Piura 2018?, y tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial Los Algarrobos Piura, año 2018. El tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental y transversal. Las variables seleccionadas fueron la capacitación y competitividad. Utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento el cuestionario, se escogió una población de 10 MYPE para la variable capacitación se trabajó con 10 trabajadores, y la variable competitividad después de utilizar la formula se escogió una muestra de 126 clientes, de las cuales se concluye que la mayoría de trabajadores cuenta con conocimientos básicos para desempeñar sus funciones, que la capacitación es aplicada por los mismo dueños de las MYPE. Así mismo se puede concluir con respecto a la competitividad que existe fidelización por parte de los clientes quienes acuden a este centro comercial por diferentes razones como son los precios accesibles, calidad en los productos, por el servicio brindado y por la ubicación de las MYPE ya que estas se encuentran en el centro de la ciudad.

Palabras clave: Capacitación, Competitividad, MYPE.

ABSTRACB

The present investigation entitled: Characterization of the Training and Competitiveness of the commercial MYPE rubro garments for ladies of the Mall Los Algarrobos-Piura 2018, the problem to be demonstrated was raised What are the main characteristics of the Training and Competitiveness of the MYPE, item of clothing of the Los Algarrobos Shopping Center- Piura 2018 ?, and had as a general objective To determine the main characteristics of the training and competitiveness in the MYPE, item garment sports for ladies of the Shopping Center Los Algarrobos Piura, year 2018 The type of research was quantitative, descriptive level and non-experimental and transversal design. The variables selected were training and competitiveness. Using the survey technique, with the instrument the questionnaire, a population of 10 MYPE was chosen for the training variable. It was worked with 10 workers, and the variable competitiveness after using the formula was chosen a sample of 126 clients, of which It is concluded that the majority of workers have basic knowledge to perform their functions, that the training is applied by the owners of the MSEs. Likewise it can be concluded with respect to the competitiveness that there is loyalty by customers who come to this shopping center for different reasons such as affordable prices, quality of products, for the service provided and for the location of the MSEs and that these are in the center of the city.

Keywords: Training, Competitiveness, MYPE.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
RESUMEN	v
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LA LITERATURA	11
2.1. Antecedentes	11
2.1.1 Capacitación	11
2.1.2 Competitividad	20
2.2. Bases Teóricas de la investigación	30
2.2.1 Capacitación	30
2.2.2 Competitividad	35
III. Hipótesis	40
3.1. Hipótesis General	40
IV. METODOLOGÍA	41
4.1. Diseño de la investigación:	41
4.2. Población y Muestra	41
4.3. Definición y Operacionalizacion de Variables	44
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
4.5. Plan de Análisis	45
4.6. Matriz de Consistencia	46
4.7. Principios Éticos.....	48
V. RESULTADOS	49
5.1. Resultados	49
5.2. Análisis de Resultados	55
CONCLUSIONES	68
Anexos	74

ÍNDICE DE GRAFICOS, TABLAS Y CUADROS

Tabla 1: ¿La MYPE ofrece capacitación?.....	49
Tabla 2: ¿Existe algún tipo de control que evalué al personal después de la capacitación?.....	49
Tabla 3: ¿Cree que la capacitación beneficia a la MYPE?	49
Tabla 4: ¿Se adapta usted rápido al trabajo?.....	49
Tabla 5: Se determina que habilidades o actitudes se necesitan capacitar?	50
Tabla 6: ¿Cuenta con conocimientos para desempeñar las actividades del puesto de trabajo?.....	50
Tabla 7: Ha recibido algún curso de capacitación en tu puesto de trabajo?	50
Tabla 8: ¿Considera que necesita capacitación?	50
Tabla 9: La Capacitación en un lugar adecuado	51
Tabla 10: ¿La capacitación es personal?.....	51
Tabla 11: Mediante que técnicas de capacitación prefiere ser capacitado	51
Tabla 12: Realiza compras reiteradas	51
Tabla 13: Flexibilidad en precios	52
Tabla 14: Expectativas de calidad.....	52
Tabla 15: Atención rápida	52
Tabla 16: Preferencia	52
Tabla 17: En los stands del centro comercial encuentra ropa sport exclusiva para dama.....	52
Tabla 18: Diferenciación de Productos	53
Tabla 19: Precios.....	53
Tabla 20: Buena ubicación.....	53
Tabla 21: Innovación del servicio	53
Tabla 22: Personal capacitado.....	54
Tabla 23: Seguridad	54

I. INTRODUCCIÓN

Hoy, en la economía mundial se observa mucho interés hacia la globalización de los negocios y de los mercados; así como la expansión del comercio y el intercambio entre grandes bloques económicos y regionales. Por ello, es que se entiende que las MYPE cumplen un rol fundamental en la sociedad, por lo cual deben ser competitivas y asumir los retos de la especialización para adaptarse a los cambios en el mercado tanto nacional como internacional ofreciendo productos y servicios de la calidad con mano de obra calificada.

En el Perú, al igual que la mayoría de los países de Latinoamérica, se ha observado en los últimos años un importante incremento del número de micro y pequeñas empresas (MYPE), debido principalmente a las reformas económicas, la fuerte crisis económica experimentada en nuestro país desde la década pasada, obligó a realizar cambios estructurales; desencadenando un alto crecimiento del nivel de desempleo. La reducción del aparato estatal que llevó consigo que una importante cantidad de empleados estatales tuvieran que pasar al lado de los desempleados, agudizando la problemática social que de por sí generaron las reformas económicas. Es ahí donde el sector de las micro y pequeñas empresas contribuyen a amortiguar eventuales problemas sociales al dirigirse los trabajadores despedidos de empresas públicas y privadas a crear sus propias unidades productivas (Yacsahuache, 2001).

La investigación de la Universidad San Martín de Porres (2014) expresa que en su gran mayoría las MYPES en Perú son informales. Las actividades de estas personas y empresas no están reconocidas por la ley, si bien estas personas operan

dentro del ámbito de la ley, esta no se aplica o no se cumple, o no fomenta su cumplimiento por ser inadecuada, engorrosa o imponen costos excesivos. Tomando este concepto podemos afirmar que ser informal es crear un negocio, que es un fin lícito, pero para hacerlo realidad no cumplen con los requisitos formales establecidos.

Según Baldeón, (2010) los principales atributos comerciales y administrativos de la MYPE incluyen que su administración sea independiente; por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños; la mayoría emplea entre 5 y 10 personas y depende en gran medida de la mano de obra familiar. Su actividad no es intensiva en capital, pero sí en mano de obra; sin embargo, no cuenta con mucha mano de obra fija o estable. Otras de sus características son que disponen de limitados recursos financieros, tienen un acceso reducido a la tecnología, no suelen separar las finanzas del hogar y las de los negocios y tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

Las MYPE surgen de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el Estado, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo, y por lo tanto, las personas guiadas por esta necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, y para ello, recurren a diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto-emplearse y emplear a sus familiares. (Santos, 2001)

En este nuevo contexto las MYPE encuentran su razón de ser, ya que constituyen las organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y de generar

empleo, con lo que representan un importante factor de política de redistribución de ingresos a los sectores medios y de bajos ingresos, con lo cual fomentan el desarrollo económico de toda la nación. (Ministerio de la Producción, 2018).

Se observa también que, en la actualidad las micro y pequeñas empresas son las que más sufren los efectos de la globalización actuando en forma individual, básicamente atendiendo el mercado local y regional, con pocos recursos para inversiones y mejora de sus productos y procesos, siendo vulnerable a la incursión de grandes empresas en sus mercados, (Aguirre, 2006). Así mismo, en su mayoría carecen de programas de financiamiento y capacitación, lo que a su vez incide en la rentabilidad de las mismas. Durante varios años estas pequeñas unidades de producción estuvieron excluidas del acceso al crédito porque adolecían de experiencia y gestión administrativa y carecían de recursos que se destinan a la inversión en tecnología y expansión de su negocio. También, la escasa capacitación de las MYPE, no permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores, estas limitantes es en la mayoría de los casos debido a que los microempresarios tienen poca valoración a la capacitación y desarrollo empresarial; es decir, son renuentes al cambio.

Por otro lado, el Perú tiene una Tasa de Actividad Emprendedora (TAE) del 27.2%, mientras que los países ricos tienen una proporción muy baja de emprendedores. Se cree que el motivo de la creación de actividades micro empresariales es por la extensión de la pobreza económica y una demanda reducida por asalariados adecuadamente pagados, cosa que en ese contexto es casi siempre obligada por tales circunstancias y ocurre con muy poco capital, con muy baja

productividad y competitividad. Se afirma hipotéticamente que “a más pobreza, más emprendedores” (Echavarría, 2011).

En Perú la industria textil y de confecciones muestra una clara tendencia creciente. El subsector textil es el que mayor desarrollo ha tenido con un crecimiento promedio de 5,8% anual, mientras que el subsector prendas de vestir a partir del año 2000 comienza a mostrar un incremento paulatino en la producción, el cual tiene una gran importancia por el mayor valor agregado y el empleo que genera. A pesar del panorama positivo, la industria textil también presenta problemas que van desde un alto nivel de endeudamiento, que eleva el costo del crédito, hasta la competencia desleal en el mercado interno. Factores que afectan principalmente a las pequeñas y microempresas, que necesitan modernizarse. (Gomero, 2015).

La importancia del sector confecciones no solo se da a nivel nacional e internacional sino también local, por lo cual se constituye en un sector pujante y de gran impulso en nuestra región, dicho sector en nuestra región genera crecimiento económico pero cuenta con algunas dificultades propias del mercado como son la falta de organización, capacitación tanto de los mismos empresarios como de sus trabajadores.

Según Vizcarra (2018), el empresario de la micro y pequeña empresa le falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para los que ya están en este camino empresarial, pues requieren de información y conocimiento a través de la capacitación, para el mejor manejo de su negocio.

Además, como señala Chiavenato (2008), la capacitación es el medio para desarrollar competencias que permitan ser más productivos, creativos e innovadores y, de esa forma, puedan contribuir a la mejora de los objetivos organizacionales. En El Perú, tanto el sector privado como público le atribuyen la importancia que se merece y establecen mecanismos para fortalecerla y mejorarla. En este último caso, el Estado regula que exista capacitación básica en temas de seguridad y salud en el trabajo, a través de algunas leyes, asumir que la capacitación por sí misma resuelve los problemas constituye un error. La capacitación es solo un insumo para aumentar la productividad y solucionar problemas. Si bien, en algunas ocasiones, la capacitación puede ser una herramienta importante para la solución de un problema dado, en otras es solo una parte mínima del problema.

Por otro lado, creer que la capacitación es una pérdida de tiempo es otro gran error, pues como ya se mencionó si está bien administrada resulta un elemento importante para optimizar los procesos del trabajo.

Según lo antes expuesto se puede concluir que las MYPE que cuentan con una buena capacitación tanto del personal como los mismos dueños son las que mejores ingresos obtienen y son las competitivas en el mercado.

A nivel local existen MYPES dedicadas al comercio, de venta de ropa para niños, damas y caballeros, en las cuales se ha identificado puntos débiles en las MYPES, esto es debido a que no se están gestionando adecuadamente y no cuentan con políticas de atención bien definidas herramientas, estrategias y adaptación de las tecnologías en el proceso interno de las actividades de las mismas. Por lo que cambian de personal muy frecuentemente. Todo esto tiene gran influencia en las

salidas de mercancía, los productos que ofrecen ya no son tan atractivos para el mercado. Esto es muy visible los costos de sus productos son altos, baja calidad, los clientes prefieren realizar sus compras en otros establecimientos comerciales por las mismas condiciones del mercado, es por ello que hoy en día algunas pymes no están surgiendo como debería ser, se están quedando obsoletas, incluso o algunas se están liquidando todo esto surgió debido a que no se tuvo en cuenta los factores externos, como internos, para ser competitivos en el mercado.

El siguiente proyecto de investigación tiene como líneas de investigación la Capacitación y Competitividad de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos Piura año 2018.

Los clientes se caracterizan por tener una amplia diversidad de gustos y preferencias y buscan un mercado que satisfaga sus necesidades.

La venta de ropa de vestir en la ciudad de Piura tiene demanda en sus diversas formas en relación al precio y calidad, al gusto y preferencia de los consumidores, tomando como referencia el centro comercial los Algarrobos Piura, que tiene sus orígenes hace aproximadamente 25 años y alberga a más de 100 MYPE de diferentes rubros entre las cuales encontramos las que se dedican a la venta de ropa de vestir, con respecto a la contratación del personal la mayoría de estas MYPES lo hace a través de anuncios en los diarios, luego se les brinda una pequeña capacitación sobre atención al cliente, todas estas MYPES ofrecen al cliente productos (prendas de vestir) la mayoría productos peruanos y uno que otro prendas de vestir exportadas.

Por otro lado con respecto a la tributación, debe elegir el Régimen más conveniente entre el Nuevo RUS (Régimen Único Simplificado), Régimen Especial

del Impuesto a la Renta (RER) y el Régimen General. Con respecto al pago de los trabajadores se sabe que aquellos que están sujetos al Régimen Laboral Especial donde se les debe pagar la Remuneración Mínima Vital en la medida que laboren más de cuatro horas diarias, sin embargo las MYPE rubro prendas de vestir sport para damas del centro Comercial Los Algarrobo Piura en este punto, no cumplen ya que les pagan por debajo del sueldo mínimo vital a sus trabajadores, y cuentan con horario de trabajo de 10 am a 10 pm, realizando jornadas de 12 horas sin una remuneración adicional, cuando lo establecido son 8 horas diarias de trabajo. (SUNAT, 2015).

Es necesario precisar que esta forma empresarial se encuentra por su competencia como es el mercado central y las grandes cadenas de supermercados y centros comerciales como Real Plaza, Open Plaza, Plaza de la Luna, Saga Falabella y Ripley, las cuales han llegado al mercado con el fin de marcar la diferencia entre las MYPE piuranas, quienes cuentan con grandes almacenes, playas de estacionamientos y amplios espacios para la atención de sus clientes, mientras que las MYPE del Centro Comercial los Algarrobos cuentan con espacios muy reducidos, además no cuentan con un estacionamiento propio para sus clientes, generándoles una gran inestabilidad en el ámbito económico. Estas grandes cadenas tienen una gran ventaja ya que cuentan con mayor capital por lo que invierten en su personal y su mayor preocupación es el cliente, como se sabe estas tiendas capacitan a su personal constantemente, además conocen la metodología para llegar al cliente, realizan publicidad de sus productos ofreciéndoles un mejor servicio, los motivan con sus promociones, realizan campañas publicitarias y mantienen a su personal en

constante capacitación, esto les permite tener una mayor acogida y quienes resultan afectadas son las MYPE piuranas, ya que les genera una gran competencia.

Es muy notable la falta de capacitación en los trabajadores de dichas MYPE ya que solamente los empleados se limitan a recibir las sugerencias de sus jefes y esto se demuestra en el desempeño de sus actividades, como se sabe el consumidor es cada vez más exigente pues necesita satisfacer sus gustos y preferencias de la mejor manera lo que implica que las MYPE deben estar en constante innovación para brindar una mejor atención para que así, los clientes, se sientan más motivados y satisfechos en cuanto a la adquisición del servicio y por ende, las MYPE obtendrían una mayor rentabilidad.

Por lo antes expuesto las MYPE del Centro Comercial Los Algarrobos Piura dedicadas al rubro venta de ropa si quieren permanecer en el mercado y ser competitivas deben mantenerse en constante capacitación, adquiriendo conocimientos actualizados, debido a que existe una gran competencia en el mercado.

Por lo antes señalado el enunciado del **Problema de Investigación** es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la Capacitación y Competitividad de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos -Piura, 2018?

La investigación tiene como **Objetivo General:** ¿Determinar las principales características de la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos- Piura, 2018? Y tienen como **Objetivos Específicos:** Identificar las necesidades de capacitación del personal

que labora en las MYPES, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos –Piura, 2018.

Identificar las técnicas de capacitación de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos –Piura, 2018.

Identificar las Estrategias Competitivas de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos –Piura, 2018.

Determinar las Ventajas Competitivas que brindan las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos –Piura, 2018.

Tiene como Justificación De La Investigación que No se conoces las características de las MYPE rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos –Piura, 2018.

Además cuenta con una Justificación practica de acuerdo a la Ley Universitaria 30220, artículo 45° inciso 45.1; para la obtención del grado de Bachiller, se requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Desde un nivel teórico Capacitación es la adquisición del individuo en el desempeño de una actividad. Se puede señalar entonces, que el concepto capacitación es más abarcador (Pinto, 2006).

“Administración de recursos humanos” Capacitación es una actividad que debe ser sistémica, planeada, continua y permanente que tiene el objetivo de proporcionar el conocimiento necesario y desarrollar las habilidades (aptitudes y actitudes) necesarias para que las personas que ocupan un puesto en las organizaciones, puedan

desarrollar sus funciones y cumplir con sus responsabilidades de manera eficiente y efectiva, esto es, en tiempo y en forma. (Chiavenato, 1999).

Según Estrada, (2013) Competitividad es un término microeconómico, referido principalmente al ámbito de la empresa y su capacidad para competir frente a otras en el mercado. Hay que tener en cuenta que las empresas no son como los países, no disponen de una «demanda interna» relevante que se cubra parcialmente con producción propia. Tampoco se puede agregar sin más el conjunto de empresas, muy diferentes entre sí en sus estructuras de producción, nivel tecnológico, poder de mercado. Y además hay que tener en cuenta que no todos los productos y servicios son exportables. Por tanto, al hablar de la competitividad de un país, en realidad nos estamos refiriendo a una gama muy dispar de empresas y sectores económicos.

La metodología de la investigación cumple con aspectos de investigación científica así se acude a registros oficiales de entes gubernamentales o de la propia empresa para conocer la población y luego se calcula estadísticamente la muestra.

El presente trabajo de investigación se ha estructurado de la siguiente forma: el Capítulo I denominado Introducción, Capítulo II denominado Revisión de la Literatura, Capítulo III Hipótesis, Capítulo IV Metodología, V Resultados, VI Conclusiones, Referencias Bibliográficas y Anexos.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1 Capacitación

Según Palacios (2013), en su proyecto de tesis denominado **“Caracterización de Capacitación y Competitividad en las MYPE rubro ropa de bebés del Mercado Modelo de Piura, 2013”** presentada en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote (Piura). Tesis que tuvo como objetivo principal determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro ropa de bebés en el sector Blas Atienza del mercado modelo de Piura, año 2013, así mismo el autor indica que metodológicamente, la investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, donde concluye que la capacitación que se brinda en las MYPE del rubro de ropa de bebés, no es planificada, se brinda anualmente, o cada vez que se contrata nuevo personal; donde se pudo concluir que los trabajadores son capacitados en su minoría con un 48% y en su mayoría carecen de capacitación con un 52%. , Los medios de capacitación utilizados es la demostración y el ejemplo; a través de procesos de inducción; los cuales se realizan con una frecuencia en su mayoría de 64% anualmente, a través de charlas y cursos de atención al cliente, ventas, etc.

Lequernaque (2015), en la tesis para optar el título de Licenciada en Administración: **“Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro abarrotes -Piura, año 2013”**, cuyo objetivo fue determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro abarrotes en la Ciudad de Piura al 2013. Los elementos de la competitividad en las MYPE comerciales rubro abarrotes en la ciudad de Piura al 2013, son; fomentar, desarrollar y mantener, tanto a la organización como un todo; la flexibilidad y adaptación a los cambios; innovación. Por ese motivo la mayoría de los encuestados consideran que se debe de tomar en cuenta, su proceso innovador y su estrategia competitiva se sustentan en recursos y capacidades difíciles de imitar o reproducir por otras empresas, esto quiere decir que para ser competitivos se requiere un valor añadido diferente a las demás competencias, permitiendo crecer de manera innovadora dentro del rubro de abarrotes como MYPE.

El autor concluye respecto a capacitación una de las característica de la capacitación de las MYPE comerciales rubro abarrotes en la ciudad de Piura al 2013, son; la inducción, el entrenamiento, la formación básica y desarrollo de jefes, esto ayudaría no solo a elevar el nivel de conocimiento por parte de los trabajadores sino además en su aprendizaje (creatividad e innovación para el logro de los objetivos trazados, dominio de técnicas de captación, pensamiento estratégico,

etc.), aumentando el nivel de productividad y competencias laborales convirtiéndose en una empresa fuerte dentro de su rubro adaptada al cambio y a la innovación. La importancia de la capacitación en el desarrollo del personal en las MYPE comerciales rubro abarrotes en la ciudad de Piura al 2013, contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional, ya que no se trata de un gasto innecesario, sino de una inversión mucho más productiva. Es debido a que los encuestados la consideran como uno de las piezas clave para el crecimiento y desarrollo empresarial dentro de la parte comercial de abarrotes.

Por otro lado Correa (2018), realizó una investigación titulada **Caracterización De La Capacitación Y La Competitividad En Las MYPE Del Rubro Restaurantes De La Urbanización Santa Ana De Piura, Año 2018**, Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Filial Piura, metodología de tipo no experimental, enfoque cuantitativo, técnicas e instrumentos de la estadística, es de tipo descriptiva, ya que se describirán situaciones que señalen los datos obtenidos y la naturaleza exacta de la muestra de donde fueron extraídos.

Al determinar las necesidades de la capacitación del rubro restaurante de la Urbanización Santa Ana, se debe trabajar según Chiavenato en tres niveles de análisis: a) Análisis organizacional, se debe examinar las áreas antes de una capacitación lo cual permitirá conocer las

principales necesidades que se requieren mejorar y sobre todo que están guarden relación con metas u objetivos de las MYPE y no incurrir en gastos por una inadecuada capacitación. b) Análisis de tareas y procesos, la administración antes de brindar una capacitación, debe realizar una evaluación del rendimiento del personal y considerar los procesos de trabajo, que esto permitirá que el trabajador se sienta motivado, sea competente y brinde un servicio de calidad a los clientes. c) Análisis de la persona, antes de la capacitación la administración debe tomar en cuenta los estándares de desempeño, adaptabilidad, las habilidades y actitudes de cada trabajador en lo personal, permitiendo conocer a quien capacitar y que clase de capacitación brindar.

Llegando a las siguientes conclusiones las necesidades de la capacitación determinadas en las MYPE del rubro restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura, son: que los propietarios en su mayoría cuentan con estándares de desempeño y determinan que habilidades o actitudes se necesitan capacitar; más de la mitad de los propietarios toman en consideración de los procesos de trabajo en las capacitaciones; casi la mitad de los propietarios realizan una evaluación de rendimiento al planificar las capacitaciones; por ultimo en su minoría los propietarios examinan las áreas antes de planificar capacitaciones, buscan que la capacitación guarde relación con las metas u objetivos de la MYPE y realizan retroalimentación posterior a

las capacitaciones.

Las técnicas de capacitación en las MYPE del rubro restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura, son: que casi en su totalidad los propietarios realizan capacitaciones con interacción cara - cara, y las capacitaciones son personalizadas; por otro lado, menos de la mitad de los propietarios, cuentan con un lugar para impartir capacitación a su personal; por último, la minoría de los propietarios, brindan los medios idóneos para la capacitación.

Según Romero (2013), en su tesis **“Caracterización de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro compra/venta de ropa para 17 adultos de huacho, año 2013”**, tuvo como objetivo determinar y describir las principales características de la capacitación de las MYPE del sector comercio - rubro compra/venta de ropa para adultos de huacho, aplicando la investigación cuantitativa - descriptiva a una muestra de 10 MYPE de una población de 20 MYPE del rubro compra y venta de ropa para adultos. Conclusión: En líneas generales podemos concluir que la mayoría de los empresarios de las MYPE encuestados no recibieron capacitación y para poco más de un tercio la capacitación fue una inversión. El 90% no recibieron capacitación, el 70 % no capacitaron a su personal; sin embargo, el 90% consideran que la capacitación es una inversión.

Por otro lado Trujillo (2014), en su tesis **“caracterización de la**

capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014”, tuvo como objetivo caracterizar la capacitación en atención al cliente en las MYPE del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, aplicando el tipo de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional a una muestra de 24 bazares y 30 empleados de dichos establecimientos, para lo cual se elaboró un cuestionario de 18 preguntas para ambas poblaciones, así mismo de la encuesta aplicada a los trabajadores los resultados fueron: El 60% desconoce la manera correcta de atender a los clientes, el 73.33% consideran no estar en la capacidad de resolver los problemas diarios sobre atención al cliente y el 53.33% no le da importancia a las quejas de los clientes.

Concluye que el 66.67% consideran que la capacitación es un gasto, el 80% no capacitan a su personal y el 53.33% mencionan que sus empleados no están capacitados para atender al cliente por lo tanto no existe capacitación adecuada y no hay un control de la misma. La capacitación en atención al cliente es entendida como el incremento de habilidades y conocimientos para brindar un mejor servicio e incrementar las ventas. La mayoría de los trabajadores desconocen la manera correcta de atender los clientes y no están en la capacidad de resolver los problemas que se presentan a diario es por eso no le dan la

debida importancia a las quejas que éstos les hacen llegar.

Según Campos Pimentel (2015), en su tesis **“Caracterización De La Capacitación En Técnicas De Venta En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio - Rubro Venta Al Por Menor De Productos Textiles Y Prendas De Vestir (Boutiques) Del Distrito De Huaraz, 2015”** Tesis Para Optar El Título Profesional De Licenciada En Administración.

El Nivel de investigación fue cuantitativo, la investigación fue de diseño no experimental (transaccional o transversal), porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio.

Las principales características de la capacitación en técnicas de venta en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (Boutiques) del distrito de Huaraz, son las siguientes: un porcentaje de vendedores nunca están capacitado para absolver dudas e inquietudes del cliente, nunca están capacitado para persuadir y convencer al cliente de adquirir las prendas. Por lo que se observa que existe personal con escaso conocimiento y falta de capacidad para realizar las ventas.

Además concluye que las principales características de los vendedores determinadas son: la mayoría de ellos tienen entre 18 a 20 años de edad, son mujeres y con estudios secundarios, además concluye que hay ausencia de capacitación en el personal que labora

en la MYPE.

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

97% está de acuerdo que reciban talleres de capacitación para mejorar el servicio de atención al cliente.

Canessa y Fliess (2008), realizaron una investigación titulada: **“La capacitación laboral en Chile y su oportunidad de desarrollo a través del e-learning.e de la universidad técnica Federico Santa María – Chile”**, la que realiza un análisis de la capacitación laboral en Chile y sus oportunidades de desarrollo. Para ello se revisa el proceso de capacitación y su impacto potencial en la productividad de la organización. Se describen los instrumentos que el gobierno de Chile utiliza para fomentar la capacitación y las acciones que han llevado a cabo las empresas en los últimos años. Adicionalmente se destaca la incorporación de las nuevas tecnologías como una oportunidad para el desarrollo de la capacitación al interior de las empresas. Se exponen y comparan las lógicas y potencialidades del e-learning versus la capacitación presencial concluyéndose que ambas modalidades no deben ser usadas de modo alternativo sino complementario.

Conclusiones: Concluye que debemos aprovechar las oportunidades de desarrollo, con una mirada puesta en los nuevos desafíos que las empresas deberán enfrentar en este campo a mediano y largo plazo.

Sosa (2014), realizó una tesis **"Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del Instituto**

Tecnológico del Nororiente (ITECNOR), ubicado en los llanos de La Fragua, Zacapa", presentada en la Universidad Rafael Landívar – Guatemala. La investigación fue de tipo Mixto cuantitativo – cualitativo, la población estuvo conformada por 12 sujetos de investigación, utilizó como instrumento para recopilar los datos cualitativos con un Grupo Focal (GF), y cuantitativos un Diagnóstico de Necesidades de capacitación (DNC), se concluye que los datos lograron determinar los elementos que debe contener el programa de capacitación para el personal docente, los cuales se obtuvieron en los resultados de la investigación. Según las necesidades se hace evidente reforzar la actitud en los docentes debido a que no se brinda un servicio de calidad y no se trabaja en equipo. Las estrategias se aplican en la docencia, pero no han sido capacitados en las nuevas técnicas y métodos de enseñanza, por lo que se necesita reforzar los conocimientos en estrategias modernos que se aplican en la actualidad en el proceso enseñanza y aprendizaje, ya que si no se capacita se obtendrá el resultado de deficiencias en la calidad en el área de didáctica y pedagogía.

2.1.2 Competitividad

Saavedra, Milla, & Tapia (2013), en cuya investigación denominada **“Determinación de la Competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del distrito Federal de México”**, presentada en la Universidad Politécnica de México (México), y en la que se

empleó una metodología causal correlacional, arrojando como conclusión que la competitividad medida por tamaño de empresa indica que las estrategias de las empresas y el entorno de negocios que proporciona el gobierno impactan en forma distinta al momento de generar competitividad; pues la micro empresa no es competitiva mientras que la pequeña y mediana son altamente competitivas. Mostrando con esto que la competitividad se estaría relacionada con el tamaño. El análisis nos permitió determinar que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuando mayor es el nivel de estudios del empresario también mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, lo que implica entonces la importancia de impulsar y fomentar la capacitación de los empresarios de las PYME.

Mantilla, Vilcacundo, Ruiz & Mayorga (2015), tesis titulada **“La innovación tecnológica y la competitividad de las pymes manufactureras del Cantón Ambato”**. Ecuador. Para obtener el título de Licenciado en Administración, llegó a las siguientes conclusiones: En cuanto a los índices de competitividad, se puede concluir que las PYMES manufactureras locales cuentan con un nivel de competitividad medio, el cual constituye una desventaja el momento de enfrentarse a sus principales rivales en otras ciudades o regiones. Para la mayoría de pequeñas y medianas empresas del cantón Ambato, la estrategia de liderazgo en costos constituye la

mejor fuente de estrategia competitivas ante la competencia, incluso por encima de la diferenciación o de la estrategia de enfoque, mucho menos utilizadas en el contexto local. Los factores internos de competitividad mayormente desarrollados en PYMES locales son aquellos relacionados con la calidad del producto, disponibilidad de maquinaria y la oferta de productos a precios bajos; mientras que, los elementos con menor incidencia se refieren esencialmente a la capacitación del personal, la capacidad de adaptación al cambio, la existencia de personal capacitado, el marketing y la gestión administrativa. Con relación a los factores externos que más afectan la competitividad de las PYMES, destacan los niveles de competencia, la dificultad para exportar y, principalmente, la legislación actual. En contraste, los elementos externos que han aportado más a las empresas son su posicionamiento en el mercado y la buena relación que manejan tanto con clientes como con proveedores.

Luna (2012), en la ciudad de Guanajuato, realizó la investigación **“influencia del capital humano para la competitividad de las PYMES en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato”** en la cual Considera que la investigación tiene que ver con la competitividad de las Pymes, influyendo el capital humano, se ha contemplado el modelo de Saracho (2005), quien considera que las personas deben de ser competitivas para alcanzar sus objetivos, conjuntamente con esto observamos que es la parte medular de la

investigación propuesta, que ayude a las empresas Pymes del sector manufacturero a lograr su supervivencia, su consolidación y alcanzar la competitividad.

Navarro Carrión (2015), en su investigación, “**Competitividad y gestión de calidad en las MYPE, de confecciones trajes de fiesta, mercado modelo - Piura 2015**”. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura 2015. Estableció como objetivo: Determinar los factores de la Competitividad y Gestión de Calidad. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, siendo la interacción fuerte entre el cliente y el empleado. El método elegido en las MYPE, fue aplicado a los clientes siendo estos los que juzgan la calidad del servicio y se ha utilizado la encuesta SERVQUAL diseñada por Parasuraman, que analiza el comportamiento del promedio de las calificaciones de percepciones considerando que los clientes esperan recibir un servicio de calidad. El resultado de las dimensiones de las MYPE para el caso de confiabilidad, los clientes no ven a las empresas de este rubro como sumamente confiables llegando a aceptarlas por la necesidad de hacer el trato comercial no porque sean confiables para el cliente. La seguridad indica que no existe una total confianza que cree una sólida credibilidad. La percepción de empatía indica que el cliente no se encuentra completamente convencido. Dentro de tangibles no tienen

una apariencia grata o agradable para el cliente, pero que tampoco es desagradable para los clientes. La percepción de respuesta o fiabilidad indica que no tienen un nivel de respuesta que sobrepasé o igualé las expectativas del cliente.

Según Suarez (2018), en su tesis “**Caracterización Del Capital Humano Y La Competitividad En Las MYPE Comerciales, Rubro Librerías De Piura Centro, Año 2018.**” Tesis Para Optar El Título Profesional De Licenciada En Administración Autora.

El tipo de la investigación es descriptivo, El nivel de la investigación es cuantitativa y según el tiempo es de corte transversal.

Según el autor concluye en función a su objetivo en su dimensión ventajas competitivas se obtiene que el principal atributo es el respeto de los colaboradores a los clientes, por otro lado la concurrencia de los clientes es de un nivel acogedor alto, así mismo a través de la cadena de valor en la actividad de apoyo el criterio de la capacitación de mayor nivel que se mide es el de la competencia, de otro lado el atributo de la calidad del producto así como la exhibición de los mismos y los costos manejándose con precios accesibles, descuentos y así como la variedad de productos. En función con el cuarto objetivo vinculado con las **estrategias genéricas** que se desarrollan en las MYPE, se obtuvo como resultado respecto a **liderazgo de costos** considera que los precios son muy accesibles, así mismo la diferenciación con la competencia los descuentos que ofrecen hacen

que los fidelicen y la segmentación ofrecen el servicio de delivery, promociones, descuentos y variedad de productos.

Según Sernaqué (2015), en su tesis denominada **Caracterización De La Competitividad Y La Gestión De Calidad De Las MYPE Comerciales, Rubro Prendas De Vestir, Sullana 2015.**

El proyecto de investigación presenta un tipo de investigación descriptivo, de nivel de investigación cuantitativo.

Con respecto a la formulación de la pregunta **¿qué es lo que influye en su decisión de compra?**, se observa que el nivel “calidad” representa un 40%, el nivel “moda” el 29% el nivel “precio” el 19% y el nivel “marca” el 12%. Lo que coincide con Mas, Ivars y otros, (2007) donde indican que los indicadores de competitividad centrados, exclusivamente, en el comportamiento de los costes y precios relativos dejan de lado las posibilidades de obtener mejoras de competitividad relacionadas con estrategias empresariales adecuadas. Estas deben centrarse en la diferenciación del producto, conseguida a través de las mejoras en la calidad y la tecnología, y en innovaciones organizativas que aumenten la eficiencia en los productos de fabricación y permitan adaptarse flexiblemente a los cambios del mercado.

Con respecto a la pregunta denominada **¿se siente satisfecho con la atención que se le brinda?**, se observa que el nivel “casi siempre” se encuentra en un 45%, el nivel “siempre” el 29% y el nivel “a veces” el

26% respectivamente. Tal y como indica Vargas y Del Castillo (2008), quienes manifiestan que la creación de riqueza y bienestar es el fiel reflejo de la competitividad sustentable en un espacio territorial nacional o subnacional. El trasfondo de este proceso está regido por la innovación y el diseño de políticas para incentivar y sostener la creatividad de los emprendedores.

Con respecto al uso de tecnología En la tabla 4.15 ¿su empresa cuenta con un terminal electrónico de venta/servicio (POS)?, se observa que el nivel “no” se encuentra en el 87% y para el nivel “si” el 13%. Estas empresas no están aprovechando la tecnología como medio de innovación para mejorar el servicio a sus clientes. El no contar con un POS representa una desventaja frente a la competencia, se debe tener en cuenta que hoy en día las personas se están bancarizando contando con una tarjeta electrónica debito visa que les permite realizar compras sin necesidad de llevar efectivo, como consecuencia de no contar con un POS los clientes simplemente deciden comprar el producto e otra tienda. Lo que coincide con Romer (2012) el cambio tecnológico definido, como la mejora en la formulación de procesos es esencial para el crecimiento económico que incentiva la continuidad en la acumulación de capital. En conjunto, la acumulación de capital y el cambio tecnológico son los responsables de gran parte del incremento en el producto obtenido por hora trabajada. El mercado de producción de nueva tecnología tiene características particulares que lo diferencian de las condiciones que rigen la oferta y demanda del común de los bienes.

Campos (2015), en su tesis titulada **“Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del**

asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015". Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura 2015. La presente investigación titulada **"Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015"** estableció como objetivo. Determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres MYPE y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Obteniéndose siguientes resultados en **gestión de calidad es la falta de conocimiento, resistencia al cambio a nivel de gerencia lo ha repercutido en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que ha incidido en la disminución de las ventas. Por lo que se concluye que existe relación directa entre gestión de calidad y competitividad de las MYPE.**

Según Domínguez (2014), en su estudio de mercado titulado: **"Caracterización de la competitividad bajo el enfoque del diamante de PORTER en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de productos textiles**

(bazar) del distrito de Huaraz, 2014”; Que tuvo como Objetivo General: Describir las principales características de la competitividad bajo el enfoque del Diamante de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014. Llegando a los siguientes resultados: Respecto a los representantes a) El 40% de empresarios encuestados, manifiestan tener de entre 28 11 - 37 años de edad y el 60% son de género masculino. b) Respecto a los datos generales de la empresa: El 60.00% de Micro y Pequeñas empresas encuestadas, tienen de 6 a 10 años de permanencia de actividad y rubro. c) Respecto a la competitividad: El 56% de Micro y Pequeñas empresas encuestadas, señalan que no le explican a los clientes las características de las prendas al concretar una negociación al momento de comprar las prendas de vestir en grandes cantidades. El 60% de Micro y Pequeñas empresas encuestadas del rubro- comercio (bazares) del distrito de Huaraz, manifiestan que no están de acuerdo con el desempeño de su proveedor en cuanto a entrega puntual de sus pedidos ya que las prendas tardan demasiado en hacer llegar su mercadería. El 64% de Micro y Pequeñas empresas encuestadas del rubro- comercio (bazares) del distrito de Huaraz, actúan de una forma firme y cambian de proveedor al ver amenazas en cuanto a elevar precios, disminuir calidad, etc., llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de empresarios encuestados del rubro-comercio (bazares)

del distrito de Huaraz, tienen de 28 - 37 años de edad, son de género masculino los cuales son emprendedores en el mundo de los negocios, casados, con estudios superiores. En cuanto a los bazares del distrito de Huaraz, se caracterizan por comercializar prendas de todo tipo ya sea para damas, caballeros, y niños, y de diferentes surtidos de productos. Se concluyó que las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio textil (bazar) distrito de Huaraz, no son competitivas, porque no aplican el modelo del Diamante de Porter, como herramienta de diagnóstico empresarial, gestionando la empresa de manera empírica, lo cual les resta competitividad a sus negocios.

Valderrama (2015), en su tesis “**Gestión de calidad y competitividad de las MYPE del sector comercio - rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, Trujillo año 2014**”. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo (2015). La presente tesis pretende dar a conocer sobre gestión de calidad y competitividad de las MYPES, dos puntos muy importantes en las cuales los micros y pequeñas empresas deben trabajar a fin de contribuir al acceso de nuevos mercados, como sabemos las MYPE son consideradas parte de la economía de nuestro país, así como también se ven enmarcadas por el alto nivel de competitividad del mismo sector o rubro. El objetivo general de dicha investigación es **Describir las principales características de gestión de calidad y**

competitividad de las MYPE del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el Porvenir, año 2014; la investigación fue de manera descriptiva con una muestra de 15 MYPE a las cuales se les aplicó a sus representantes un cuestionario de 14 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: Con respecto a los representantes de las MYPE, el 42.86% de los representantes tienen la edad entre 50 y 60 años, contando con estudios secundarios el 53.3%; El 60% de estas organizaciones realizan sus actividades más de 10 años a pesar de alta competitividad, teniendo una demanda del 66.7% en calzado para dama y el 33.3% para caballero.

2.2. Bases Teóricas de la investigación

2.2.1 Capacitación

Hernández (2008), considera a la capacitación como un proceso de preparación y Superación de los Recursos Humanos en las empresas. La capacitación por tanto debe ser considerada como un proceso integral sistemático y continuo de formación y desarrollo, ella forma parte de la gestión integral de los recursos humanos. Se refiere a un esfuerzo planificado por parte de una organización para facilitarle al personal el aprendizaje de las aptitudes relacionadas con su trabajo. Esas aptitudes incluyen: el conocimiento, las habilidades y los comportamientos necesarios para un desempeño exitoso del trabajo. La definición se ha ampliado para incluir la creatividad y el compartir los conocimientos. Se señala que el jefe de cada entidad es el máximo

responsable de la preparación y superación de su colectivo, es el principal formador de cuadros; cada cuadro es responsable de su preparación y superación. La capacitación es más que el mero aprendizaje o desarrollo de habilidades. En los negocios, es la creación del capital intelectual para tomar una ventaja competitiva.

En el manejo de recursos naturales, es la herramienta para comprender y perfeccionar la relación con el siempre cambiante objeto de nuestro trabajo. La capacitación se debe ver como parte del esquema de manejo, no como una actividad ocasional o esporádica. Debe vincular a todo el personal en un momento u otro para crear una organización que aprenda.

2.2.2.1. Necesidades de capacitación

Según Chiavenato (2007), la detección de necesidades de capacitación es la primera etapa del ciclo de capacitación y se refiere al diagnóstico preliminar que precisa que hacer.

Para diagnosticar las necesidades de capacitación se deben realizar análisis a los tres niveles organizacionales que se señalan a continuación:

- **Análisis en toda la organización:**

Cuando se examina a la empresa para determinar en qué área, sección o departamento, se debe llevar a cabo la capacitación. Se deben tomar en cuenta las metas y los planes estratégicos de la compañía, así como los resultados

de la planeación en recursos humanos.

- **Análisis de las tareas y procesos**

Las organizaciones sólo empiezan a funcionar cuando las personas que deben cumplir papeles específicos o actividades solicitadas ocupan sus posiciones correspondientes.

Es por ello que, como señalan Mondy y Noe (2005), resulta necesario realizar un análisis que permita determinar y documentar tanto las tareas como las responsabilidades y deberes propios de cada puesto de trabajo dentro de la institución (descripciones del puesto), como las habilidades, capacidades y conocimientos requeridos para desempeñarse en cada uno de los mismos (especificaciones del puesto).

- **Análisis del personal**

Dirigida a los empleados individuales, cuestionando, ¿a quién se necesita capacitar? y ¿qué clase de capacitación se necesita? Hay que comparar el desempeño del empleado contra los estándares establecidos (Chiavenato, 2008).

2.2.2.2. Objetivos de la capacitación:

Para Chiavenato (2009), los principales objetivos de la capacitación son:

- Preparar a las personas para la realización inmediata de diversas tareas del puesto. Es decir que las personas estén capacitadas, aptas para desempeñar su función.
- Brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo y no solo en sus puestos actuales, sino también para otras funciones más complejas y elevadas. Capacitar a los trabajadores para que puedan desempeñar sus funciones y puedan acceder a otros puestos de trabajo que puedan rotar que no queden en una sola actividad.
- 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.

2.2.2.3. Técnicas de capacitación en cuanto al lugar de aplicación

Chiavenato (2009), señala que de acuerdo al lugar de aplicación, las técnicas de capacitación se clasifican en capacitación en el lugar de trabajo y fuera del lugar de trabajo. La primera se refiere a la que se desarrolla cuando el educando realiza tareas en el propio lugar de trabajo, mientras que la segunda tiene lugar en un aula o local preparado para esta actividad.

a) Capacitación en el lugar de trabajo:

Pueden impartirla trabajadores, supervisores o especialistas de staff. No requiere acomodos ni equipos especiales, y constituye la forma más común de capacitación. Es muy bien acogida en razón de que es muy práctica, pues el empleado aprende mientras trabaja. Las empresas pequeñas o medianas invierten en este tipo de capacitación. La capacitación en el puesto presenta varias modalidades: Admisión de trainees (aprendices) que se entrenan en ciertos puestos, rotación de puestos, entrenamiento de algunas tareas y enriquecimiento del puesto, etcétera.

Como dice el autor esta es una de las actividades más comunes que se desarrollan en la empresa es factible ya que al trabajador se le capacita y practica a la vez.

b) Capacitación fuera de lugar de trabajo:

La mayor parte de los programas de capacitación que tiene lugar fuera del trabajo no se relaciona directamente con él y, en general, complementa la capacitación en el trabajo. La ventaja es la total inmersión del educando en la capacitación, lo que no es posible cuando desempeña las labores del puesto. Las principales técnicas o métodos de capacitación fuera del trabajo son: Aulas para exposiciones, expositiva y

conferencias, seminarios y talleres y películas, transparencias, videocintas (televisión).

2.2.2 Competitividad

2.2.2.1 Teoría Sobre La Competitividad.

Para Estrada (2013), la Competitividad es un término microeconómico, referido principalmente al ámbito de la empresa y su capacidad para competir frente a otras en el mercado. La distorsión se produce cuando pasamos a usarlo en términos agregados, macroeconómicos, para referirnos a países o incluso áreas económicas como la propia Unión Europea. Por un lado, hay que tener en cuenta que las empresas no son como los países, no disponen de una «demanda interna» relevante que se cubra parcialmente con producción propia. Tampoco se puede agregar sin más el conjunto de empresas, muy diferentes entre sí en sus estructuras de producción, nivel tecnológico, poder de mercado. Y además hay que tener en cuenta que no todos los productos y servicios son exportables. Por tanto, al hablar de la competitividad de un país, en realidad nos estamos refiriendo a una gama muy dispar de empresas y sectores económicos.

Mientras que Haidar (2012), dice que la competitividad de calidad y de precios se define como la capacidad de

generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijado una cierta calidad. Concebida de esta manera se asume que las empresas más competitivas podrán asumir mayor cuota de mercado a expensas de empresas menos competitivas, si no existen deficiencias de mercado que lo impidan.

2.2.2.2 Estrategias Competitivas

Cabrera; López y Ramírez (2011), plantean que la estrategia competitiva establece el éxito o fracaso de las empresas. La estrategia se refiere a una habilidad o destreza, y la competitividad (es decir, la capacidad de hacer uso de esa destreza para permanecer en un ambiente) es entonces un indicador que mide la capacidad de una empresa de competir frente al mercado y a sus rivales comerciales.

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

- b) Diferenciación:** estrategia que permite a las MYPE y organizaciones marcar una alta y definida diferenciación de sus productos en relación con la competencia, siempre debe salir primero al mercado llegando de esa forma a la mente del consumidor con mayor velocidad. Es difícil encontrar mercados que no estén saturados o muy desarrollados.
- c) Enfoque:** referida al segmento de mercado para competir mejor sin tener que andar diversificando esfuerzos. Lo ideal es tener las tres estrategias, ellas por separado convierte una organización en una organización medianamente competente.

2.2.2.3 Ventaja competitiva.

Una empresa tiene ventaja competitiva cuando se encuentra en una mejor posición para defenderse contra las fuerzas competitivas y mantener a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas: elaborar un producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos en los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia.

La ventaja competitiva se obtiene cuando se hace algo diferente dentro del proceso tradicional de tu industria y que te da una ventaja exponencial sobre cualquiera de tus competidores. Aunque sea un cambio pequeño, año con año se va ganando un poco de ventaja, con el tiempo la empresa crecerá hasta que tus competidores no te puedan alcanzar, ahora no basta que las MYPES busquen sólo llegar al consumidor final, sino que además de este busquen nuevos mercados (Emprende pyme, 2014).

Porter (2013), señala que es la condición favorable que obtienen las empresas al realizar actividades de manera más eficiente que sus competidores lo que se refleja en un costo inferior; o realizarlas de una forma peculiar que les permite crear un mayor valor para los compradores y obtener un sobreprecio. El valor se mide por el precio que los compradores están dispuestos a pagar. Las fuentes potenciales de ventaja competitiva están por todas partes en una empresa. Cada departamento, instalación, oficina, sucursal y otras unidades organizacionales tienen un papel que debe ser definido y comprendido.

Según Weinberger (2009), la ventaja competitiva de una empresa se genera dentro de la organización, sobre la base del análisis de los recursos, las capacidades y las

competencias de la empresa. Algunas fuentes de ventajas competitivas son:

- a) El registro de una patente, que permita tener propiedad intelectual.
- b) El registro de una marca, que permita identificar y posicionar un producto, servicio o una empresa, como una marca de calidad.
- c) Una ubicación privilegiada, que ninguna otra empresa pudiera tener por un tiempo determinado.
- d) Un equipo o maquinaria, que por su nivel de especialización tecnológica no pueda ser adquirido por algún competidor cercano en el corto o mediano plazo.
- e) Un sistema de información, que permita tomar decisiones rápidas y eficientes, y así estar un paso adelante de los competidores.
- f) Un equipo de trabajadores capaces, fieles a la organización y plenamente comprometidos con la calidad del servicio al cliente. Cualquiera fuera el caso, la ventaja competitiva debe basarse en alguna capacidad de la empresa que resulte ser valiosa, insustituible, rara, costosa de imitar y que perdure en el tiempo.

III. Hipótesis

3.1. Hipótesis General

Según Hernández Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación:

Según Díaz (2009), es no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observara el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto es transversal porque los datos se recopilaron en un momento específico.

Tipo de investigación descriptiva

Para González (2008), es cuantitativo, porque se midió la frecuencia, el porcentaje en cada variable y según el diseño de la investigación.

Nivel de la Investigación:

Es de tipo descriptivo porque enumera las características de cada variable.

Según Álvarez (2007), sostiene que el tipo de investigación fue descriptiva, porque solo se enumeran las partes más relevantes de las variables en estudio.

4.2. Población y Muestra

Población

La población está constituida por las MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del centro Comercial Los Algarrobos Piura, periodo 2018.

Muestra

Se tomó una muestra poblacional de 10 MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del centro Comercial Los Algarrobos Piura, periodo 2018.

Para la variable capacitación, la muestra estará conformada por los trabajadores de las MYPES en estudio, considerándose una población pequeña se considera la población igual a la muestra ($N=n$), es decir 10 trabajadores.

Para la variable competitividad, la muestra estará conformada por los clientes, considerando una población infinita, la muestra se determina mediante la fórmula:

$$n_0 = \frac{Z^2 P Q}{E^2}$$

P= Proporción de clientas que compran prendas de vestir sport para damas.

P= 0.91 (91%)

Q= 0.09 (9%)

Z= 1.96

E=0.05 (5%)

Reemplazando en la formula resulta

$$n_0 = \frac{Z^2 P Q}{E^2} = 126$$

Criterios de inclusión y exclusión.

Para el desarrollo de la presente investigación se incluyen a las mujeres clientes con un rango de 18 a 50 años, que se muestres participes en la investigación a realizar. Por otro lado, se excluyen a clientes hombres o clientes que presenten alguna ocurrencia psicológica no apta para el recojo de información.

4.3. Definición y Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Escala	Metodología
Capacitación	Vizcarra (2009), considera que la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo.	Necesidades de capacitación	Análisis organizacional Análisis de tareas o procesos Análisis del personal	Se medirá a través del análisis organizacional, análisis de tareas y del personal, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores	Nominal	Cuantitativo Descriptivo No experimental y Transversal.
		Técnicas de Capacitación	Capacitación en el lugar de trabajo. Capacitación fuera de lugar de trabajo.	Se medirá a través de los indicadores dentro y fuera del trabajo, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores.	Nominal / Ordinal	Cuantitativo Descriptivo No experimental y Transversal.
Competitividad	Estrada (2013), capacidad de una empresa para competir frente a otras en el mercado, generando mayor satisfacción en los consumidores.	Estrategias competitivas	Liderazgo en costos Diferenciación Enfoque	Se medirá a través liderazgo en costos, diferenciación y enfoque, mediante el cuestionario aplicado a los clientes.	Nominal / Ordinal	Cuantitativo Descriptivo No experimental y Transversal.
		Ventajas Competitivas	Marca Precio, Ubicación Diferenciación Tecnología Personal Capacitado	Se medirá mediante las ventajas competitivas como la marca, precio, ubicación, diferenciación, tecnología, personal capacitado, mediante el cuestionario aplicado a los clientes	Nominal / Ordinal	Cuantitativo Descriptivo No experimental y Transversal.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Por el tipo y nivel de investigación se utilizara para la variable capacitación como técnica el cuestionario que será aplicado mediante una encuesta esta se aplicara a los colaboradores que es la población a la que se investiga; mientras que para la variable rentabilidad por los objetivos de la investigación se aplicara a los dueños mediante un cuestionario que se desarrollará a través de una encuesta la que almacenara los datos brindados y nos llevara a un análisis de los resultados y lograr establecer conclusiones

4.5. Plan de Análisis

Permitirá dar respuesta a las preguntas de la investigación. Se señala el tratamiento estadístico de los datos (Excel o SPSS) y el tipo de técnica estadística que se empleará: inferencial o descriptiva.

Las descriptivas sirven para caracterizar y sintetizar datos utilizando distribuciones de frecuencia, promedios, porcentajes y varianzas.

4.6. Matriz de Consistencia

Titulo	Problema	Objetivo General	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica/ Instrumento		
Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, 2018	¿Cuáles son las principales características de la capacitación y competitividad de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, año 2018?	Determinar las principales características de la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, año 2018?	Conocer las necesidades de capacitación del personal que labora en las MYPES, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura,2018.	Según Hernández Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.	Capacitación humana	Vizcarra (2009) considera que la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo.	Necesidades de Capacitación.	- Análisis organizacional - Análisis de tareas o procesos - Análisis del personal	Encuesta/ Cuestionario		
			Conocer las técnicas de capacitación de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, 2018.					Técnicas de Capacitación.		- Capacitación en el lugar de trabajo. - Capacitación fuera de trabajo.	Encuesta/ Cuestionario
			Identificar las estrategias competitivas de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas					Estrada (2013), capacidad de una empresa para competir frente a otras en el mercado, generando		Estrategias Competitivas	

			del centro comercial los algarobos Piura, 2018.		t i v i d a d	mayor satisfacción en los consumidores.			
			Conocer las ventajas competitivas que brindan las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarobos Piura, 2018.				Ventajas Competitivas.	Marca Precio, Ubicación Diferenciación Tecnología Personal Capacitado	Encueta/ Cuestionario

4.7. Principios Éticos

Los principios éticos son los instrumentos que orientan el desarrollo actitudinal y el comportamiento de las personas que intervienen en la investigación. Se respeta la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio. Por otro lado la investigación se realiza con independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, pluralismo y responsabilidad social., principio de autonomía y la complejidad. La solidaridad. (García de Alba, 2007).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1 Conocer las necesidades de capacitación del personal que labora en las MYPES, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos –Piura, 2018.

Tabla 1: ¿La MYPE ofrece capacitación?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	4	40
No	6	60
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 2: ¿Existe algún tipo de control que evalué al personal después de la capacitación?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	4	40
No	6	60
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 3: ¿Cree que la capacitación beneficia a la MYPE?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	10	100
No	0	0
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 4: ¿Se adapta usted rápido al trabajo?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	8	80
No	2	20
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 5: Se determina que habilidades o actitudes se necesitan capacitar?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	8	80
No	2	20
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 6: ¿Cuenta con conocimientos para desempeñar las actividades del puesto de trabajo?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	8	80
No	2	20
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 7: Ha recibido algún curso de capacitación en tu puesto de trabajo?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	1	10
No	9	90
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 8: ¿Considera que necesita capacitación?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	9	90
No	1	10
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

5.1.2 Conocer las técnicas de capacitación de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos –Piura, 2018.

Tabla 9: La Capacitación en un lugar adecuado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	7	70
No	3	30
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 10: ¿La capacitación es personal?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	9	90
No	1	10
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 11: Mediante que técnicas de capacitación prefiere ser capacitado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seminarios	1	10
Talleres	1	10
Charlas	8	80
Total	10	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

5.1.3 Identificar las estrategias competitivas de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos –Piura, 2018.

Tabla 12: Realiza compras reiteradas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	83	66
No	43	34
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 13: Flexibilidad en precios

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	71	56
No	55	44
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 14: Expectativas de calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	92	73
No	34	27
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 15: Atención rápida

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	95	75
No	31	25
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 16: Preferencia

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por sus precios	43	34
Por su atención	35	29
Por su ubicación	47	37
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 17: En los stands del centro comercial encuentra ropa sport exclusiva para dama

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	82	70
No	44	30
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

5.1.4 Conocer la ventajas competitivas que brindan las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial los Algarrobos-Piura, 2018.

Tabla 18: Diferenciación de Productos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	76	60
No	40	40
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 19: Precios

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altos	09	7
Medios	32	25
Bajos	20	16
Accesibles	65	52
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 20: Buena ubicación

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	107	85
No	19	15
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 21: Innovación del servicio

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	19	15
No	107	85
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 22: Personal capacitado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	86	68
No	40	32
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 23: Seguridad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	60	48
No	66	52
Total	126	100

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

5.2. Análisis de Resultados

Como resultado de la aplicación del cuestionario se obtuvieron los siguientes datos que se analizarán a continuación con referente a los cuadros anteriores.

5.2.1 Capacitación

Tabla N° 1. Con respecto a la pregunta ¿La MYPE ofrece capacitación?, el 60% respondieron que No, lo que coincide Palacios (2013), quien dice que el 52% de los trabajadores no fueron capacitados, lo que hace suponer que hasta la actualidad las MYPES no consideran la capacitación de sus empleados para generar competitividad en el mercado.

Por otro lado Siliceo (2006), señala que las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en mejores condiciones a su tarea diaria.

Según Chiavenato (2009), detectar o diagnosticar las necesidades de capacitación es el primer paso en el proceso de capacitación, esta etapa contribuye a que la empresa no corra el riesgo de equivocarse al ofrecer una capacitación inadecuada, lo cual redundaría en gastos innecesarios.

Tabla N° 2. Con relación a la pregunta ¿existe algún tipo de control que evalué al personal después de la capacitación? El 60% de los encuestados dijo que no, según Trujillo (2014), Concluye que el

66.67% consideran que la capacitación es un gasto, el 80% no capacitan a su personal y el 53.33% mencionan que sus empleados no están capacitados para atender al cliente por lo tanto no existe capacitación adecuada y no hay un control de la misma.

Según los resultados, en las MYPES que sí se considera la capacitación de sus colaboradores, en un mínimo porcentaje, este proceso aún no se llega a complementar. Según Chiavenato (2009), considera que la etapa final del proceso de capacitación, es la evaluación de los resultados; el programa de capacitación debe incluir la evaluación de su eficiencia, la cual debe considerar dos aspectos: constatar si la capacitación produjo las modificaciones deseadas en la conducta de los empleados, verificar si los resultados de la capacitación tienen relación con la consecución de las metas de la empresa.

Tabla N° 3. Con relación a la pregunta ¿Cree que la capacitación Beneficia a la MYPE?, donde el 100% de los encuestados dijo que sí, lo que concuerda con Moreira (2013), que concluye que el 91% del personal manifiesta que la capacitación es un factor importante para mejorar la calidad del servicio al cliente.

Según Enciclopedia Virtual (2018), la capacitación es una herramienta importante para todas las áreas de la empresa, para el buen funcionamiento de las mismas.

Chiavenato (2009), manifiesta que en la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo.

Tabla N° 4. Con relación a la pregunta ¿Se adapta usted rápido al trabajo? El 80% de los encuestados dijo que sí, lo que concuerda con Correa (2018), que se debe tomar en cuenta los estándares de desempeño, adaptabilidad, las habilidades y actitudes de cada trabajador en lo personal, permitiendo conocer a quien capacitar y que clase de capacitación brindar.

Aguilar (2006) define que con la capacitación se busca aplicar un proceso educativo por medio del cual las personas busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Por lo tanto acudiendo a Sosa y Chiavenato (2009), se determina que los empresarios deben tomar en cuenta en caa capacitación las habilidades y actitudes que cada empleador tiene, logrando mejorar en lo individual, en los procesos y métodos de trabajo de cada empleador, y esto permitirá que se brinde una mejor atención al cliente, logrando atraerlo.

Tabla N° 5. Con relación a la pregunta ¿Se determina que habilidades o actitudes se necesita capacitar?, el 80% de los encuestados dijo que si, lo que concuerda con Correa (2018), debe

tomarse en cuenta que habilidades y actitudes del personal se debe brindar capacitación.

Chiavenato (2009), señala que la capacitación es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

Aguilar (2006), define la capacitación como un proceso educativo por medio del cual las personas adquieren conocimientos, habilidades y actitudes para el desempeño de sus cargos, capacitación o desarrollo de personal.

Tabla N° 6. Con relación a la pregunta ¿Cuenta con conocimientos para desempeñar las actividades del puesto de trabajo?, el 80% de los encuestados concluyo que sí, Según Sosa (2014), al realizar un DNC se concluye que se necesita reforzar los conocimientos del personal.

Aguilar (2006) La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente. Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto.

Tabla N° 7. Con relación a la pregunta ¿Ha recibido algún curso de capacitación en su puesto de trabajo?, el 90% dijo que no,

según Romero (2013), el 70% de los empresarios no capacita a su personal porque considera a la capacitación como una inversión.

Tapia (2013), donde dice capacitación del personal de las MYPE son un tema de mucha influencia actualmente para el desarrollo de las MYPE.

Cabe mencionar que las MYPES en estudio no sólo deben brindar capacitación a su personal sino además hacer un seguimiento una retroalimentación de las funciones de cada área.

Tabla N° 8. Con relación a la pregunta ¿Considera que necesita capacitación? Donde el 90% dijo que si, según Sosa (2014), de acuerdo al DNC el personal necesita reforzar sus conocimientos.

Chiavenato (1999) la capacitación es beneficiosa porque ayuda al trabajador a identificarse con los objetivos de la empresa, mejora el conocimiento, la comunicación y permite el logro de metas.

En el caso de las MYPES de estudio la mayoría de encuestados afirmaron que la capacitación es rentable mejora la comunicación entre jefes y subordinados.

Hernández (2014), considera la capacitación como un punto clave y alternativo para el crecimiento de las instituciones y empresas es algo que ya no se puede dejar de lado, pues pretende dar respuesta ante las necesidades cada vez más imperativas de la sociedad; lo que lleva a considerar que la capacitación es fundamental para desarrollar

las habilidades del colaborador para lograr excelencia en la atención al cliente.

Tabla N° 9. Con relación a la pregunta ¿La capacitación se realiza en un lugar adecuado?, de los encuestados el 60% de los encuestados dijo que sí,

Según Correa (2018), casi en su totalidad los propietarios realizan capacitaciones con interacción cara – cara, realizando capacitación en el mismo lugar de trabajo.

Chiavenato (1999), la capacitación se debe realizar en lugar adecuado, esta beneficia a las organizaciones porque conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas, mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles y la estabilidad del trabajador en tu puesto dentro de la MYPE.

La mayoría de las MYPES en estudio realizan una capacitación frente a frente y en el mismo local, ya que no cuentan con un lugar adecuado e implementado ya que esto demandaría altos costos, por lo tanto prefieren realizarlo en el mismo lugar de trabajo, este tipo de capacitación a veces es la adecuada ya que le permite al administrador interactuar frente a frente con el trabajador en su área de trabajo.

Tabla N° 10. Con relación a la pregunta ¿La capacitación es personal?, Según Correa (2018), la capacitación que se brinda es personalizada propietario-trabajador. Además según Canessa y Fliess

(2008), concluyen que se debe dictar una capacitación presencial complementando con el e-learning (uso de tecnología).

Chiavenato (2009), Capacitación en el lugar de trabajo; pueden impartirla trabajadores, supervisores o especialistas de staff. No requiere acomodados ni equipos especiales, y constituye la forma más común de capacitación.

Tabla N° 11. con respecto a la pregunta ¿durante el tiempo que labora en la MYPE, qué técnicas de capacitación ha recibido? Se observó que el 80% de los encuestados prefiere ser capacitado mediante charlas. Según Sosa (2013), concluye que la mayoría de participantes prefiere ser capacitado mediante charlas.

Según Rodríguez & Morales (2009), hay que considerar que los seres humanos aprendemos por medio de imágenes, sonidos, palabras, de sentir y experimentar sensaciones utilizando la mente y el cuerpo.

5.2.2 Competitividad

Tabla N° 12 ¿Usted realiza compras reiteradas en esta MYPE? El 66% respondió que sí, lo que concuerda con Suarez (2018), dónde se obtuvo con respecto a liderazgo en costos que los precios son muy accesibles y que el nivel de clientes es alto por la calidad y los precios. Porter (2013), liderazgo en costos como potencial ventaja competitiva, es la de ofrecer productos o servicios al menor costo de la industria.

Tabla N° 13 ¿La MYPE brinda flexibilidad en sus precios? de los cuales el 56% afirma que sí, según Mantilla, Vilcacundo, Ruiz & Mayorga (2015), la estrategia de liderazgo en costos constituye la mejor fuente de estrategia competitivas ante la competencia, incluso por encima de la diferenciación o de la estrategia de enfoque, mucho menos utilizadas en el contexto local.

De acuerdo a Cabrera, López y Ramírez (2011), esta estrategia busca captar un amplio espectro del mercado para el cual el precio es una característica esencial del producto.

Tabla N° 14 ¿Las ventas satisfacen sus expectativas de calidad? El 73 % de los encuestados afirma que sí, lo que contradice a Sernaqué (2015), que la calidad del producto solo influye en un 40% de los encuestados a la hora de compra.

Por lo tanto acudiendo a Romero & Guevara y Weinberger, se determina que las MYPE deben de brindar un precio promedio al consumidor que genere utilidad a la MYPE y se brinde una calidad del producto, para que el consumidor se sienta satisfecho y esté dispuesto a pagar por el servicio.

Tabla N°15 ¿Le ofrecen una atención rápida?, el 75% afirma que sí, de acuerdo a Sernaqué (2015), el 45% de los encuestados se sienten satisfechos con el servicio brindado por la MYPE.

Luna (2012) indico que las personas deben de ser competitivas para alcanzar sus objetivos, lo que se observa en las MYPES que sus clientes

valoran la atención por parte de los trabajadores, ya que estos ofrecen en su mayoría un trato amigable lo cual es un punto a su favor.

Tabla N° 16 ¿Diga usted porque prefiere comprar en las MYPES del centro comercial?, el 37% de los encuestados dijo que sí, lo que concuerda con Suarez (2018), donde afirma que los precios forman parte de la estrategia competitiva aplicada por la MYPE.

Lo que coincide con Chiavenato (2009), La ventaja competitiva es lo que hace diferente a una empresa es lo que la diferencia de las demás, puede ser una marca, precio, su ubicación o algo que es característico de la empresa y por lo que los clientes acuden a ella.

Las MYPES en estudio se encuentran ubicadas en pleno centro de la ciudad de Piura, aprovechan su ubicación ya que es una avenida muy concurrida y es accesible a la mayoría de la población.

Tabla N° 17 ¿En los stands del centro comercial encuentra exclusividad en las prendas de vestir para damas?, el 70% de los encuestados estuvo de acuerdo. Con respecto a la estrategia de enfoque las MYPES del centro comercial los algarrobos se centra en un mercado específico como lo es la venta de ropa sport para damas, lo que difiere con Domínguez (2014), que se caracteriza por tener un mercado más amplio al comercializar prendas de vestir de todo tipo ya sea para damas, caballeros y niños.

Según Kotler (2002), un nicho de mercado es un grupo con una

definición más estrecha (que el segmento de mercado). Por lo regular es un mercado pequeño cuyas necesidades no están siendo bien atendidas.

Tabla N° 18 ¿Los productos que ofrecen son de buena calidad? el 60 % concluye que Sí, lo que concuerda con Chiavenato (2009), La ventaja competitiva es lo que hace diferente a una empresa es lo que la diferencia de las demás, puede ser una marca, precio, su ubicación o algo que es característico de la empresa y por lo que los clientes acuden a ella.

Campos Jibaja (2015), quien en su tesis encuentra que los clientes en 100% de los encuestados aprecian el factor calidad como vital para que una empresa logre ser competitiva.

Según Palacios (2014), manifestó que la competitividad es también la búsqueda de un posición relativamente favorable en un mercado, con respecto a los niveles, la cual le permitirá permanecer y expandirse.

Las MYPES en estudio ofrecen productos de buena calidad entre los que se encuentran prendas de vestir nacionales 100% algodón peruano la mayoría trabaja con proveedores peruanos y también exhiben algunas prendas exportadas de EE.UU y china, siempre manteniendo la calidad en sus productos.

Tabla N° 19 ¿Cómo considera usted los precios que ofrecen las MYPES del centro Comercial?, El 52% de los encuestados

considera que ofrecen precios accesibles. Según Mantilla, Vilcacundo, Ruiz & Mayorga (2015), concluye que los precios forman parte de la ventaja competitiva de las MYPES.

Según Geoffrey Randall (2007), la política general de fijación de precios de una empresa es una decisión estratégica. La mayoría de los clientes tienen en cuenta primero la calidad del producto luego el precio esos factores son los que tiene en cuenta a la hora de elegir un producto.

Tabla N° 20 ¿Las MYPES del centro comercial tienen una buena ubicación?, el 85% de los encuestados considera que las MYPES en estudio cuentan con una buena ubicación. Según Weinberger (2009), la ventaja competitiva de una empresa se genera dentro de la organización, sobre la base del análisis de los recursos, siendo el lugar o ubicación una de estas ventajas.

Las MYPES del centro Comercial Los Algarrobos Piura cuenta con un lugar privilegiado ya que están en pleno centro de la ciudad esto es motivo por el cual son accesible a todo tipo de clientes.

Tabla N° 21 ¿Las MYPES cuentan con tecnología en su forma de pago?, la mayoría de los encuestados 85% considera que no cuentan con tecnología. Según Sernaqué (2015), concluye que el 87% de los encuestados no cuentan con uso de tecnología (POS) el no contar con la misma representa una desventaja frente a la competencia.

Según Weinberger (2009), Un equipo o maquinaria, que por su nivel de especialización tecnológica son considerados como una ventaja competitiva. Con respecto a la gran mayoría de estas MYPES no cuentan con tecnología, como se puede apreciar, en su forma de pago todavía lo realizan mediante boletas y facturas manuales, lo que a veces es muy incómodo para algunos clientes que suelen usar tarjetas de crédito o dinero plástico como se le llama.

Tabla N° 22 ¿Considera usted que el personal de la MYPE está capacitado para atender al cliente?, el 32% considera que No cuenta con personal capacitado lo que concuerda con Domínguez (2014), que la mayoría del personal no está capacitado para atender al cliente.

Según Chiavenato (2009), la capacitación brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo y no solo en sus puestos actuales, sino también para otras funciones más complejas y elevadas.

Tabla N° 23 ¿Las MYPES brindan seguridad a sus clientes?, el 52% considera que no cuenta con la seguridad apropiada para sus clientes. Como indica Weinberger (2009), el lugar donde se desarrolla la MYPE es importante porque debe brindar un ambiente acogedor y protector hacia sus clientes, en el caso de las MYPES en estudio se concluye que no brindan mucha seguridad ya que son espacios muy reducidos dónde a veces se genera el congestionamiento por parte de

los clientes.

Según Torres (2012), quien señala que el factor de éxito tomado en cuenta para determinar el grado de competencia de la infraestructura física ecuatoriana fue: la calidad general de la infraestructura.

CONCLUSIONES

1. En función al primer objetivo, sobre las necesidades de capacitación del personal que labora en las MYPES rubro prendas de vestir sport para damas del Centro comercial los algarrobos, se determinó que aplican análisis organizacional, de personas y de tareas, los trabajadores consideran que la capacitación beneficia a la MYPE, además éstos necesitan capacitación constante, esto incrementa sus habilidades y mejora sus actitudes para desempeñar mejor sus funciones en su puesto de trabajo.
2. En función al segundo objetivo, sobre las técnicas de capacitación del personal que labora en las MYPES rubro prendas de vestir del Centro comercial los algarrobos, se concluyó que cumplen con la capacitación en el lugar y fuera del trabajo ya que se realiza capacitación personal que labora en la MYPE, los mismos que prefieren ser capacitados mediante charlas, las cuales deben realizarse en un lugar adecuado.
3. En función al tercer objetivo, sobre las estrategias competitivas de las MYPES rubro prendas de vestir sport para damas del Centro comercial los algarrobos, se concluyó que cumplen con la estrategia de enfoque, diferenciación y liderazgo en costos ya que las MYPES cuentan con exclusividad en sus prendas de vestir, brindan una atención rápida, además cumplen con las expectativas de calidad en sus productos, es por ello que existe fidelización por parte de estos, existe

flexibilidad en sus precios y sus clientes la prefieren porque cuentan con una buena ubicación ya que se encuentran en pleno centro de la ciudad.

4. En función al cuarto objetivo, sobre las ventajas competitivas las MYPES rubro prendas de vestir sport para damas del Centro comercial los algarrobos, se ha identificado que cuenta con ventajas competitivas, cuenta con ubicación estratégica ya que está en el centro de Piura, además brinda precios accesibles y productos de buena calidad.

BIBLIOGRAFIA

- Adanaqué. (2014). Capacitación y la rentabilidad en las MYPE servicio–rubro hospedaje de Piura, año 2013. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura, Perú. Piura.
- Aguirre Beltrán, P. (2006). MYPE (Micro y pequeña empresa) Perú. Trabajo de investigación, Lima. Recuperado el 27 de noviembre de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos39/micro-empresas/micro-empresas.shtml>. Lima: Universidad San Marín de Porres, .
- Bazan, J. (2008). La demandad de crédito en las mypes industriales de la provincia de Leoncio Prado - Tingo Maria - Perú 2006. Tesis de licenciado, Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo Maria. Recuperado el 10 de diciembre de 2016. Tingo Maria: Universidad Agaria de la Selva.
- Correa Reyes, F. N. (2018). "caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPE del rubro restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura, año 2018". Piura: Universidad catolica Los Ángeles Chimbote.
- Chiavenato, I. (1999). "Administración de Recursos Humanos". En I. Chiavenato, "Administración de Recursos Humanos". Editorial Mc Graw Hill.
- Coello. (2013). “Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2011”. Chimbote.
- Echavarría Sánchez, A. &. (2011). Alternativas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas mexicanas. Guadalajara. mexico.
- Estrada. (2013). Qué hacemos con la competitividad. España: Ediciones Akal .
- Flores García, Y. (2012). Propuesta de Mejora del Nivel de Gestión del proceso de Planificación y Organización de las TIC en la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones de la Provincia de Piura – Departamento de Piura en el año 2012. Tesis, Piura, Piura.
- Gomez. (2014). Caracterización de Capacitación y Servicio al Cliente de las MYPE, Rubro Restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013. Universidad

- Católica los Ángeles Chimbote. . Piura.
- Gonzalez, G. (12 de junio de 2015). Participacion de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las Mypes textiles de Lima Metropolitana 1990 -2000. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Empre/gomero_gn/Cap4.pdf
- La Republica. (10 de setiembre de 2015). Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/189727-las-pymes-y-la-economia-peruana>
- Lequernaque. (2015). “Caracterización de la capacitación y competitividad “ Universidad Catolica los Angeles Chimbote. Piura.
- López. (2013). “Caracterización del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio - rubro artículos de ferreterías y de electricidad del Distrito de Chimbote mercado ferrocarril periodo 2011 - 2012”. Huaraz, Chimbote.: Universidad Católica Angeles Chimbote.
- Luna Corre, J. (2012). Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato. Universidad de Celaya. Celaya. Celaya, Guanajuato-Mexico.
- Mantilla, V. R. (2015). “La innovación tecnológica y la competitividad de las pymes manufactureras del Cantón Ambato” . . Guanajuato- Mexico.
- Palacios. (2013). "caracterización de capacitación y Competitividad en las MYPE rubro ropa de bebés del Mercado de Piura, 2013". Piura.
- Pimentel, C. (2015). “Caracterización De La Capacitación En Técnicas De Venta En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio - Rubro Venta Al Por Menor De Productos Textiles Y Prendas De Vestir (Boutiques) Del Distrito De Huaraz, 2015” . Huaraz: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Pinto. (2006). Introducción a la pedagogía general. México: sigloXXI. Mexico.
- Porres, U. S. (2014). En U. S. Porres, GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR (pág. 10). Lima.
- Producción, M. d. (02 de julio de 2018). Direccion General de Mype y Cooperativas. Obtenido de http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/2/jer/PLAN_MYPE_2011_2021/propuesta-plan-mype-2011-2021.pdf
- Romero. (2013). “Caracterización de la capacitación de las micro y pequeñas

- empresas del sector comercio- rubro compra/venta de ropa para 17 adultos de huacho, año 2013”. Huacho: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote-Huacho.
- Saavedra, M. &. (2013). Determinación de la Competitividad de la MYPE en el nivel micro: El caso del Distrito Federal de Mexico, Presentado en la Universidad Politecnica de Mexico. Mexico.
- Sepúlveda, R. y. (1999). Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural Comunitario en la región Cuzco. Lima.
- Sosa Guerra, Y. (2014). Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del Instituto Tecnológico del Nororiente (ITECNOR), ubicado en los llanos de La Fragua, Zacapa. Universidad Rafael Landívar. . Guatemala, Zacapa.
- Suarez, C. (2018). “Caracterización Del Capital Humano Y La Competitividad En Las MYPE Comerciales, Rubro Librerías De Piura Centro, Año 2018.” . Piura: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote- Piura.
- Trujillo. (2010). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector industrial - rubro confecciones de ropa deportiva del distrito del cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008 - 2009”. Perú: ULADECH. Arequipa.
- Valderrama Villanueva, S. (2015). Gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector comercio - rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014. Tesis de Licenciada, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Trujillo. . Porvenir, Trujillo.
- Vizcarra, N. 2. (12 de julio de 2018). Mundo mypes. Importancia de la Capacitación para las mypesS. . Obtenido de <http://www.mundomypes.com/articulos/44-recursos-humanos/167-importancia-de-la-capacitacion-para-las-mypes.html>10

Anexos

Matriz Cuadro Preguntas

Título	Problema	Objetivo General	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica/ Instrumento
Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, 2018	¿Cuáles son las principales características de la capacitación y competitividad de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, año 2018?	Determinar las principales características de la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, año 2018?	Identificar las necesidades de capacitación del personal que labora en las MYPES, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura,2018.	Según Hernández Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.	C a p a c i t a c i o n	Vizcarra (2009) considera que la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo.	Necesidades de Capacitación.	- Análisis organizacional.	1)¿La MYPE ofrece capacitación? 2)¿Existe algún tipo de control que evalué al personal después de la capacitación? 3)¿Cree que la capacitación beneficia a la MYPE?
								- Análisis de tareas o procesos.	4)Se adapta usted rápido al trabajo? 5)¿Se determina que habilidades o actitudes se necesitan capacitar?
								- Análisis del personal.	6)¿Cuenta con conocimientos para desempeñar las actividades del puesto de trabajo? 7)¿Has recibido algún curso de capacitación en tu puesto de trabajo? 8)¿Considera que necesita capacitación?

		Identificar las técnicas de capacitación de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, 2018.			Técnicas de Capacitación.	- Capacitación en el lugar de trabajo.	9)¿La capacitación se realiza en un lugar adecuado?
		Identificar las estrategias competitivas de las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos Piura, 2018.			Estrategias Competitivas	- Capacitación fuera de trabajo.	10) ¿La capacitación es personal? 11) ¿Durante el tiempo que labora en la MYPE que técnicas de capacitación ha recibido?
		Identificar las ventajas	C o m p e t i t i v i d	Estrada (2013), capacidad de una empresa para competir frente a otras en el mercado, generando mayor satisfacción en los consumidores.		- Liderazgo en costos	12. ¿Usted realiza compras reiteradas en esta MYPE? 13. ¿La MYPE brinda flexibilidad en sus precios?
						- Diferenciación	14. ¿Las ventas satisfacen sus expectativas de calidad? 15. ¿Le Ofrecen una atención rápida? 16. ¿Diga usted porqué prefiere comprar en la MYPE del centro comercial?
						- Enfoque.	17. ¿En los stands del centro comercial encuentra exclusividad en las prendas de vestir para damas?
						Marca	18. ¿Los Productos que ofrecen son de buena calidad?

		competitivas que brindan las MYPE, rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarobos Piura, 2018.	a d		Ventajas Competitivas.	<table border="1"> <tr> <td>Precio</td> <td>19. ¿Cómo considera usted los precios que ofrecen las MYPES del centro comercial?</td> </tr> <tr> <td>Ubicación</td> <td>20. ¿Las MYPES del centro comercial tienen una buena ubicación?</td> </tr> <tr> <td>Tecnología</td> <td>21. Las MYPES cuentan con tecnología en su forma de pago?</td> </tr> <tr> <td>Personal Capacitado</td> <td>22. ¿Considera usted que el personal de la MYPE está capacitado para atender a los clientes?</td> </tr> <tr> <td>Diferenciación</td> <td>23. ¿Las MYPES brindan seguridad a sus clientes?</td> </tr> </table>	Precio	19. ¿Cómo considera usted los precios que ofrecen las MYPES del centro comercial?	Ubicación	20. ¿Las MYPES del centro comercial tienen una buena ubicación?	Tecnología	21. Las MYPES cuentan con tecnología en su forma de pago?	Personal Capacitado	22. ¿Considera usted que el personal de la MYPE está capacitado para atender a los clientes?	Diferenciación	23. ¿Las MYPES brindan seguridad a sus clientes?
Precio	19. ¿Cómo considera usted los precios que ofrecen las MYPES del centro comercial?															
Ubicación	20. ¿Las MYPES del centro comercial tienen una buena ubicación?															
Tecnología	21. Las MYPES cuentan con tecnología en su forma de pago?															
Personal Capacitado	22. ¿Considera usted que el personal de la MYPE está capacitado para atender a los clientes?															
Diferenciación	23. ¿Las MYPES brindan seguridad a sus clientes?															

PRESUPUESTO				
(Expresado en soles)				
RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	SUBTOTAL
I. BIENES DE CONSUMO				
LAPICEROS	5		2.00	10.00
TINTA DE IMPRESORA	2		45.00	90.00
USB	1		35.00	35.00
CUADERNILLOS	6		2.00	12.00
EMPASTADO	1		50.00	50.00
Papel report	2	MILLAR	24	48.00
ESPIRALADO	3		7.00	21.00
PASAJES				200.00
INTERNET	250	HORAS		
MOVILIDAD				300.00
IMPRESIONES	120	UNID	0.50	60.00
FOTOCOPIAS			100.00	100.00
LIBRO DE INVESTIGACION	02	UNID	85.00	170.00
LIBROS	02	UNID	90.00	180.00
VARIOS			100.00	100.00
ASESORIA PERSONALIZADA	60	HORAS	25.00	1500.00
TOTAL				2881.00

RELACIÓN DE LA MYPES DE ESTUDIO

MYPE	NOMBRE DEL REPRESENTANTE DE LA MYPE	RUC	DIRECCION
1. ELEGAN'S THAISA	DE: MARLY VASQUEZ YAZAKAMA	10411823411	AV. LORETO N°735 CC. EL ALGARROBO STAND 6 - PIURA
2. BONITAS MODA	DE: MOYRA JANETH MENDES ENCALADA	1043641306	AV. LORETO N° 704 CC. EL ALGARROBO STAND 94-PIURA
3. MAMBO JUICE	DE: RAMIREZ LOZANO DE HEREDIA DANA	10035957605	AV. LORETO N° 704 CC. EL ALGARROBO STAND 13 -PIURA
4. D'MAYRA	DE: MAURIOLA HUALLPAYUNCA MAYRA JULIANA	10421856856	AV. LORETO N° 710 CC. EL ALGARROBO STAND 18-PIURA
5.D MODAS. M&J	DE: MARITZA CALDERÓN INFANTE	10028994864	AV. LORETO N° 735 CC. EL ALGARROBO STAND 10-PIURA
6. NOVEDADES OTERO	DE: ESTRADA OTERO ANGELA CINTIA	10429652958	AV. LORETO N° 715 CC. EL ALGARROBO STAND 16 -PIURA
7. MODAS JANNY'S	DE: ROSADO DE GARCIA ROSA RENEE	10034644191	AV. LORETO N° 716 CC. EL ALGARROBO STAND 17 -PIURA
8. MODA JACKY	DE: ROJAS BACA EVELYN JACKELINE	10474166045	AV. LORETO N° 719 CC. EL ALGARROBO STAND 20 -PIURA
9. INVERSIONES MI ANGEL	DE: CARRILLO FLORES MIGUEL ANGEL	10428786667	AV. LORETO N° 745 CC. EL ALGARROBO STAND 34 -PIURA
10. NEGOCIOS FLORCITA	DE: - ORTIZ ATOCHA FLOR DE MARIA	10478140504	AV. LORETO N° 703 CC. EL ALGARROBO STAND 91 -PIURA

FLUJO DE ACTIVIDADES

N° Orden	Actividades	SEMANA															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Título de la investigación	■															
2	Planteamiento del problema		■														
3	Acopio bibliografía		■	■													
4	Selección bibliográfica			■													
5	Metodología de investigación				■												
6	Técnicas e instrumentos					■	■										
7	Técnicas para el procesamiento						■	■									
8	Elaboración de matriz de consistencia							■	■								
9	Redacción anteproyecto								■	■							
10	Elaboración de instrumentos de recolección									■	■						
11	Revisión y aprobación del proyecto de investigación por jurado										■	■					
12	Encuesta											■	■				
13	Codificación												■	■			
14	Tabulación													■	■		
15	Análisis e interpretación de datos														■	■	
16	Redacción preliminar del proyecto															■	■
17	Presentación de informe																■
18	Sustentación																■

CUESTIONARIO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CUESTIONARIO

Buenos días Sr(es), Solicito su colaboración respondiendo con sinceridad el presente Cuestionario, tiene por Objetivo: Determinar la Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MYPE Comerciales Rubro Prendas De Vestir Sport Para Damas Del Centro Comercial Los Algarrobos Piura- 2018.

Lea atentamente y marque con una **X** la alternativa que crea conveniente.

FECHA: / /

Encuestado (a):.....

I. CAPACITACIÓN (encuesta al trabajador)

- 1) ¿La MYPE ofrece capacitación?
 - a) Si
 - b) No

- 2) ¿Existe algún tipo de control que evalué al personal después de la capacitación?
 - a) Si
 - b) No

- 3) ¿Cree que la capacitación beneficia a la MYPE?
 - a) Si
 - b) No

- 4) Se adapta usted rápido al trabajo?
 - a) Si
 - b) No

- 5) ¿Se determina que habilidades o actitudes se necesitan capacitar?
 - a) Si
 - b) No

- 6) ¿Cuenta con conocimientos para desempeñar las actividades del puesto de trabajo?
- a) Si
 - b) No
- 7) ¿Has recibido algún curso de capacitación en tu puesto de trabajo?
- a) Si
 - b) No
- 8) ¿Considera que necesita capacitación?
- a) Si
 - b) No
- 9) ¿La capacitación se realiza en un lugar adecuado?
- a) Si
 - b) No
- 10) ¿La capacitación es personal?
- c) Si
 - d) No
- 11) ¿Durante el tiempo que labora en la MYPE que técnicas de capacitación ha recibido?
- a) Seminarios
 - b) Talleres
 - c) Charlas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CUESTIONARIO

Buenos días Sr(es), Solicito su colaboración respondiendo con sinceridad el presente Cuestionario, tiene por Objetivo: Determinar la Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MYPE Comerciales Rubro Prendas De Vestir Sport Para Damas Del Centro Comercial Los Algarrobos Piura- 2018.

Lea atentamente y marque con una **X** la alternativa que crea conveniente.

FECHA: / /

Encuestado (a):.....

II. COMPETITIVIDAD (encuesta al Cliente)

1. ¿Usted realiza compras reiteradas en esta MYPE?
 - a) Sí
 - b) No
2. ¿La MYPE brinda flexibilidad en sus precios?
 - a) Sí
 - b) No
3. ¿Las ventas satisfacen sus expectativas de calidad?
 - a) Sí
 - b) No
4. ¿Le Ofrecen una atención rápida?
 - a) Sí
 - b) No
5. ¿Diga usted porqué prefiere comprar en la MYPE del centro comercial?
 - a) Por sus precios
 - b) Por su ubicación

- c) Por su atención
6. ¿En los stands del centro comercial encuentra ropa soprt exclusiva para damas?
- a) Sí
 - b) No
7. ¿Los Productos que ofrecen son de buena calidad?
- a) Sí
 - b) No
8. ¿Cómo considera usted los precios que ofrecen las MYPES del centro comercial?
- a) Altos
 - b) Medios
 - c) Bajos
 - d) Accesibles
9. ¿Las MYPES del centro comercial tienen una buena ubicación?
- a) Sí
 - b) No
10. Las MYPES cuentan con tecnología en su forma de pago?
- a) Sí
 - b) No
11. ¿Considera usted que el personal de la MYPE está capacitado para atender a los clientes?
- a) Sí
 - b) No
12. ¿Las MYPES brindan seguridad a sus clientes?
- a) Sí
 - b) No

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

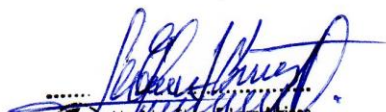
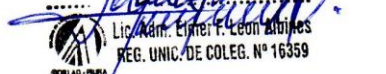
YO, ELMER FRAMBERTO LEÓN ALBINES;
identificado con DNI 03892193, MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumentos(s) de recolección de datos:

ENCUESTA, elaborado por
JENNY JNES MAZA ZAFATA.

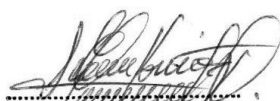

a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación : “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos (Piura), 2018”, que se encuentra realizando.

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

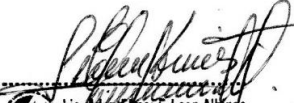



Piura, 22 de Agosto 2018

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿La MYPE ofrece capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿Existe algún tipo de control que evalúe al personal después de la capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿Cree que la capacitación beneficia a la MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿Se adapta usted rápido al trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿Se determinan qué habilidades o actitudes se necesitan capacitar?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Cuenta con conocimiento para desempeñar las actividades del puesto de trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿Has recibido algún curso de capacitación en tu puesto de trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿Considera que necesita capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
9. ¿La capacitación se realiza en un lugar adecuado?	X			X		X	Si () No (X)
10. ¿La capacitación es personal?	X			X		X	Si () No (X)
11. ¿Durante el tiempo que labora en la MYPE, qué técnicas de capacitación ha recibido?	X			X		X	Si () No (X)



 Lic. Adm. Elmer F. Leon Albines
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 16359

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
12. ¿Usted realiza compras reiteradas en esta MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
13. ¿La MYPE brinda flexibilidad en sus precios?	X			X		X	Si () No (X)
14. ¿Las ventas satisfacen sus expectativas de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
15. ¿Le ofrecen una atención rápida?	X			X		X	Si () No (X)
16. Diga usted ¿Porqué prefiere comprar en la MYPE del centro comercial?	X			X		X	Si () No (X)
17. ¿En los stands del centro comercial encuentra exclusividad en las prendas de vestir para damas?	X			X		X	Si () No (X)
18. ¿Los productos que ofrecen son de buena calidad?	X			X		X	Si () No (X)
19. ¿Cómo considera usted los precios que ofrecen las MYPES del centro comercial?	X			X		X	Si () No (X)
20. ¿Las MYPES del centro comercial tienen una buena ubicación?	X			X		X	Si () No (X)
21. ¿Las MYPES cuentan con tecnología en su forma de pago?	X			X		X	Si () No (X)
22. ¿Considera usted que el personal de la MYPE está capacitado para atender a los clientes?	X			X		X	Si () No (X)
23. ¿Las MYPES brindan seguridad a sus clientes?	X			X		X	Si () No (X)


 Lic. Edm. F. Leon Albino
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 16359
COLEJO - PUNTA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, IVAN ARTURO GUZMAN CASTRO;
identificado con DNI 07727308.....,MAGISTER EN
.....DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACION.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumentos(s) de recolección de datos:

..... CUESTIONARIO....., elaborado por
..... MAZA ZAPATA JENNY INES.....,

a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación : “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos (Piura), 2018”, que se encuentra realizando.

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

Piura, 20 AGOSTO 2018



Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿La MYPE ofrece capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿Existe algún tipo de control que evalúe al personal después de la capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿Cree que la capacitación beneficia a la MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿Se adapta usted rápido al trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿Se determinan qué habilidades o actitudes se necesitan capacitar?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Cuenta con conocimiento para desempeñar las actividades del puesto de trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿Has recibido algún curso de capacitación en tu puesto de trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿Considera que necesita capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
9. ¿La capacitación se realiza en un lugar adecuado?	X			X		X	Si () No (X)
10. ¿La capacitación es personal?	X			X		X	Si () No (X)
11. ¿Durante el tiempo que labora en la MYPE, qué técnicas de capacitación ha recibido?	X			X		X	Si () No (X)


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
12. ¿Usted realiza compras reiteradas en esta MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
13. ¿La MYPE brinda flexibilidad en sus precios?	X			X		X	Si () No (X)
14. ¿Las ventas satisfacen sus expectativas de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
15. ¿Le ofrecen una atención rápida?	X			X		X	Si () No (X)
16. Diga usted ¿Porqué prefiere comprar en la MYPE del centro comercial?	X			X		X	Si () No (X)
17. ¿En los stands del centro comercial encuentra exclusividad en las prendas de vestir para damas?	X			X		X	Si () No (X)
18. ¿Los productos que ofrecen son de buena calidad?	X			X		X	Si () No (X)
19. ¿Cómo considera usted los precios que ofrecen las MYPES del centro comercial?	X			X		X	Si () No (X)
20. ¿Las MYPES del centro comercial tienen una buena ubicación?	X			X		X	Si () No (X)
21. ¿Las MYPES cuentan con tecnología en su forma de pago?	X			X		X	Si () No (X)
22. ¿Considera usted que el personal de la MYPE está capacitado para atender a los clientes?	X			X		X	Si () No (X)
23. ¿Las MYPES brindan seguridad a sus clientes?	X			X		X	Si () No (X)


Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, MANUEL GERARDO MÉRINO HINOSTROZA.....;
identificado con DNI 02659232....., MAGISTER EN
CIENCIAS POLÍTICAS - LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumentos(s) de recolección de datos:

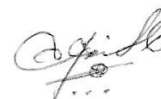
CUESTIONARIO....., elaborado por
JERRY J. PÉREZ NARA ZARATE.....,
a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación : “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir sport para damas del centro comercial los algarrobos (Piura), 2018”, que se encuentra realizando.

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

Piura, 21 DE AGOSTO DEL 2018


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

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿La MYPE ofrece capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿Existe algún tipo de control que evalúe al personal después de la capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿Cree que la capacitación beneficia a la MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿Se adapta usted rápido al trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿Se determinan qué habilidades o actitudes se necesitan capacitar?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Cuenta con conocimiento para desempeñar las actividades del puesto de trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿Has recibido algún curso de capacitación en tu puesto de trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿Considera que necesita capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
9. ¿La capacitación se realiza en un lugar adecuado?	X			X		X	Si () No (X)
10. ¿La capacitación es personal?	X			X		X	Si () No (X)
11. ¿Durante el tiempo que labora en la MYPE, qué técnicas de capacitación ha recibido?	X			X		X	Si () No (X)



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Herne Hinojosa
CLAD 05662

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
12. ¿Usted realiza compras reiteradas en esta MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
13. ¿La MYPE brinda flexibilidad en sus precios?	X			X		X	Si () No (X)
14. ¿Las ventas satisfacen sus expectativas de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
15. ¿Le ofrecen una atención rápida?	X			X		X	Si () No (X)
16. Diga usted ¿Porqué prefiere comprar en la MYPE del centro comercial?	X			X		X	Si () No (X)
17. ¿En los stands del centro comercial encuentra exclusividad en las prendas de vestir para damas?	X			X		X	Si () No (X)
18. ¿Los prouductos que ofrecen son de buena calidad?	X			X		X	Si () No (X)
19. ¿Cómo considera usted los precios que ofrecen las MYPES del centro comercial?	X			X		X	Si () No (X)
20. ¿Las MYPES del centro comercial tienen una buena ubicación?	X			X		X	Si () No (X)
21. ¿Las MYPES cuentan con tecnología en su forma de pago?	X			X		X	Si () No (X)
22. ¿Considera usted que el personal de la MYPE está capacitado para atender a los clientes?	X			X		X	Si () No (X)
23. ¿Las MYPES brindan seguridad a sus clientes?	X			X		X	Si () No (X)



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Nieto Hinojosa
CLAD 05302

USER: 45757402


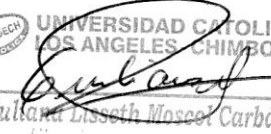
Nro: 082018-00007045
Fecha: 20-09-2018 18:16

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) MAZA ZAPATA JENNY INES, con código de matrícula 0811122002, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 20 DE SEPTIEMBRE DEL 2018.


UNIVERSIDAD CATOLICA
LOS ANGELES CHIMBOTE

Giuliana Lisbeth Moscoso Carbajal
Especialista C.I.R.

V°B° CAJA


UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
FILIAL PIURA

Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

LIBRO DE CODIGOS

AUTORA		JENNY INÉS MAZA ZAPATA													
VARIABLE CAPACITACIÓN		ENCUESTADOS													
CODIGO	PREGUNTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MEDICIÓN	Sumatoria	Total	Porcentaje %
D1-1	¿La MYPE ofrece capacitación?	1		1		1					1	Si	4	10	40
			2	2			2	2	2		2	No	6		60
D1-2	¿Existe algún tipo de control que evalúe al personal después de la capacitación?	1		1		1	1	1	1	1	1	Si	8	10	80
			2	2								No	2		20
D1-3	¿Cree que la capacitación beneficia a la MYPE?	1	1			1	1	1			1	Si	6	10	60
				2	2					2	2	No	4		40
D1-4	¿Se adapta usted rápido al trabajo?	1		1	1	1		1	1	1	1	Si	8	10	80
			2				2					No	2		20
D1-5	¿Se determina que habilidades o actitudes se necesitan capacitar?		1		1	1	1	1			1	Si	7	10	70
		2	2						2			No	3		30
D1-6	¿Cuenta con conocimientos para desempeñar las actividades del puesto de trabajo?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	10	10	100
												No	0		0
D1-7	¿Has recibido algún curso de capacitación en tu puesto de trabajo?	1	1	1	1	1	1	1	1			Si	8	10	80
										2	2	No	2		20
D1-8	¿Considera que necesita capacitación?		1	1	1			1	1	1		Si	7	10	70
		2				2				2		No	3		30
D2-9	¿La capacitación se realiza en un lugar adecuado?	1	1	1		1	1	1	1			Si	7	10	70
					2					2	2	No	3		30
D2-10	¿La capacitación es personal?	1		1	1	1	1	1	1	1	1	Seminarios	9	10	90
			2									Talleres	1		10
D2-11	¿Durante el tiempo que labora en la MYPE que técnicas de capacitación ha recibido?	1										Seminarios	1	10	10
				1								Talleres	1		10
			3	3	3	3	3	3	3	3	3	Charlas	8		80

REPORTE DE TURNITIN

Turnitin

https://turnitin.com/t_inbox.asp?r=54.9546364595867 67%

PROYECTO

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS

PÁGINA: 1 2

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SEMEJANZA	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cordova Vilchez Resu...	CORDOVA VILCHEZ RESULT FIN	0%		+		1009379707	27-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Dominguez Chumacero ...	DOMINGUEZ CHUMACERO RESULT 1	0%		+		1004007880	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Result...	GODOS SANCHEZ RESULTAD	0%		+		1004016051	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Martinez Arevalo Int...	MARTINEZ AREVALO INTROD 11 oct	0%		+		1018008121	11-oct.-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Cruz Resulta...	MENDOZA CRUZ RESULTADOS 211	0%		+		1006338077	21-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Resultad N...	NIÑO ABAD RESULTAD	0%		+		1002803812	16-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Tume Rodriguez Resul...	TUME RODRIGUEZ RESULT	0%		+		1002805239	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Result ...	ZAPATA REYES RESULT oct 11	0%		+		1018009128	11-oct.-2018
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Resulta...	FALLA ROMERO RESULTADO	4%		+		1002808345	16-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Olaya Nole Olaya Nol...	OLAYA NOLE	4%		+		987988908	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Silva More Resul 29 ...	SILVA MORE RESUL 29 09 02	4%		+		1010588837	29-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Martinez Arevalo Res...	MARTINEZ AREVALO RESULT OCT	5%		+		1017733777	10-oct.-2018
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Introd ...	FALLA ROMERO INTROD	6%		+		1004017232	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Result 1...	MAZA ZAPATA RESULT 1	6%		+		1004010296	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Resul 2 ...	ALBAN PANTA RESUL 2	6%		+		1004008624	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Olaya Nole Result 29 ...	OLAYA NOLE RESULT 29 09	8%		+		1010581446	29-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Introd...	GODOS SANCHEZ INTRODUC	9%		+		1004015341	18-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Hidalgo Resul...	ZAPATA HIDALGO RESULT 29 09	9%		+		1010579353	29-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Silva More Introd 21...	SILVA MORE INTROD 211	11%		+		1006303120	21-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Introd A...	ALBAN PANTA INTROD	12%		+		1002814103	16-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Tume Rodriguez Intro...	TUME RODRIGUEZ INTRODUC2	12%		+		1006333527	21-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Result...	ZAPATA REYES RESULT OCT 18	12%		+		1017739555	10-oct.-2018
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Niño Abad	NIÑO ABAD	13%		+		987989017	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Intr 29 ...	MAZA ZAPATA INTR 29 09 18	14%		+		1010583886	29-sept.-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Hidalgo Zapat...	ZAPATA HIDALGO	14%		+		987989133	06-ago.-2018

PÁGINA: 1 2

Windows taskbar: 08:15 a.m. 11/10/2018