



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y LA  
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR  
SERVICIOS RUBRO TALLERES DE VEHICULOS  
MENORES, EN LA CIUDAD DE BAGUA, 2018.**

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

**AUTOR:**

**BR. WALDO OSCAR VALLEJOS SANTA CRUZ**

**ASESOR:**

**LIC. VÍCTOR ADEMAR ARELLANO LACHAPEL**

**CHICLAYO – PERÚ**

**2018**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS**

**Mgr. Adm. Victor Hugo Vilela Vargas**  
**PRESIDENTE**

**Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima**  
**SECRETARIO**

**Mgr. Adm. Víctor Helio Patiño Niño**  
**MIEMBRO**

**LIC. Víctor Ademar Arellano Lachapell**  
**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por guiarme en mi camino,

Y por permitirme concluir mi objetivo

### **A MI ALMA MATER DE ESTUDIOS:**

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote y a las autoridades y Docentes por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de esta Profesión.

Waldo Oscar

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi esposa. Dios puso en mi camino a la persona indicada que ilumino y trazo mi vida, por su apoyo, ánimo, sus consejos, su amor y paciencia que me brinda día con día para alcanzar nuevas metas, tanto profesionales como personales.

A mis hijos Diego y Estefany, a quienes siempre cuidaré para verlos hechos personas capaces y que puedan valerse por sí mismos.

Waldo Oscar

## **RESUMEN**

El estudio tuvo como objetivo principal determinar las características que tienen la capacitación y la competitividad en las MYPE, en la ciudad de Bagua 2018.

La investigación fue de tipo descriptiva no experimental, nivel mixto, debido a que contiene preguntas cuantitativas y cualitativas, con diseño no experimental, las variables a investigar son la capacitación y la competitividad. La población estuvo conformada por 05 MYPE del rubro servicio de talleres de vehículos menores de la ciudad de Bagua, con 03 colaboradores por MYPE haciendo un total de 15 trabajadores, así mismo la población y muestra de clientes fue infinita validado por juicio de expertos y su confiabilidad fue evaluado por el coeficiente de Alfa de Crombach, la técnica empleada para el presente estudio fue la recolección de datos de entrevistas y encuestas, considerando como instrumento la guía de entrevista y el cuestionario.

Entre los principales resultados se determinó que las MYPES necesitan realizar modernas metodologías de capacitación para que sus colaboradores potencien sus habilidades actitudes y cambios de conducta lo que presentara ventajas competitivas y calidad de atención en los servicios

**Palabras clave:** MYPE, capacitación, competitividad.

## **ABSTRACT**

The main objective of the study was to determine the characteristics of training and competitiveness in MSEs, in the city of Bagua 2018.

The research was non-experimental descriptive, mixed level, because it contains quantitative and qualitative questions, with no experimental design, the variables to investigate are training and competitiveness. The population was conformed by 05 MYPE of the service category of workshops of minor vehicles of the city of Bagua, with 03 collaborators by MYPE making a total of 15 workers, likewise the population and sample of clients was infinite validated by expert judgment and its reliability was evaluated by the alpha coefficient of crombach, the technique used for the present study was the collection of interview and survey data, considering as an instrument the interview guide and the questionnaire.

Among the main results, it was determined that the MYPES need to carry out modern training methodologies so that their collaborators can strengthen their attitudes and behavior change skills, which will present competitive advantages and quality of service.

Keywords: MSE, training, competitiveness

# Contenido

JURADO EVALUADOR DE TESIS .....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRACT .....	VI
I. INTRODUCCION .....	1
II. REVISION DE LA LITERATURA .....	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Bases teóricas .....	10
2.2.1. Capacitación.....	10
2.2.2. Etapas de la capacitación. ....	12
2.2.3. Tipos de Capacitación.....	12
2.2.4. Propósito de la capacitación. ....	13
2.2.5. Importancia de la Capacitación.....	13
2.2.6. Técnicas de capacitación. ....	14
2.2.7. Evaluación de la capacitación. ....	14
2.2.8. Competitividad y competencia .....	15
2.2.9. Ventajas competitivas .....	18
2.2.10. Cadena de Valor.....	18
2.2.11. Estrategias genéricas .....	19
2.2.12. Liderazgo de costes.....	20
2.2.13. Diferenciación.....	20
2.2.14. Segmentación .....	20
2.2.15. MYPE .....	21
2.2.16. Talleres.....	22
III. HIPÓTESIS. ....	23
IV. METODOLOGIA.....	24
4.1. Diseño de la Investigación.....	24

4.1.1	Tipo de Investigación.....	24
4.1.2	Nivel de investigación. ....	24
4.1.3.	Diseño de la Investigación.....	24
4.2.	Población y muestra .....	24
4.2.1.	Población .....	24
4.2.2.	Muestra.....	24
4.3.	Criterios de Inclusión y Exclusión.....	25
4.4.	Operacionalización de las variables.....	27
4.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
4.6.	Plan de análisis de datos .....	28
4.7.	Matriz de consistencia lógica. ....	29
4.8.	Principios éticos.....	30
V.	RESULTADOS.....	31
5.1.	Resultados. ....	31
5.1.1.	Capacitación. ....	31
5.1.2.	Competitividad .....	34
5.2.	Análisis.....	37
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	46
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	48
	ANEXOS.....	50



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 Conocimiento del negocio .....	31
Tabla N° 02 Modo de capacitación.....	31
Tabla N° 03 Temas de preferencia para capacitación.....	31
Tabla N° 04 Tiempo de capacitación.....	32
Tabla N° 05 Aportes para el negocio. ....	32
Tabla N° 06 Razones de Evaluación del nivel de capacitación .....	32
Tabla N° 07 Momento de Evaluación.....	32
Tabla N° 08 Aprendizaje y auto evaluación .....	33
Tabla N° 09 Método de capacitación recibidas.....	33
Tabla N° 10 Preferencias de Método de capacitación de los colaboradores.....	33
Tabla N° 11 para que servicios acude al taller.....	34
Tabla N° 12 Propiedades importantes demostradas por los colaboradores.....	34
Tabla N° 13 Razones importantes para saber si el colaborador está capacitado.....	34
Tabla N° 14 atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores.....	35
Tabla N° 15 importancia de los servicios que ofrece el Taller de vehículos menores.....	35
Tabla N° 16 Medios de publicidad que se utilizan .....	35
Tabla N° 17 Calificación para los precios que se ofertan .....	36
Tabla N° 18 Importancia de los servicios a los que acude.....	36
Tabla N° 19 Otros servicios que le gustaría recibir .....	36
Tabla N° 20 Motivo por el que concurre al taller. ....	36

## I. INTRODUCCION

La presente investigación se denomina caracterización de la capacitación y la competitividad de las mypes del sector servicios rubro talleres de vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018 se centra en la línea de investigación de la caracterización del financiamiento, capacitación, competitividad y rentabilidad de las MYPE, siempre en el campo disciplinario de la promoción de las MYPE, autorizados para la Escuela Profesional de Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

(Mayer, 2017). Secretario de emprendedores de Argentina en una entrevista a noticias ONU manifestó que las pequeñas y medianas empresas son parte esencial del crecimiento económico en todos los países del mundo y pueden ser de mucha importancia para el avance de objetivos de desarrollo sostenibles.

Las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes), pueden realizar actividades de prestaciones de servicio, comercialización de bienes, inversión extracción etc. porque son unidades económicas. (Palacios A. , 2018). Existen casi 6 millones a nivel nacional, 93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores). Las Mypes en la mayoría aparecen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros.

Según la Sociedad de Comercio Exterior (ComexPerú) de las 5.9 millones de Pymes existentes en 2017 únicamente 7,400 (0.12%) son exportadoras que representan solo 1.8% del total de las exportaciones, esta situación es advertida también por la Asociación de Exportadores (Adex), en el primer semestre 2018 han dejado de exportar 1,480 Mypes (1,337 microempresas y 143 pequeñas) demostrándose la debilidad de este sector, además, a pesar que brindan trabajo a 8.2 millones de personas (principalmente en comercio, servicios, producción y extracción), es grave su informalidad (83.5% en 2017).

La Academia Helvética Internacional Institute form Management Development-IMD- (en sociedad local con Centrum Católica), presentó su ranking Mundial de Competitividad 2018 analizando a 63 países en cuatro categorías: desempeño financiero, eficacia de la administración, eficiencia en los negocios e infraestructura, incluyendo 20 indicadores, para establecer la calidad de competitividad de los países

midiendo la magnitud de sus economías para crear un ambiente empresarial competitivo, aumentar su producción y concebir ingresos para optimar la holgura, bienestar y bondad de la vida de sus habitantes.

El Perú se ubica entre los 10 últimos puestos (54% entre 63% países), economía doméstica (54%), comercio mundial (54%), cuadro nacional (60%), producción y eficacia (60%), prácticas gerenciales (54%), infraestructura básica (58%), infraestructura tecnológica (61%), infraestructura científica (61%), y formación (54%), lo más alarmante es que a partir del 2008, que ocupamos el puesto 35°, venimos de bajando, y en los últimos cuatro años nos mantenemos entre los diez países menos competitivos del planeta lo que demuestra que estamos haciendo poco para corregir nuestra competitividad que es esencial para el progreso del Perú. En definición si no mejoramos nuestra competitividad, no podremos alcanzar el ansiado aumento de la productividad, por lo tanto comprometeremos el crecimiento económico, la reducción de la pobreza e informalidad, necesitamos reformas, políticas públicas, incentivos y promociones dirigidas al sector privado dirigidas a fortalecer la productividad empresarial, aumento de la eficiencia del estado, mejorar la prestación de servicios sociales y educativos, avanzar en ciencia, tecnología e innovación, y fortalecer nuestra economía con el resto del mundo (Palacios, 2018).

Las MYPE en lo político legal están normadas por un régimen laboral especial, establecido desde el 01 de octubre del 2008 con vigencia el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Norma y modificaciones recopiladas en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”, normas vigentes a la fecha y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

(FORO ECONOMICO MUNDIAL, 2017). En los últimos años, el Perú ha experimentado una pérdida constante de competitividad empresarial, esto se traduce

en una menor tasa de crecimiento de la productividad nacional, según el Reporte de la Competitividad Global 2017 – 2018, elaborado por el Foro Económico Mundial.

En su mayoría las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) dan inicio a sus operaciones sin tener en cuenta conocimientos primordiales de gestión como son planificar, organizar, dirigir y controlar. Al caracterizar el problema se obtiene que permanentemente se incrementen nuevos mercados demanda de bienes y servicios estableciendo desafíos en el mundo de los negocios produciendo la competitividad de las MYPE, teniendo en cuenta los desafíos que tendrán que afrontar en el futuro las MYPE necesitan una serie de herramientas que las ayuden a gerenciar eficazmente sus empresas con la finalidad de lograr los resultados económicos, administrativos y comerciales esperados.

Desear ser competitiva y tener un servicio eficaz es el anhelo de toda empresa porque los llevara a la excelencia, y para eso deben entender que el personal es el elemento más importante que se debe desarrollar. La capacitación es un componente principal para que una empresa logre ser competitiva, por eso resulta importante y muy necesario que todos los empleados sean capacitados y que las empresas mediante algún programa con diagnóstico previo conozcan y determinen las necesidades de cada trabajador en la que tendrían que capacitarlo y puedan establecer sus objetivos y sus planes de capacitación

La capacitación es un factor estratégico para que las empresas puedan ser competitivas, por lo que es necesario capacitar constantemente a los colaboradores de confianza y a todos los empleados. Es conveniente que sean diseñados y puestos en marcha programas de capacitación basados en una investigación de las necesidades de cada individuo de la empresa y del mercado. La determinación de las necesidades de capacitación permite conocer los requerimientos del personal, lo que es de gran utilidad para establecer los objetivos y las acciones del plan de capacitación y Para que las empresas puedan aspirar a tener una alta competitividad y un desempeño eficiente que las introduzca a la excelencia, deben atenderse las necesidades de desarrollo del elemento más importante con el que cuentan que es el personal.

Bagua es una ciudad que está creciendo y surgen emprendedores pero las autoridades tanto regionales como locales a la fecha no se preocupan por establecer los mecanismos de coordinación, ejecución y supervisión de las políticas dictadas por el estado y si los incluyen en los planes sectoriales es solo por cumplir por lo que la micro y pequeñas empresas no cuentan con el apoyo para capacitación ni financiamiento. Este rubro servicios de talleres de vehículos menores en la ciudad de Bagua es uno con mayor movimiento económico puesto que por ser una ciudad calurosa el medio de transporte más usado son los vehículos menores como las motocicletas y moto taxis que equivale a un 85% de medio de transporte.

El Principal Problema en los Talleres de vehículos menores en la Ciudad de Bagua, Región Amazonas reside en la falta de calidad en el servicio, la cual depende de las personas y los procesos que siguen al llevar a cabo su trabajo porque en la actualidad esto hace que una MYPE no sea competitiva en el mercado , además, la mayoría de los talleres no cuentan con el personal debidamente calificado en las diferentes áreas como: mantenimiento preventivo, correctivo (Reparación) y pintura porque en la Ciudad de Bagua no existen centros de capacitación como los que se encuentran en otras ciudades del país.

En su mayoría el personal de los Talleres realiza el mantenimiento preventivo, correctivo y el pintado en base a sus conocimientos empíricos o lo que aprendieron de alguien, algunos inclusive utilizan métodos rústicos por motivo que en algunos casos es difícil acceder a la tecnología y obtenerlos por su alto costo. Para el caso de pintura de igual manera no cuentan con unos ambientes donde se pueda verificar y determinar la cantidad, calidad y el color exacto de la pintura lo que da como resultado un acabado de mala calidad

Bajo ese contexto la presente investigación consistió en averiguar ¿Cuál es el beneficio de la capacitación en la competitividad de las MYPES del sector servicios rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018? Y el **Objetivo general** que se proyecta lograr es: Determinar los beneficios de la Capacitación y competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos

menores, en la ciudad de Bagua, 2018: teniendo como **Objetivos específicos:** a) Identificar las características y elementos para valorar el nivel de capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018. b) Identificar los métodos de la capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018. c) Conocer las ventajas de la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018 son competitivas según sus estrategias que desarrollan.

La presente investigación es de tipo descriptiva no experimental, nivel mixto, porque consta de preguntas cuantitativas y cualitativas, de Diseño no experimental por que se realiza sin manipular las variables, se utilizó como técnica el recopilar datos por medio de la entrevista y la encuesta, teniendo de instrumento la guía de entrevista y el cuestionario estructurado con preguntas cerradas de escala ordinal. Esta investigación está basada en variables de capacitación y competitividad. Desde el punto geográfico: Ciudad de Bagua, psicográfica: microempresas de servicios, rubro talleres de vehículos menores y delimitación temporal: año 2018.

La presente trabajo de investigación permitirá determinar los beneficios de la capacitación y competitividad de este rubro de negocios, lo que aportará en la Ciudad de Bagua a tener conocimiento de lo importante que es capacitar a las Mypes para que estas puedan tomar la decisión de capacitar a sus empleados, haciendo que estos alcancen la preparación necesaria, capacidades y habilidades, para ser utilizados en sus puestos de trabajo, los cuales los ayudaran a ser Competitivas en el mercado y se diferencien de las demás.

Para la comunidad porque servirá como fuente de información para que en lo posterior, puedan salir nuevos emprendedores de negocios innovadores, que ayuden a incrementar la economía del país. También Servirá como fuente de información para los alumnos interesados en el tema, como base para ser parte de sus conocimientos como futuros profesionales.

## II. REVISION DE LA LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### Internacionales

(Sosa, 2014) realizó un estudio titulado *Propuesta de un Programa de Capacitación Y Desarrollo para el personal docente el Instituto tecnológico del Nororiente - Itecnor, ubicado en los llanos de la fragua, Zacapa* en la Universidad Rafael Landívar Guatemala , empleo la Metodología cuantitativa - cualitativa y llego a la siguiente conclusión: Los datos lograron determinar los elementos que debe contener el programa de capacitación para el personal docente, los cuales se obtuvieron en los resultados de la investigación. Según las necesidades se hace evidente reforzar la actitud en los docentes debido a que no se brinda un servicio de calidad y no se trabaja en equipo. También se hace indiscutible que se debe actualizar las estrategias de enseñanza y crear un mismo plan de trabajo debido a que no existen lineamientos para llevar un mismo formato por parte de dirección académica.

En la investigación titulada *Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas* cuyo objetivo fue *Evaluar el impacto de la capacitación en la productividad laboral de las empresas chilenas* donde se llegó a la siguiente conclusión: la capacitación no tendría un efecto significativo sobre la productividad laboral de las empresas Chilenas, lo que representaría una discordancia con gran parte de la literatura revisada previamente, donde se esperaba que la capacitación tuviese un efecto positivo y significativo en la productividad laboral. Además, se hace referencia a (Mohan, strobl & Watson, 2017). Quienes explican que los resultados obtenidos se deben tomar con prudencia, ya que no tienen en cuenta el sesgo de selección y endógeno. Al igual que el presente estudio y quedando como interrogante para futuras investigaciones. (Álvarez , Freire, & Gutiérrez , 2017)

Según (López, Reyes, & Molina , 2017) en su tesis *Evaluación del impacto de la capacitación en directivos de instalaciones turísticas*, cuya metodología tiene de cuatro etapas y para nuestro estudio solo contemplaremos una etapa cuya premisa es: Organización y ejecución de la medición del impacto de la capacitación teniendo como

Objetivo: Determinar los aspectos organizativos para estimar el costo de cada capacitación y ejecutar la evaluación del impacto concluyendo: En el hotel se realiza cada año el Plan de Capacitación para los directivos, se revisa con ellos y se asignan los recursos necesarios; sin embargo, no se efectúa una evaluación del impacto de la capacitación que reciben y tributen al desempeño de la organización. Al evaluar, la metodología aplicada al hotel objeto de estudio considera el impacto de la capacitación de los directivos como deficiente, esencialmente en dos indicadores: Nivel de cumplimiento de las acciones formativas [ncaf] y Nivel de cumplimiento de participantes [ncp].

(Medina, 2014) en el ensayo “*Diseño del plan de capacitación en base al modelo de retorno de inversión-ROI, para la planta central del Ministerio de Defensa Nacional, correspondiente al período fiscal 2013*”, Universidad Católica del Ecuador; investigó que al precisar los varios grados de necesidades de capacitación y grados de evaluación de programas de capacitación, permitió de manera rápida la aceptación de sus roles y el trabajo en equipo en la empresa, quienes facilitaron la aprobación de los planes de capacitación y la ejecución de los programas de capacitación, fue muy relevante para buscar la sinergia entre diferentes áreas en busca de un mismo objetivo.

Asimismo (Medina, 2014) la investigación tuvo como objetivo de estudio poseer una herramienta metodológica que ayude a la realización de programas de capacitación para reducir eventos negativos detectados a través de la evaluación del desempeño a su vez realizar estrategias de capacitación; así como para tonificar las competencias asignadas en el perfil del puesto, acorde a lo dispuesto en la Constitución de la República, la LOSEP, su reglamento general y demás bases legales. Asimismo, en su estudio respecto al modelo ROI de capacitación que fue de mucho impacto en la dirección de la competitividad y talento humano para que identifique de una mejor manera las actividades de la empresa; es decir, cuáles son los bienes y servicios que se brindan a los clientes y consumidores internos o externos por cada área de la misma. El plan de capacitación busca alcanzar las metas planteadas, lo que toleró que los programas de capacitación propuestos, en su mayoría sean controlados a través del nivel de aplicación e impacto, con la finalidad de implementar acciones de mejora; También se aconseja que es necesario tener siempre los controles que corresponden a los eventos de capacitación programados.



## Nacionales

(Pacheco, 2017) en su estudio sobre *caracterización de la capacitación y la competitividad de las pymes del sector servicio - rubro inmobiliario del distrito de puno, año 2016*, El diseño que se empleó en la indagación es no experimental, de corte transversal ya que se mide al mismo tiempo es decir en una sola ocasión. Con una población constituida por 08 Empresas MYPE que constituye el 100% de Empresas del Sector Servicio - Rubro Inmobiliario del Distrito de Puno, periodo 2016. Las conclusiones obtenidas fueron En referencia a las características de capacitación, en un gran porcentaje mencionan que no capacita a su personal, al mismo tiempo son conscientes de su importancia para su desarrollo y consecuencia en el mercado. En referencia a las características de competitividad, podemos determinar que si bien se consideran competitivos en el mercado y que cuentan con instrumentos favorables, desconocen el uso de herramientas básicas de administración. Siendo conscientes de la importancia de la existencia de las MYPE para el desarrollo país, es importante que los administradores y trabajadores reciban todo un programa de capacitación en materia. Los administradores y gerentes, deberán recibir información técnica de manejo empresarial y los componentes de Planes Estratégicos

(Aycaya, 2017) en su estudio cuyo fin fue determinar las principales caracterizaciones de la capacitación y formalización de las MYPES del sector comercio – rubro reciclaje del distrito de Tacna, periodo 2017. Estudio descriptivo, el tipo y nivel cuantitativo. Los resultados se obtuvieron a través de una encuesta, instrumento compuesto por preguntas con respuestas cerradas. La población del sector comercio – rubro reciclaje del distrito de Tacna está compuesta por 4 MYPES. Habiéndose encuestado a todos por igual en diferentes ocasiones, Encontró que la edad de los administradores y/o encargados fluctúa entre 30 y 45 años, el 50% tiene instrucción no universitaria , el 75 % de las MYPES tienen como objetivo obtener mayor rentabilidad, el 25% recibieron capacitación, mientras ellos capacitaron al 75%, y el 100% de los encuestados dice que si beneficia, tanto la capacitación, como la formalización, además que los trámites burocráticos son la limitante para la formalización de las empresas. Las MYPES en el rubro de reciclaje tienen mucha importancia por el cuidado del medio ambiente y la utilización de los residuos sólidos a futuro para conservar nuestro planeta.

(Aguilar, 2016) realizó un estudio que lleva por título *Caracterización de la Capacitación y la Competitividad en las MYPE de servicio rubro fotocopiado del AA HH SANTA ROSA, PIURA 2016*, el objetivo general de fue establecer las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE de servicios rubro Fotocopiado del AA. HH Santa Rosa, 2016 la metodología de la investigación es nivel Cuantitativo, tipo descriptivo, con un diseño no experimental, transversal. Concluyéndose que las características de la capacitación en las MYPE de servicio rubro fotocopiado del AA. HH Santa Rosa, en cuanto a los medios de capacitación se evidenciaron la prevalencia de reuniones eventuales; asimismo en cuanto a la frecuencia se determinó que generalmente es de forma anual. Se estableció con respecto a competitividad que las ventajas competitivas se enfocan en contar con personal con experiencia o calificado para el servicio, se busca la lealtad de los clientes, para contar con la mayor representación en el mercado. Del mismo modo, las estrategias competitivas se enfocan en el precio del servicio y la calidad del producto para satisfacer a los clientes.

(Sanchez, 2014) *al investigar sobre “la capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el restaurant mar picante en Trujillo”*, interpretó en su trabajo que las destrezas de los colaboradores de la empresa se optimizan con el desarrollo de un programa de capacitación. Para este estudio Se usó el diseño en sucesión o en línea a través de un solo equipo que sirvió como experimental y testigo de sí mismo, empleando la técnica de la encuesta, para lo cual se confeccionó un cuestionario de 10 preguntas. como muestra fueron 175 clientes del restaurant, los datos obtenidos de la investigación permitieron conocer que la implementación de un programa de capacitación, en el desempeño de las destrezas de los trabajadores del restaurant Mar Picante mejoró, y se vio el cambio positivo de la percepción de la calidad del servicio del desempeño de los trabajadores por parte de los clientes concluyendo el trabajo con la aprobación de la hipótesis: la capacitación en habilidades de atención al cliente mejora la calidad del servicio brindado en el restaurant Mar Picante.

(Gonzales, 2014) en su tesis “*gestión empresarial y competitividad en las pymes del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - año 2013,*” concluyó que: que en su mayoría las Mypes del sector textil en el distrito de La Victoria Lima, Perú desconocen esta Ley N° 28015, lo que los hace poco competitivos y con una gestión deficiente, que no les permite afrontar situaciones que pueden presentarse en cuanto a exportaciones y uso de financiamiento; también se pudo verificar que desconocen de la asociatividad empresarial. La metodología empleada fue de diseño de tipo descriptivo, no experimental y de corte transversal, la población fue de 240 mypes del sector, con una muestra de 50 emprendedores.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Capacitación**

(Siliceo, 2006) Precisa que: la capacitación actual es un reto de acuerdo a los desafíos que existen en el siglo XXI, la capacitación es un asunto educativo integral por medio del cual los trabajadores u obreros adquieren preparaciones, destrezas y actitudes para el desempeño en sus cargos. Capacitación, es toda actividad que realiza una empresa u organización, respondiendo a las necesidades, que desea mejorar las destrezas, actitud y la preparación de su personal.

La necesidad de capacitación nace cuando hay contradicción entre lo que una persona debería conocer para desempeñar una labor, y lo que sabe realmente. Estas desigualdades suelen ser descubiertas al realizar evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto.

Las razones para proporcionar capacitación pueden ser muy variadas, en los últimos años se ha tenido un incremento en la necesidad de tener más y mejores conocimientos, el hombre moderno sufre una intensa curiosidad y un indomable afán inquisitivo, con toda seguridad, las organizaciones del futuro continuarán experimentando ese deseo de saber, que además de enriquecer sus vidas personales, enriquecen a las organizaciones para las cuales trabajan... [Asimismo, otros aspectos de los beneficios que aporta la capacitación son]: 1) ayuda a mejorar las aptitudes y las actitudes, 2) eleva los conocimientos de los ocupantes de los puestos en todos los niveles organizacionales, 3) mejora la moral y la satisfacción de la fuerza de trabajo,

4) guía al personal a identificarse con los objetivos de la organización, 5) crea una mejor imagen tanto del personal como de la organización, 6) mejora las relaciones entre jefes y subordinados, 7) ayuda a sistematizar el trabajo, 8) fluyen mejor la toma de decisiones y la solución de problemas, 9) propicia el desarrollo y las promociones, 10) es la mejor herramienta para incrementar la productividad y la calidad, 11) contribuye a mantener bajos los costos de operación en muchas áreas, 12) contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones y 13) permite el establecimiento y logro de metas individuales. (Werther Jr & Davis, 1998)

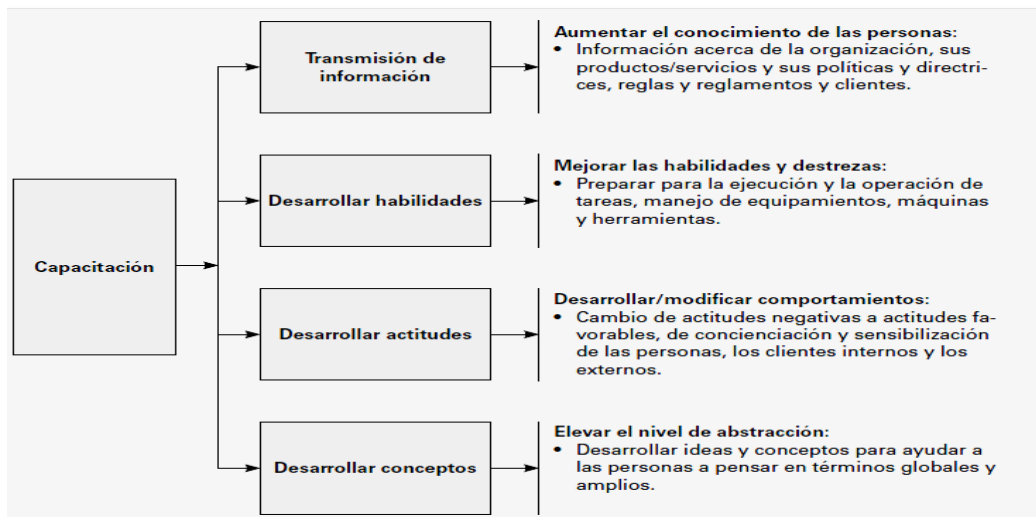
(Vizacarra, 2009) consideró que la capacitación del talento humano es uno de los principales factores para que las organizaciones puedan contar con el personal suficientemente competitivo y productivo. Las empresas competitivas hoy en día en este mundo globalizado buscan estar a la vanguardia en todos los aspectos, el capacitar a sus colaboradores no es ajeno a estar a la vanguardia, pues estas buscan renovar sus entendimientos con nuevos métodos y acciones de trabajo que crean eficacia. Para las organizaciones, la capacitación es de gran relevancia porque contribuye al crecimiento personal y profesional de los trabajadores a su vez genera un buen clima laboral trayendo consigo beneficios como satisfacción y rentabilidad.

(Alles, 2011) Indica que la capacitación es realizar procesos organizados aplicado a las competencias y conocimientos estos generalmente pueden ser cursos, lecturas guiadas, seminarios, métodos de estudios de casos, role-playing, por tanto todos y cada de uno de estas técnicas se realizan de manera objetiva. Así mismo, debe ser una conexión de conocimientos y habilidades; estructurada, planeada, evaluable. De esta manera, también se tiene en cuenta el adiestramiento, que es un proceso de aprendizaje que se realiza en la práctica, en esta capacitación se obtienen habilidades y conocimientos indispensables para alcanzar objetivos establecidos de manera siempre en conexión con la misión y visión de la organización, de acuerdo a los requerimientos de la posición que el colaborador realiza o realizará; implica: tener toda la información del puesto y de la empresa, desarrollar habilidades, desarrollo de actitudes y desarrollos de conceptos de la empresa.

### 2.2.2. Etapas de la capacitación.

(Chiavenato I. , 1993) En su libro Gestión del talento humano Indica que existen cuatro etapas, incluidos en el proceso de la capacitación:

Figura 1 etapas del proceso de capacitación.



Fuente. (Chiavenato I. , 1993)

### 2.2.3. Tipos de Capacitación

(Chiavenato, 1999) Manifiesta que los tipos de capacitación son muy variados y se clasifican con criterios diversos:

#### a) Por su formalidad

Capacitación Informal. Orientaciones y conocimientos que se dan para optimizar las actividades de un negocio

Capacitación Formal. Aquellas que se programan de acuerdo a las necesidades del negocio pueden ser: Seminarios, Talleres, etc.

#### b) Por su naturaleza

**Capacitación de Orientación:** como un proceso de inducción a nuevos colaboradores del negocio, por ejemplo, en caso de personal nuevo.

**Capacitación Vestibular:** Es un sistema simulado, se puede dar con el equipo real y en el trabajo mismo.

**Capacitación en el Trabajo:** Se práctica en el trabajo.

**Entrenamiento de Aprendices:** período formal de aprendizaje de un oficio.

**Entrenamiento Técnico:** Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo.

**c) Por su nivel ocupacional.**

Capacitación de Productores.

Capacitación de operarios Calificados.

Capacitación de Jefes de Línea, Unidades, Oficinas.

Capacitación de Gerentes, directores.

**2.2.4. Propósito de la capacitación.**

(Siliceo, 2006) con el propósito de que el personal acumule conocimientos, habilidades para mejorar su desempeño en la organización, Según silíceo Con base en la experiencia práctica profesional, se concluye que son ocho los propósitos fundamentales que debe perseguir la capacitación. Crear, difundir, reforzar, mantener y actualizar la cultura y valores de la organización Clarificar apoyar y consolidar los cambios.

**2.2.5. Importancia de la Capacitación.**

(Chiavenato, 1999) afirma que actualmente la capacitación de los recursos humanos es manifiesta que en la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la propuesta a la carencia que tienen las organizaciones o entidades de tener personal calificado y productivo. La impertinencia es uno de los motivos por qué, las organizaciones también es una de las razones por la cual, las empresas se cuidan por capacitar a sus trabajadores, pues ésta procura renovar su formación con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia. Para las entidades y empresas. la capacitación debe ser de indispensable importancia porque colabora al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundo en beneficios para la empresa.

(Deming, 1989) afirma que la calidad conduce inicialmente a la productividad, porque se ejecutan menos errores, por lo que existe una necesidad de capacitar individuos para que realicen sus actividades bien desde el inicio.

### **2.2.6. Técnicas de capacitación.**

(Chiavenato, 1999) existen varias técnicas de capacitación a, saber de La técnica más utilizada para transmitir información en programas capacitación es la lectura. es un medio de comunicación que implica una situación de mano única, en la cual un instructor presenta verbalmente información a un grupo de oyentes. El instructor presenta la información en esa situación de capacitación, mientras que el personal en capacitación participa escuchando y no hablando. Una ventaja de la lectura es que el instructor expone a las personas en capacitación una cantidad máxima de información dentro de un periodo determinado. Instrucción programada. Es una técnica útil para transmitir información en programas de capacitación. El aprendizaje programado aplica sin la presencia ni la intervención de un instructor humano se presenta pequeñas partes de información, que requiere las correspondientes respuestas, al personal en capacitación. Estos pueden determinar sus respuestas, sabiendo si han comprendido la información obtenida los tipos de respuestas solicitados a los capacitados varían conforme a la situación, pero generalmente son de opción múltiple, verdadero o falso etc. Tal como el método de lectura, el aprendizaje programado tiene ventajas y desventajas. Algunas de las ventajas son: la posibilidad de que sea computarizado y de que los capacitados adsorben el conocimiento en sus propias casas, saber de inmediato si están en lo correcto o no y participar activamente en el proceso. La principal desventaja es que no presenta repuestas al capacitado.

### **2.2.7. Evaluación de la capacitación.**

(Chiavenato I. , 1993) en la evaluación de la capacitación Es necesario saber si el programa de capacitación alcanzo sus objetivos. La etapa final es la evaluación para conocer su eficacia, es decir, para saber si la capacitación realmente satisfizo las necesidades de la organización, las personas y los clientes. Como la capacitación representa un costo de inversión.

Todo proceso de capacitación en su última etapa, es evaluar los resultados. Todos los programas de capacitación y aprendizaje deberían contener una resultado de acuerdo a la evaluación realizada, se consideran dos puntos: 1. confirmar que la capacitación ayuda en las modificaciones que se deseaba en los colaboradores, 2. Analizar si los resultados de la capacitación mejoraron progresivamente a lo que se

tenía actualmente, pero también, se debe confirmar que las técnicas de capacitación sean eficaces para alcanzar los objetivos que se ha propuesto la empresa; dichas evaluaciones de resultados de la capacitación debe efectuarse en todos los niveles: organizacional, la capacitación debe proporcionar resultados como: incremento de la actividad organizacional, mejora de la imagen de la compañía, progreso organizacional, mejora en la relación interpersonal entre la empresa y empleado, y la innovación, aumento de la eficiencia; el nivel del talento humano: en este nivel, la capacitación debe proporcionar efectos de: rotación del personal (disminución), disminución del ausentismo, aumentar la eficiencia personal en los colaboradores, incrementar las habilidades propias acorde a la empresa, cambio de conductas; en el nivel de las tareas y operaciones: debe proveer resultados de: incremento en la productividad, la calidad de los productos y servicios deben ser mejor brindados, la atención al cliente debe ser de calidad, disminución del índice de accidentes. (Chiavenato, 1999)

#### **2.2.8. Competitividad y competencia**

Según (Porter, 2017) la competencia es una de las fuerzas más poderosas en la sociedad, que permite avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano. Es un acontecimiento generalizado, para las empresas que luchan por el mercado de estados que se enfrentan a la globalización o de organizaciones sociales que responden a necesidades sociales. las organizaciones precisan de una destreza para ofrecer un valor superior a sus clientes. Hoy en día esto es más verdad que nunca, ya que, en las últimas décadas, la competencia se ha intensificado de forma espectacular en casi todos los negocios, desde las naciones y las culturas, hasta la educación y la atención saludable. En la actualidad, organizaciones de todo tipo se ven obligadas a competir para aportar valor, entendido este último como la capacidad de satisfacer o rebasar las necesidades de los clientes de manera eficaz. Las compañías deben ofrecer valor a sus consumidores, y los estados tienen que brindar valor como emplazamientos de negocios. En su mayoría los errores de estrategia provienen de una idea errada sobre lo que es la competencia y de cómo funciona. Casi siempre se entiende de manera limitada, como un acontecimiento que solo se da entre competidores directos. A continuación, presentaremos un marco, asentado en la teoría económica, con el cual podemos evaluar la competencia en cualquier sector. El marco de las cinco fuerzas (el poder de negociación de los compradores, el poder de negociación de



los proveedores, la amenaza de nuevas entradas, la amenaza de los sustitutos y la intensidad de la rivalidad), permite entender la rivalidad a largo plazo de cualquier sector, así como de qué forma las compañías pueden mejorar su competitividad en el sector en el que se encuentran.

Para entender la competencia es esencial saber por qué algunas empresas son capaces de superar a sus rivales. Una compañía alcanza la rentabilidad superior en su sector si consigue precios más elevados o costes más bajos que sus rivales. Estas diferencias de precios o de costes entre competidores surgen de dos fuentes diferentes: mejores prácticas y posicionamiento estratégico.

Todas las compañías deben mejorar continuamente el rendimiento operacional de sus actividades; sin embargo, esta es una competencia difícil de ganar. La mayoría de las veces, las diferencias de rentabilidad surgen de tener una posición estratégica distintiva o cuando las empresas "compiten para ser únicas", lo cual es, a la larga, más sostenible que competir para ser el mejor. (Porter m. , 2009)

(Porter, 2017) en lo que respecta a la competitividad, se dice que en cualquier sector la naturaleza de la competencia se compone por cinco fuerzas competitivas:

**La amenaza de los productos o servicios sustitutos.**

Cuando hay una gran similitud de productos en los mercados, hay una exigua ganancia para la mayoría.

**La amenaza de la llegada de nuevos competidores.**

Siempre hay dificultades para poder ingresar con productos nuevos en los mercados existentes.

**El poder de negociación de los proveedores.**

Siempre estará en manos de los proveedores debido a su fuerza de negociación.

**El poder de negociación de los compradores.**

Es un parámetro para las empresas cuando los consumidores se agrupan, pueden llegar a acuerdos en cuanto a costos y precios que deben asumir, sobre todo cuando son muy pocos.

**La rivalidad entre los competidores existentes.**

Es la consecuencia de las cuatro fuerzas anteriores. En ejercicio del antagonismo actual entre la competitividad, la ganancia obtenida en el sector será mejor o peor.

Estas cinco fuerzas rigen la ganancia de un sector debido a que determinan los precios que pueden cobrar las organizaciones, las inversiones para seguir compitiendo

en el sector, así como los costos que deben soportar las empresas. El posicionamiento comprende la orientación de la organización en lo que afecta su modo de rivalizar. A costos iguales o estrechamente similares a los de la competencia, el costo mínimo es lo que permite una ganancia óptima. Por ello la diferenciación es la facultad de dar al consumidor un valor óptimo en términos de calidad, también de características especiales y servicios de post venta del bien.

Por último, otra concepción significativa que se plantea como motivo de ventaja competitiva es el estudio de la cadena de valor, la cual está conformada por aquellas bondades que contribuyen a incrementar el valor para el consumidor. Una empresa es más que una suma de actividades y su cadena de valor, es un método interdependiente conectado entre redes que necesitan que las actividades estén entrelazadas. (Porter, 2017)

(Levy-Leboyer, 2000) Manifestó que la competencia es una lista de comportamientos que algunas personas poseen más que otras y son transformadas en forma eficaz para una situación dada.

Si existe un contexto de competencia efectiva en un mercado los proveedores de un producto o servicio batallan, de manera independiente, para lograr el objetivo de los bienes, la competencia profesional se puede reflejar en: la diferencias en los precios, en la calidad, en el servicio o bien a una mezcla de estos elementos y ha de poder ser valorada por los compradores.

Las compañías que disponen de un negocio prospero, es porque emplean estrategias comerciales y realizan operaciones para hacerse más eficientes, disminuir sus costos para aumentar sus ganancias y ubicarse cada vez mejor en el mercado. El resultado de estas actividades es normalmente benéfico para el mercado y los consumidores, puesto que las empresas se esfuerzan por ofrecer mejor calidad, más innovación y mejores precios.

En algunos textos elaborados por autores versados en el asunto, encontramos varias definiciones del término, desde comienzos de la década de los ochenta. Chudnovsky y Porta mencionan cuatro: la primera es de Michalet, de 1981,—Una firma (o una economía) será competitiva si resulta victoriosa (o en una buena posición) en la confrontación con sus competidores en el mercado (nacional o mundial)»; la

segunda, de Alic, de 1987: —La capacidad de las empresas de un país dado de diseñar, desarrollar, producir y vender sus productos en competencia con las empresas basadas en otros países; la tercera, de Mathis et al., de 1988: —Aptitud para vender aquello que es producido; la cuarta, de Haguenaer, de 1989: —La capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes 16 con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados de- terminados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto periodo de tiempo (Chudnovsky y Porta, 1990, pp. 6-7). (Chudnoysky & Porta, 1990).

### **2.2.9. Ventajas competitivas**

(Porter, 2013) interpreta la situación a favor que obtiene una empresa al ejecutar actividades de forma más eficiente que sus competidores reflejado en un costo inferior; o realizar sus actividades de manera distinta que les permita generar valor agregado con sus productos o servicios. El valor se mide por el precio final que los compradores estarían dispuestos a pagar. Las ventajas competitivas están por todas partes en una empresa, cada área específica, instalación, oficina, sucursal, entre otras.

#### **2.2.10. Cadena de Valor**

(Porter, 2013) manifiesta que para obtener una ventaja competitiva es preciso establecer una cadena de valor de la organización que pueda competir en su rubro empresarial. Iniciando con una cadena genérica, esta es donde se observan acciones personales de cada integrante de la empresa. Cada cualidad genérica puede dividirse en acciones, las acciones relevantes no se pueden definir si no se las aísla con tecnologías y economías independientes. Hay que dividirse en áreas con diferentes acciones tales como la logística, marketing, contabilidad, recursos humanos, gerencia, fuerza de ventas, es por ello resulta de gran de gran utilidad el flujo de los bienes y de los pedidos.

Las acciones de valor se dividen en dos grupos primarias y de apoyo, las primeras son las que participan en la creación física del bien, en su venta y transferencia al cliente, así como en la asistencia o servicios posterior a su venta (logística de entrada, operaciones, logística de salida, marketing y ventas, así como

servicios postventas). Las acciones de soporte que respaldan a las primarias y viceversa, al ofrecer materias primas, tecnología y la administración de recursos humanos pueden asociarse a ciertas acciones primarias y su vez apoyar la cadena en general, la infraestructura no se relaciona con ninguna actividad primaria, siendo esta actividad de soporte. (Porter , 2013).

### **2.2.11. Estrategias genéricas**

(Porter, 2013) define tres estrategias de ventajas competitivas estas son: (liderazgo de coste, diferenciación y segmentación o alcance). La estrategia competitiva principal es el lugar que se encuentra dentro del rubro empresarial, es decir que porcentaje ocupa en la participación de mercado. De ello dependerá si su rentabilidad se ubicará por encima o por debajo del promedio. Una organización que consigue posicionarse bien podrá obtener altas tasas de rendimiento y utilidades aun cuando la organización de la empresa sea desfavorable, por consiguiente, la rentabilidad sea moderada.

Asimismo, establece como punto primordial de un rendimiento más que regular a largo plazo es lograr obtener una ventaja *competitiva sostenible*. Existen organizaciones que cuentan con fortalezas en sus puntos fuertes y ser vulnerables frente a sus rivales, hay dos tipos básicos de ventaja competitiva a su alcance: costos bajos y diferenciación. Y por último la importancia de un punto fuerte o débil depende del impacto que tenga en el coste relativo o en la diferenciación. Las dos variables proceden a su vez de la estructura empresarial.

También identificó de las estrategias genéricas están basadas en que la ventaja competitiva forma el atributo de cualquier estrategia y en que para lograrla es necesario tomar una decisión; si la organización quiere lograr conseguir obtener una ventaja competitiva, deberá escoger la clase que desea obtener y el espacio en que lo hará “comentar a todo el mundo” es sinónimo de mediocridad estratégica y de un rendimiento por debajo de la medida, porque a menudo representa que no existe en absoluto una ventaja competitiva (Porter, 2013).

### **2.2.12. Liderazgo de costes**

El liderazgo de costes es una de las estrategias genéricas más utilizadas por muchas empresas. Basada en que la empresa se plantea ser el productor de coste bajo de su industria utilizando estrategias como grandes economías de escala. Ella tiene un perímetro muy extenso, atiende a muchos de sus segmentos y su capacidad le permite estar situado en muchos sectores comerciales, industriales similares; su extensión a menudo es importante para el comercio de costes. Los principios de estas ventajas son múltiples y están sometidas a la infraestructura de la industria. Pueden ser la búsqueda de las economías de escala, la obtención de una patente, el acceso preferencial a materias primas y otros factores. La condición de fabricante con costes bajos no consiste solo en descender por la curva de aprendizaje. Es preciso localizar y explorar caminos de esta ventaja. El fabricante normalmente vende un producto estándar o justo y trata, ante todo producir el coste absoluto o de escala (Porter, 2013).

### **2.2.13. Diferenciación.**

(Porter, 2013) la estrategia de diferenciación es la segunda genérica, en ella la organización intenta distinguirse dentro de su sector en algunos aspectos ampliamente estimados por los clientes. Basados principalmente en escoger uno o dos atributos que juzgue de suma importancia y adopta un posicionamiento específico, muy especial para atender esas necesidades y deseos, ya sea en la satisfacción de productos o servicios. Ve recompensada su diferenciación con un precio del producto más alto. Cada empresa tiene sus propios medios de diferenciarse. Puede basarse en el producto propiamente dicho, en la atención brindada, en sus ambientes e infraestructura, en el sistema de entrega con que lo vende, en el plan de marketing, localización, o en muchos otros factores que hagan que logre diferenciar del resto. La empresa que logre obtener y sostener la diferenciación tendrá un rendimiento por encima de la media en su industria, si su precio alto supera los costes adicionales en que incurre por su singularidad. Así pues, este tipo de organizaciones siempre deben buscar tipos de diferenciación que permitan un precio especial mayor que el coste de ella.

### **2.2.14. Segmentación**

Según (Porter, 2013) indica que la segmentación, es la tercera estrategia genérica. En esta estrategia es muy diferente a las dos anteriores porque está basada

en la de un ámbito competitivo (dirección) dentro de un sector empresarial. La empresa escoge o selecciona un grupo de clientes y los segmenta de él y adopta estrategias para atenderlos descartando o excluyendo a los restantes. Al perfeccionar su atención en ellos, intenta obtener una ventaja competitiva a pesar de no poseerla de manera dominante. La estrategia de segmentación se basa en dos variables. En la segmentación basada en costes, la compañía prefiere una ventaja de este tipo en el mercado segmentado, mientras que en la segmentación basada en la diferenciación busca distinguirse en él. Ambos tipos de variables se fundamentan en las diferencias entre los segmentos y otros de la industria.

El autor también considera que los primeros deben tener clientes y consumidores con necesidades especiales, pues todo lo contrario en el sistema de producción. La segmentación basada en el coste aprovechará las diferencias de comportamiento de los costes en algunos segmentos, mientras que la basada en la diferenciación explota las necesidades especiales de los miembros de ciertos segmentos.

Una organización será un competidor destacado de su rubro empresarial si logra proyectarse y lograr un liderazgo sostenible en costes (segmentación basada en costes) o en la diferenciación (segmentación basada en la diferenciación) en su segmento.

Señala que el atrayente organizado de un segmento es una condición necesaria, porque algunos de los segmentos de un rubro empresarial son mucho menos beneficiosos que otros. Muchas veces las empresas pueden emplear diversas estrategias sostenibles, dependiendo la situación de que las organizaciones escojan segmentos distintos. Casi todas las empresas tienen diferentes segmentos y pueden utilizar estrategias de segmentación en que cuenten con su propio sistema óptimo de producción o de logística (Porter, 2013).

#### **2.2.15. MYPE**

Unidad Económica conformada por una persona natural o jurídica, con el objetivo de fomentar trabajos de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios. (Portal SUNAT).

Los micros y pequeñas empresas (MYPE) realizan su inscripción en REMYPE, registro creado para ello.

### **Beneficios**

El Perú mediante políticas, incentivos y beneficios, brinda facilidades para su creación y formalización.

### **Requisitos**

Registro único del contribuyente (RUC) actualizado.

Clave SOL vigente.

Contar con un empleado mínimo.

No estar en el rubro juegos de azar, casinos, discotecas y bares.

Las **pequeñas y medianas empresas** se ubican de acuerdo a sus ingresos de sus ventas anuales:

**MICRO EMPRESA:** Anuales hasta 150 UIT máximo.

**PEQUEÑA EMPRESA:** Anuales de 150 UIT hasta 1700 UIT máximo.

#### **2.2.16. Talleres**

(Cantillo, 2014). Un lugar donde principalmente se trabaja con las manos que se dedica la reparación vehículos (pueden ser automóviles o motocicletas). Sólo pasar por uno de los talleres, se percibe que todo está diseñado para que, con un mínimo conocimiento de la mecánica, cualquier mano puede reparar o reemplazar los amortiguadores y los frenos de cepillos, baterías, filtros, fluidos y neumáticos.

Según el Reglamento Nacional de vehículos (D.S. N.º 058-2003-MTC)

Categoría L: Vehículos automotores con menos de 4 ruedas

L1: Vehículos de dos ruedas, de hasta 50 cm<sup>3</sup> y velocidad máxima de 50 km/h.

L2: Vehículos de tres ruedas, de hasta 50 cm<sup>3</sup> y velocidad máxima de 50 km/h.

L3: Vehículos de dos ruedas, de más de 50 cm<sup>3</sup> y velocidad mayor a 50 km/h.

L4: Vehículos de tres ruedas asimétricas al eje longitudinal del vehículo, de más de 50 cm<sup>3</sup> y una velocidad mayor de 50 km/h.

L5: Vehículos de tres ruedas simétricas al eje longitudinal del vehículo, de más de 50 cm<sup>3</sup> y velocidad mayor a 50 km/h y cuyo peso bruto vehicular no exceda de una tonelada.

### **III. HIPÓTESIS.**

Para el siguiente estudio no se formalizará hipótesis, porque su alcance no implica una influencia o casualidad. (Hernández, Fernandez, & Batista, 2003).



## **IV. METODOLOGIA**

### **4.1. Diseño de la Investigación**

#### **4.1.1 Tipo de Investigación.**

De tipo descriptiva, no experimental

#### **4.1.2 Nivel de investigación.**

Nivel mixto, debido a que contiene preguntas cuantitativas y cualitativas (Hernández, 2006).

#### **4.1.3. Diseño de la Investigación.**

Diseño no experimental por que se realiza sin manipular las variables

### **4.2. Población y muestra**

#### **4.2.1. Población**

La población son los representantes de las pequeñas y medianas empresas de talleres de vehículos menores de la Ciudad de Bagua, y los colaboradores, en un promedio de 3 por cada MYPE que hacen un igual a 15 que se dedican al mantenimiento correctivo y preventivo de los vehículos menores como motos lineales y moto taxis de la ciudad de Bagua.

#### **4.2.2. Muestra**

La muestra Para la variable capacitación serán los representantes de las MYPES del rubro servicios de talleres de vehículos menores de la ciudad de Bagua que son un total de 05 propietarios. A la variable competitividad se acudirá a los clientes que constituyen una población infinita, según (Arias, 2006) se podrá considerar infinita cuando tiene un número extremadamente grande de componentes, y no se puede saber exactamente el total de elementos.

La muestra estará conformada por 384 clientes, la misma que ha sido obtenida aplicando la fórmula de la población infinita:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 50 * 50}{0.50^2}$$

$n = 384$

#### **Dónde: Los valores**

Z = Representa el valor del nivel de confianza del 95%, porcentaje de seguridad de generalización de hallazgos. Valor Z al 95% = 1.96

e = El valor del margen de error probable en la investigación representado por el 5 %

p = viene hacer la variabilidad positiva. Es decir, la población con las características similares, como no hay información se colocará 50%

q = la variabilidad negativa con la aplicación, como no hay información se colocará 50%

n = Tamaño de la muestra.

Con el permiso de los propietarios y administradores de cada negocio, se realizaron las encuestas a los clientes que visitan a prestar de los servicios a los talleres de reparación de vehículos menores, en momentos que los usuarios llegaban al taller y fue realizado por espacio de 15 días, en los diferentes horarios de atención; contándose con el apoyo voluntario de dos colaboradores previa instrucción del cuestionario.

#### **4.3. Criterios de Inclusión y Exclusión**

Inclusión. - En la variable capacitación se incluirá a los dueños de las MYPE del rubro servicios de talleres de reparación de vehículos menores de la ciudad de Bagua, que se encuentren en sus locales y además su Empresa este formalizada y con respecto a los colaboradores serán aquellos que tengan más de 06 meses trabajando en el taller. Y

para la variable competitividad serán los usuarios de la ciudad de Bagua que cuenten con vehículos menores y tengan disponibilidad de tiempo

Exclusión. - Se excluirá para la variable capacitación a los colaboradores que tengan menos de seis meses de labores y para la variable competitividad será a los usuarios que no cuenten con vehículos menores o menores de edad

#### 4.4. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO
CAPACITACION	Adquisición de conocimientos Sean técnico, Científico y/o administrativo Para desarrollar su capacidad del personal.	Características	• Conocimientos de negocios	Cuestionario
			• De qué manera se ha Capacitación	
			• Capacitarse en que temas	
			• Tiempo de capacitación	
			• Innovaciones para el negocio	
			• Razón de la evaluación dela capacitación	
			• Momento de evaluación de la capacitación	
		• Contribución Personal de una capacitación		
		Métodos	• Seminarios	
			• Programas relacionados con institutos	
• Capacitación en línea				
• Talleres				
• Charlas o Conferencias				
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO
COMPETITIVIDAD	Elaborar y desarrollar productos de manera eficiente con recursos financieros, humanos y culturales, con patrones de calidad mediante la diferenciación y costos (Porter, 2017)	Características	• Preferencia de concurrencia	Cuestionario
		Ventajas Competitivas	• Cadena de Valor	
		Posicionamiento	• Costos	
			• Diferenciación	
• Segmentación				

#### **4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica que se utilizará en la presente investigación será la de la encuesta de tipo personal y el instrumento será el cuestionario con preguntas cerradas y estructuradas, siendo 20 en su totalidad. Para realizar el presente trabajo de investigación se emplearán las técnicas e instrumentos que detallamos a continuación.

##### **4.5.1. Cuestionarios**

El instrumento utilizado será una encuesta que será validado por juicio de expertos con grado de maestría y doctorado de las carreras de administración, epidemiología y psicología. La misma que estará conformada por 20 preguntas en total con preguntas cerradas.

Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una más variables a medir (Hernandez, 2014). Este cuestionario tendrá una duración entre 10 a 15 minutos, dependiendo el tiempo disponible del entrevistado, costará de 10 preguntas divididas en 2 partes, la primera parte tendrá 10 preguntas sobre la capacitación, y la segunda parte e consta de 10 preguntas relacionadas con la competitividad de las MYPE.

##### **4.5.2. La observación**

Se recorrerá todos los lugares o zonas de la Provincia de Bagua en donde estén Ubicados los Talleres de Vehículos menores para conocer como su forma de operacionalidad de cada una de éstas.

#### **4.6. Plan de análisis de datos**

Para el procesamiento de los datos cuantitativos se confeccionará una matriz de vaciado de la información en Microsoft Excel versión 2013. El nivel de análisis será univariado, los resultados obtenidos se presentarán en tablas y gráficos para poder interpretarlos y obtener las conclusiones del objeto de la investigación.

Para el análisis de datos cualitativos se emplearán métodos de análisis cualitativos a partir de las preguntas abiertas, las mismas serán presentadas en párrafos descriptivos.

**4.7. Matriz de consistencia lógica.**

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGIA
<p><b>CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO TALLERES DE VEHICULOS MENORES, EN LA CIUDAD DE BAGUA, 2018.</b></p>	<p>¿Cuál es el beneficio de la capacitación en la competitividad de las MYPES del sector servicios rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018?</p>	<p>Identificar las características de capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018.</p>	<p>Para el siguiente estudio no se formalizará hipótesis, porque su alcance no implica una influencia o casualidad. Hernández, Fernández y Batista, p. 40 – 2003.</p>	<p>El tipo de investigación es descriptiva</p>
		<p>Identificar los elementos de capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018.</p>		<p>Nivel cuantitativo</p>
		<p>Conocer las ventajas de la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018 son Competitivas.</p>		<p>Diseño no experimental corte transversal</p> <p>Diseño no experimental</p> <p>Población: 05 MYPES Para las variables, Capacitación y competitividad 384 Clientes</p>

#### **4.8. Principios éticos**

La presente investigación obtendrá valiosa información acerca de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector servicios rubro Talleres de vehículos menores de la Ciudad de Bagua año 2018, bajo los principios éticos de confiabilidad, puesto que sólo se publicará información que sólo los representantes autoricen; Asimismo, asumimos que principios de confiabilidad por que los datos que se presentarán serán reales, respetando las libertades, creencias y respeto de las personas; respeto a la dignidad humana; respeto por el desarrollo y el bien común de la gente que más lo necesita.

Para su aprobación ética se presentará al Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados.

#### 5.1.1. Capacitación.

**Tabla N° 01 Conocimiento del negocio**

Alternativa	Frecuencia	%
Mecánica	10	67%
Mecánica y Atención al cliente	2	13%
Mecánica y Ventas	3	20%
Mecánica y Marketing	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 02 Modo de capacitación**

Alternativa	Frecuencia	%
Por parte del Taller	7	47%
Con ayuda de Organizaciones o Instituciones	0	0%
Por cuenta propia	8	53%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 03 Temas de preferencia para capacitación**

Alternativa	Frecuencia	%
Mantenimiento Preventivo y pintado de Vehículos menores	5	33%
Mantenimiento Correctivo de Vehículos menores	7	47%
Técnicas de venta y marketing	1	7%
Atención al cliente	2	13%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia



**Tabla N° 04 Tiempo de capacitación**

Alternativa	Frecuencia	%
Anual	6	40%
Semestral	4	27%
Trimestral	3	20%
Nunca	2	13%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 05 Aportes para el negocio.**

Alternativa	Frecuencia	%
mejorar la relación con el cliente del Taller	10	67%
Notificaciones por mensajes y WhatsApp	3	20%
Citas previas por teléfono	2	13%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 06 Razones de Evaluación del nivel de capacitación**

Alternativa	Frecuencia	%
Aprendizaje (mantenimiento y reparación de vehículos menores)	1	7%
Competencias	3	20%
Habilidades	3	20%
Aprendizaje y autoevaluación	7	47%
Competencias y habilidades	1	7%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 07 Momento de Evaluación.**

Alternativa	Frecuencia	%
Antes de la capacitación	1	7%
Durante la capacitación	1	7%
Después de la capacitación	12	80%
Todos los puntos anteriores	1	7%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 08 Aprendizaje y auto evaluación**

Alternativa	Frecuencia	%
Aumento de conocimientos	1	7%
Desarrollo de habilidades	3	20%
Mejoramiento de actitudes y conducta	1	7%
Todas las anteriores	10	67%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 09 Método de capacitación recibidas**

Alternativa	Frecuencia	%
Seminarios	6	40%
Programas relacionados con Institutos	1	7%
Capacitación on line		0%
Talleres	3	20%
Charlas	5	33%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 10 Preferencias de Método de capacitación de los colaboradores**

Alternativa	Frecuencia	%
Seminarios	4	27%
Programas relacionadas con institutos	5	33%
Capacitación on line	1	7%
Talleres	2	13%
Charlas	3	20%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

### 5.1.2. Competitividad

**Tabla N° 11 para que servicios acude al taller**

Alternativa	frecuencia	%
para mantenimiento preventivo y correctivo	165	43%
Para reparación	99	26%
para pintura	50	13%
para compra de repuesto	70	18%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 12 Propiedades importantes demostradas por los colaboradores**

Alternativa	frecuencia	%
Rapidez	51	13%
Empático	125	33%
Respeto	76	20%
Honestidad	87	23%
Proactivo	45	12%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 13 Razones importantes para saber si el colaborador está capacitado**

Alternativa	frecuencia	%
preparación	35	9%
Diagnóstico del vehículo	55	14%
Competencia (resolver el Problema)	65	17%
Habilidad	84	22%
Atención de calidad	145	38%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 14 atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores**

Alternativa	frecuencia	%
Calidad del servicio	195	51%
Competencia	110	29%
Profesionalismo	79	21%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 15 importancia de los servicios que ofrece el Taller de vehículos menores**

Alternativa	frecuencia	%
Equipos tecnológicos innovadores y modernos	98	26%
Instalaciones físicas adecuadas	55	14%
información del procedimiento a realizar	101	26%
profesionales competentes en su ámbito	130	34%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 16 Medios de publicidad que se utilizan**

Alternativa	frecuencia	%
Redes Sociales	81	25%
Televisión	95	29%
Correos electrónico	48	15%
Página Web	0	0%
Volantes	100	31%
<b>TOTAL</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 17 Calificación para los precios que se ofertan**

Alternativa	frecuencia	%
Altos	72	19%
Medios	131	34%
Bajos	10	3%
Accesibles	171	45%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 18 Importancia de los servicios a los que acude.**

Alternativa	frecuencia	%
Mantenimiento Preventivo y correctivo	225	59%
Reparación	130	34%
Pintura	29	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 19 Otros servicios que le gustaría recibir**

Alternativa	frecuencia	%
venta de accesorios	87	23%
cotizaciones en línea	161	42%
Lavado de vehículos menores	79	21%
Recomendaciones para el cuidado del vehículo	57	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**Tabla N° 20 Motivo por el que concurre al taller.**

Alternativa	frecuencia	%
Por la publicidad que ha escuchado	75	20%
por el precio	62	16%
Por ubicación	173	45%
Por accesibilidad	74	19%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

## 5.2. Análisis

En la tabla 01 nombrada “Conocimiento del negocio”, refleja que el 67% de los colaboradores tienen conocimiento en mecánica, el 20% en mecánica y ventas, el 13% en mecánica y ventas, y el 0% en marketing, lo que coincide con (Chiavenato, 2009) quien manifiesta que la capacitación implica el traspaso de ilustraciones específicas relativas al tema laboral, conductas frente a apreciaciones de las diferentes empresas; siendo este elemento una característica de la capacitación, determinándose que el mayor porcentaje de los trabajadores saben de mecánica y una minoría en marketing, atención al cliente y ventas por lo que debería capacitarse a todo su personal, para que así tenga trabajadores con mejores habilidades, destrezas y que se comprometan con el logro de los objetivos trazados de la MYPE.

En la tabla 02 nombrada “modo de capacitación”, se ve que el 53% de los trabajadores que fueron entrevistados, afirman contar con capacitación por cuenta propia, el 47% también afirma que lo hizo por parte del taller el 0% con ayuda de otra organización lo que coincide con (Pacheco, 2017) quien concluye que en un gran porcentaje mencionan que no capacita a su personal, al mismo tiempo son conscientes de su importancia para su desarrollo y consecuencia en el mercado, así mismo (Siliceo, 2006) manifiesta que las empresas en general sientan las bases para que sus trabajadores obtengan capacitación primordial y especializada que les favorezca enfrentarse a su tarea diaria en condiciones más favorables, resultando este tema una característica de la micro y pequeña empresa de la investigación, y se afirma que la mayor parte de los trabajadores se capacitaron con sus propios recursos, pero sería relevante que los emprendedores se beneficien de las iniciativas del estado para otorgar mayor capacitación a sus trabajadores.

En la tabla 03 nombrada “Temas de preferencia para capacitación” se puede observar que al 47% le gustaría capacitarse en Mantenimiento Correctivo de Vehículos menores, el 33% en Mantenimiento Preventivo y pintado de Vehículos menores, el 13% en Atención al cliente y el 7% en Técnicas de venta y marketing coincidiendo con (Siliceo, 2006) quien señala que educación organizacional o capacitación es una obligación común de la organización y un deber de todo emprendedor a su conjunto de trabajadores, siendo este tema una característica de la capacitación; en esta tabla se

afirma que la mayoría de los trabajadores quieren tener capacitación ya sea en mantenimiento correctivo como preventivo. Para las capacitaciones es necesario que se escuche a los colaboradores para que se pueda capacitar en temas de interés de ellos con la razón de que obtengan nuevos entendimientos y/o técnicas actualizadas.

En la tabla 04 nombrada “Tiempo de capacitación”, vemos que un 40% de los trabajadores que se les realizó la encuesta indican que han recibido capacitaciones en forma anual ya que ha sido por parte de ellos mismos el 27% manifiesta que han recibido capacitación semestralmente y el 20% señalan que los han capacitado en forma trimestral y el 13% no se ha capacitado desde que entro a trabajar en la empresa, lo que coincide con (Aguilar, 2016) quien es su tesis titulada *Caracterización de la Capacitación y la Competitividad en las MYPE de servicio rubro fotocopiado del AA HH SANTA ROSA, PIURA 2016*, donde se concluye que la frecuencia generalmente es de forma anual.

En la tabla 05 nombrada “Aporte para el negocio-taller”, vemos que el 67% de los trabajadores entrevistados determina que estar trabajando en la MYPE, ha mejorado la relación con el cliente, el 20% manifiesta que ha implementado las Notificaciones por mensajes y whatsapp a los clientes del taller y el 13% de los colaboradores ahora ya ofrecen las citas por teléfono agilizando de esta manera los tiempo de sus clientes, con todas estas innovaciones es necesario que los dueños o empresarios aumenten el presupuesto e invertir en capacitación a sus trabajadores ya que el beneficio no solo es para el colaborador sino también para la empresa y de ese modo el costo se convierte en una inversión

En la tabla 06 nombrada “Razones de Evaluación del nivel de capacitación”, vemos que un 47% de los trabajadores estiman que se valoraron a través del Aprendizaje y autoevaluación el 20% afirman que lo valoran a través de la competencia el otro 20% a través de habilidades, el 7% por medio de competencias y habilidades y el otro 7% a través del aprendizaje, lo que coincide con Medina (2014) quien señala que las actividades de capacitación planeadas, en su importancia sean examinados considerando el nivel de impacto y aplicación, con el objetivo de implantar acciones de mejoramiento.

(Chiavenato, 2009) estima que la capacitación comprende el traslado de conocimientos especializados relacionados a la labor, actitudes relacionadas a perspectivas de la empresa, del ambiente y de la tarea, así como la creación de competencias y habilidades, siendo este tema otra meta de la capacitación; se concluye que gran parte de los trabajadores estiman que son examinados por medio del Aprendizaje y autovaloración y otro similar porcentaje es valorado a través de las habilidades y competencias; demostrando que es relevante que los emprendedores de las MYPES desarrollen programas de capacitación para beneficiar a su personal, y sirva de motivación y genere un compromiso con el negocio.

En la tabla 07 nombrada “Momento de Evaluación.”, se puede apreciar que el 80% de los trabajadores de los que se les realizaron la encuesta manifestaron que son examinados después de haber recibido la capacitación, el 7% respondieron antes de la capacitación otro 7% que durante la capacitación, y el 7% que lo evalúan durante todos los puntos manifestados anteriormente lo que es similar con (Medina, 2014) el mismo que establece se deben tomar los exámenes inherentes a cada tema de capacitación programado, también coincide con (Sanchez, 2014) que manifiesta que debe realizarse un acompañamiento de los resultados que se obtuvieron de la activación del plan de capacitación así como a las activaciones que le dan los colaboradores, de igual manera (Chiavenato, 2009) supone que el objetivo principal del proceso de capacitación, es la valoración de los resultados; por lo que todos los programas de capacitación deben incluir la evaluación, que debe tener dos aspectos: 1. comprobar si la capacitación desarrolló los cambios deseados en la actitud de los trabajadores, 2. constatar que los beneficios de la capacitación están en conexión a través de la obtención de las objetivos de la organización.

Así mismo, el autor estima que se debe verificar si las técnicas de capacitación son eficientes para obtener las metas propuestas; estableciendo este tema otra características de la capacitación, se evidencia que la mayoría de los trabajadores señalan que son examinados posteriormente de haber sido capacitados, por lo tanto, es esencial que los emprendedores evalúen a sus colaboradores antes y/o después de ser capacitados lo que permitiría realizar alguna comparación e identificar como



realizaban su trabajo antes y como lo realizan después de haber sido capacitados, e identificar si los métodos aplicados tienen el esperado efecto.

En la tabla 08 denominada “Aprendizaje y auto evaluación”, el 67% del personal encuestados considero que la capacitación permitió incrementar sus conocimientos, aumentar las aptitudes, el perfeccionamiento de actitudes, conductas y el desarrollo de competencias, el 13% concuerdan que permitió desarrollar las aptitudes el 7% dijo que solo había incrementado sus conocimientos el otro 7% dice que permitió mejorar sus actitudes y conductas, y el 20% que le ayudo a mejorar sus habilidades lo que se iguala con (Sanchez, 2014) que indica que afecta el entorno financiero, al optimizar la complacencia del usuario con las aptitudes de los colaboradores y fidelizarlos con la organización, así mismo afecta en el crecimiento personal de cada colaborador que notan el cambio en sus capacidades para solucionar varios problemas, para hacer efectiva su labor y vincularse con los consumidores.

A su vez (Chiavenato, 2009) estima que la capacitación se responsabiliza en otorgar resultados como: disminución del cambio continuo de personal, disminución del ausentismo, incremento de eficacia personal de los trabajadores, incremento de las aptitudes personales, incremento de entendimiento personal, cambio de comportamiento y conductas, etc.,

En la tabla 09 denominada “Método de capacitación recibidas” vemos que el 70% de los trabajadores manifestaron que se capacitaron a través de seminarios, el 33% se capacitó con charlas, el 20% a través de talleres el 7% con programas relacionado con institutos de la localidad y el 0% a través de programas en línea. (alles, 2011) indica que la capacitación es realizar procesos organizados aplicado a las competencias y conocimientos estos generalmente pueden ser cursos, lecturas guiadas, seminarios, métodos de estudios de casos, role-playing, por tanto, todos y cada de uno de estas técnicas se realizan de manera objetiva. Por lo cual, debe ser una conexión de habilidades y conocimientos; estructurada, planeada, evaluable. De esta manera, también se tiene en cuenta la preparación, que es un método de aprendizaje que se realiza en la práctica, en esta capacitación se obtienen aptitudes y entendimientos

primordiales para alcanzar objetivos establecidos, siempre relacionados con la misión y visión de la organización.

La tabla 10 llamada “Preferencias de Método de capacitación de los colaboradores”, se estima que el 33% de los empleados quieren capacitarse en Programas relacionadas con institutos, el 27% espera recibir capacitación mediante seminarios, el 20% mediante charlas, y el 7% con capacitación on line, en esta tabla se puede observar que el personal que trabaja en los talleres en su mayoría son personas que se han iniciado como ayudantes y han ido aprendiendo paulatinamente coincidiendo con . (Gonzales, 2014) quien concluyó que: en su mayoría las micro y pequeñas empresas del sector textil en el distrito de La Victoria Lima, Perú desconocen esta Ley N° 28015, lo que los hace poco competitivas y con una gestión deficiente, ya que mediante esta ley los propietarios pueden brindar capacitación a sus colaboradores.

En la tabla 11 nombrada “para que servicios acude al taller”, indica que el 43% de los usuarios encuestados manifiestan que acuden al taller para mantenimiento preventivo y correctivo de sus vehículos menores, el 26% manifiestan que Para reparación, el 18% para compra de algún repuesto y el 13% señalan que para pintura, según (Porter, 2017) indica que la organización escoge un sector o equipo de sectores de él y adopta su táctica para dedicarse a ellos eliminando al resto, siendo esta tabla un **objetivo** de la competitividad; se afirma que casi el cincuenta por ciento los clientes consideran que acuden por mantenimiento preventivo y correctivo de sus vehículos menores , las MYPEs deben aprovechar la necesidad de estos usuarios para concientizarlos y convertirlos y usuarios asiduos al servicio

En la tabla 12 nombrada “Propiedades importantes demostradas por los colaboradores”, vemos que el 33% de los usuarios afirman que los trabajadores emiten simpatía al momento de la atención, , el 23% son honestos, el 20% son respetuosos, el 13% son rápidos al momento de prestar el servicio y solo el 12% son proactivos, (Porter, 2017) estima que la cadena de valor se conforma por acciones de soporte que sostienen a las primeras y viceversa, entre otras encontramos al recurso humano; siendo este tema una de las varias característica de la competitividad; se afirma que un porcentaje mayoritario de los usuarios indican que los trabajadores al servirlos

exhiben empatía, lo que indica que los emprendedores deberían realizar un acompañamiento de sus colaboradores y realizar actividades para mejorar.

En la tabla 13 denominada “razones importantes para saber si el colaborador está capacitado”, se define que el 38% de los usuarios entrevistados estiman que los empleados en el momento de servirlos desarrollan una atención de calidad, el 22% aprecian que son hábiles el 17% consideran que son competentes el 14% que dan un buen diagnóstico del vehículo, y solo el 9% afirman que se encuentran aptos para realizar su trabajo, lo que se iguala con (Sanchez, 2014) quien determina que posteriormente de llevar a cabo el plan de capacitación, comprobó que el trabajador era calificado por los usuarios como que otorga una calidad de servicio eficiente. (Porter, 2017) indica que la cadena de valor se constituye por acciones de soporte que avalan a las primeras y viceversa, entre varias hallamos el recurso humano. Siendo esta tabla una parte del objetivo competitividad se afirma que casi el cincuenta por ciento de los usuarios concuerda que los empleados al momento de servirlos desarrollan una atención de calidad, por lo tanto sería relevante que los empresarios empiecen a realizar programas de capacitación para que todos sus trabajadores presten servicio de calidad, e incremente la convicción de los usuarios que los trabajadores conocen lo que realizan y la imagen del taller sea reconocido y los mismos usuarios lo recomienden, y hará que estas MYPE de la investigación aumenten sus ventas y se vuelvan más competitivas

En la tabla 14 nombrada “Atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores”, el 51% de los usuarios entrevistados afirman que en el taller se brinda servicio de calidad, el 29% afirman que acuden al taller porque es el más competente, el 21% indican que va por que los trabajadores son profesionales, , lo que concuerda en parte con (Porter, 2017) estima que la herramienta de calidad es un tema estrecho en demasía haciendo peculiar a una organización, ya que se posiciona en el producto y no en la diversa gama de acciones de valor que rebotan en el usuario, siendo es tema parte del objetivo de competitividad, manifestamos que para la mayoría de usuarios es importante que el taller ofrezca servicios de calidad; estimando que la característica mejor reconocida es la calidad, las micro y pequeñas empresas de estudio

deben considerar que para establecerse y conseguir estar en posicionado en el consumidor deben continuar otorgando servicios de calidad que debe ir de la mano con los especialistas , entre otras particularidades fundamentales para el consumidor.

En la tabla 15 llamada “importancia de los servicios que ofrece el Taller de vehículos menores”, se observa que el 34% de los usuarios encuestados manifiestan que acuden a algún servicio del taller por los profesionales competentes en su ámbito, el 26% señalan que lo hacen porque cuentan con equipos tecnológicos para resolver cualquier falla mecánica , el otro 26% indican que es porque se le ofrece un informe detallado de las fallas que pueda presentar su vehículo, el 14% considera que sus instalaciones físicas son adecuadas ,este contrasta (Gonzales, 2014)que afirma que, la mayoría de las organizaciones tienen inexistente o deficiente plan estratégico lo que origina se derive en forma negativa en el mercado interno y externo. Para (Porter, 2017) estima que la infraestructura, la tecnología y el recurso humano son acciones de apoyo que generan valor; son tema parte del objetivo de la competitividad, se concluye que el 25% de los clientes estiman que concurren al taller porque ofrezca un ambiente cómodo y tranquilo, por sus infraestructura, por la tecnología existente, por lo que podemos apreciar que el cliente hace caso omiso a la atracción que ofrece la MYPE.

En la tabla 16 llamada “Medios de publicidad que se utilizan”, se observa que el 31% de los usuarios afirman que para que taller se haga conocido utilizó volantes de publicidad, el 29% concuerdan que se enteraron por medio de la televisión de la zona, el 25% confirman que los conoció a través de la Redes sociales, y el 15% concuerdan que conocieron de la creación del taller por medio de correos electrónicos Arias (2014) demuestra que la realidad actual de las MYPE en el poblado de San Vicente es preocupante pues se demostró que no existió un canal acorde con la promoción de esta acción ni una estrategia de capacitación que permitieran la mejora de las mismas. Sin embargo (Porter, 2017) señala la necesidad de informar el valor a los usuarios mediante la promoción y a el equipo de ventas, que siendo este tema parte del objetivo de la competitividad, se concuerda que más del 25% de los usuarios afirman que el taller para conocerse se apoyó con la ayuda de volantes, y más del 50% lo conocieron por medio de las redes sociales, correos electrónicos y la televisión, al ser la publicidad clave relevante para que la organización se conozca y se aumentes

las ventas, los emprendedores deben considerar dentro sus gastos una cantidad destinada a la publicidad, usando todos los medios existentes.

La tabla 17 nombrada “Calificación para los precios que se ofertan”, se ve que el 45% de los usuarios encuestados manifiestan que los precios que maneja el taller son accesibles, el 34% concuerdan que los servicios que se ofrecen tiene precios medios para el 19 % son precios altos y el 3% afirma que los precios son bajos según (Porter, 2017) indica que medimos el valor por el determinado precio que están disponibles a pagar los usuarios, por ser este tema parte de la meta de la competitividad, se concluye que casi el 50% de los clientes creen que los precios son accesibles y más del 50% que los precios son medios y altos, un bajo porcentaje que son bajos por lo tanto se puede ver que estos usuarios no son de nivel bajo debido a que son personas que poseen vehículos chicos como herramientas de trabajo o medio de transporte personal y pagan los precios que piden las mypes. Que estos clientes no son de bajo nivel dado que son personas que tienes sus vehículos menores como herramienta de trabajo o medio de transporte personal y pueden solventar las tarifas que ofrecen las MYPE.

En la tabla 18 denominada “Importancia de los servicios que ofrece”, se observa que el 59% de los usuarios encuestados manifiestan acude por el servicio de Mantenimiento Preventivo y correctivo, el 34% acude por reparación, el 8% acude por la compra de algún repuesto, (Porter, 2017) estima que la herramienta de diferenciación pide que la organización escoja las características que sean diferentes de los de su competencia, siendo este tema otro objetivo de la competitividad, se establece que para la mayoría de los usuarios es importante el servicio de Mantenimiento Preventivo y correctivo , por lo que los empresarios deben seguir ofreciendo y mejorando este servicios para que la MYPE tenga mayor demanda no solo de este servicio sino también de los otros servicios que se brindan

En la tabla 19 denominada “Otros servicios que le gustaría recibir”, se observa que el 42% de los usuarios manifiestan que se debe implementar las cotizaciones en línea, el 23% de los encuestados propone la venta de accesorios, el 21% indica que las MYPE de estudio deben implementar el servicio de lavado y el 15% manifiesta que

le gustaría recibir algunas recomendaciones para el cuidado del vehículo, según (Porter, 2017) la segunda estrategia genérica es la diferenciación a través de ella la empresa trata de sobresalir en su segmento en ciertos aspectos mayormente vistos por los consumidores. Elige uno o más cualidades que crea relevantes y obtiene una posición especial para servir a estas necesidades, siendo este tema una meta de la competitividad, se observa que además de los servicios que ofrece el 42% de los usuarios recomienda que las cotizaciones se deben realizar en línea, y otro porcentaje menor indica que se deben implementar otros servicios como el lavado de vehículos y un bajo porcentaje prefiere que adicionalmente se implemente con recomendaciones para evitar las fallas.

En la tabla 20 nombrada “Motivo por el que concurre al taller”, el 45% de los usuarios encuestados manifestaron que concurren al taller por que se encuentra en una buena ubicación, el 20% por la publicidad que ha escuchado, lo hace por accesibilidad el 19% y solo el 16 % manifestó que por el precio. Según (Porter, 2017) estima que la cadena de valor se establece por acciones de soporte que avalan a las primeras entre ellas la infraestructura que no se conecta con ninguna acción primaria sino que le da soporte, siendo este tema una característica de la competitividad; por lo que se afirma que casi el 50% de los usuarios consideran que concurren al taller por que se encuentra en una buena ubicación por lo que se debe tener en cuenta ya que estos usuarios que acuden al taller son personas a quienes les queda más cerca el taller y por diferentes motivos necesitan los servicios que brinda el taller por lo cual la localización es un tema importante para estas MYPE.

## VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con respecto a las características de la capacitación de las MYPE de la investigación tenemos que la mayoría los trabajadores recibieron capacitación por sus propios medios un 63%, esta misma mayoría estima que la capacitación contribuyó al incremento de su conocimiento, ampliación de competencias y habilidades, también mejora de conductas y actitudes. Así mismo, la mayoría de empleados estima relevante que la verificación de la enseñanza se debe hacer después de cada capacitación. También, la minoría de los trabajadores quiere que se le den varias técnicas de capacitación a través de talleres, seminarios y sobre todo en programas relacionados con institutos, con cursos relacionados a técnicas de ventas y atención al público, mantenimiento preventivo, pintado y mantenimiento correctivo de vehículos menores. La calidad, tanto en los productos ofrecidos y la atención al cliente, el precio competitivo alineado a la competencia, profesionales competentes en su ámbito y la accesibilidad del local, son las principales características de la competitividad identificadas.

Para nuestro segundo objetivo que fue Identificar los métodos de la capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018., se concluyó que la mayoría de trabajadores ha recibido capacitación a través de seminarios, pero preferiría las capacitaciones con programas relacionadas con institutos porque según sus temas que se presentan son más completos para ellos.

Para Conocer las ventajas de la capacitación del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018 se concluyó que son competitivas según sus estrategias que desarrollan que es nuestro tercer objetivo de estudio, se consideró dentro de las acciones primordiales de la cadena de valor que tiene la pequeña empresa, como los servicios de mantenimiento correctivo y preventivo de vehículos menores estiman relevante la calidad de los servicios propuestos y en lo referente al marketing, o medios de comunicación que utiliza el taller, se está ejecutando primordialmente a través de volantes de publicidad; en lo concerniente a acciones de apoyo, desarrolladas por los empleados, se ha determinado que el cincuenta por ciento de los usuarios consideran que los empleados realizan una atención de calidad. Con respecto a las actividades generales que crecen en las MYPE,

se determinó como resultado respecto a la sectorización, que casi la mitad de los usuarios llegan al taller para el mantenimiento preventivo y correctivo de sus vehículos menores, en lo concerniente a los costos, más de la mitad de los usuarios estiman que los pequeños empresarios brindan sus bienes a precios accesibles, y a cerca de la diferenciación, la mayoría de los usuarios consideran que se da por los servicios que brinda en mayor porcentaje el mantenimiento preventivo y correctivo de vehículos menores, además más de la mitad de los usuarios manifiestan su deseo que como otro punto diferenciador, se adicionen las cotizaciones en línea y en menor porcentaje las Recomendaciones para el cuidado del vehículo.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, L. (2016). CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DE SERVICIOS RUBRO FOTOCOPIADO DEL AA HH SANTA ROSA, PIURA 2016. PIURA.
- alles, M. (2011). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos*. Buenos aires: Ediciones Granica S.A.
- Álvarez , B., Freire, D., & Gutiérrez , B. (2017). Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas. Los Angeles.
- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. Caracas.
- Aycaya. (2017). *Caracterización de la capacitación y la formalización de las MYPES del sector comercio – rublo reciclaje del distrito de Tacna, periodo 2017*”. Tacna: Uladech.
- Cantillo, A. D. (18 de febrero de 2014). Obtenido de <http://www.autosoporte.com/blog-automotriz/item/298-que-es-un-taller-mecanico>
- Chiavenato. (1999). *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS*”. mexico: Editorial Mc Graw Hill.
- Chiavenato. (2009). mexico: Edamsa Impresiones S.A.
- chiavenato, i. (1993). *Gestion del Talento Humano*. mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Chudnoysky, & Porta. (1990).
- Deming, E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad* ( Díaz de Santos ed.). Madrid.
- FORO ECONOMICO MUNDIAL. (26 de SEPTIEMBRE de 2017). *Competitividad 2017-2018*.
- Gonzales, J. (2014). GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL EN EL MARCO DE LA LEY N° 28015 EN EL DISTRITO DE LA VICTORIA - AÑO 2013 .
- Hernandez. (2014).
- Hernández, Fernandez, & Batista. (2003). Metodología de la Investigación. mexico: McGRAW-HILL.
- Hernández, S. (2006). *INVESTIGACION / METODOLOGIA / INVESTIGACION*. lima: Mc Graw Hill education.
- Levy-Leboyer, C. (2000). *Gestion de las Competencias*. Barcelona: Ediciones Gestion.

- López, R., Reyes, Y., & Molina, A. T. (2017). Evaluación del impacto de la capacitación en directivos de instalaciones Turísticas. Habana, Cuba.
- Mayer, M. (15 de MAYO de 2017). secretario de emprendedores y PYMEs de Argentina. (J. Trujols, Entrevistador)
- Medina, F. (2014). *repositorio.puce.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8130/TESIS%20FINAL%20NOVIEMBRE%20INCLUYE%20HOJA.pdf?sequence=2>
- Pacheco. (2017). CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACION Y LA.
- Palacios. (2 de junio de 2018). En competitividad seguimos en el fondo. *Expreso*, pág. 14.
- Palacios, A. (2018). situación de las micro y pequeñas empresas. *con nuestro peru*.
- Porter. (2017). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto es un sello editorial de Centro Libros PAF, S. L. U.
- Porter, m. (2009). *Ser Competitivo*. DEUSTO.
- Sanchez, M. d. (2014). Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo.
- Siliceo, A. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal* (cuarta edición ed.). Mexico: limusa noriega editores.
- Sosa, Y. F. (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.". Zacapa.
- Vizacarra, N. (16 de noviembre de 2009). *Importancia de la capacitación para las MyPE*. Obtenido de <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167>
- Werther Jr., & Davis. (1998). *Administración de personal y recursos humanos*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana de México.

# **ANEXOS**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ANEXO 02**

**CONSTANCIA DE VALIDACION**

YO, Mgr. **Walter García Neco** identificado con DNI 16742630 con CLAP N° 05532 Por medio de la presente hago constar.

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario del estudiante Br. **Waldo Oscar Vallejos Santa Cruz** para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

**CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y LA COMPETITIVIDAD DE  
LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO TALLERES DE VEHICULOS  
MENORES, EN LA CIUDAD DE BAGUA, 2018.**

Luego de haber realizado la evaluación pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, Noviembre del 2018



Mgtr. **Walter García Neco**  
CLAP. N° 05532

**FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO**

**Nombre del profesional:**

orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendenciosos o aqueciente		Se necesita más itens para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	<b>CAPACITACION</b>								
<b>OE 01</b>	Identificar las características y elementos para valorar el nivel de capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018								
1	¿Qué conocimiento tiene usted relacionado a su trabajo?	X			X		X		X
2	¿De qué manera ha recibido capacitación en los últimos años?	X			X		X		X
3	¿Qué temas preferiría usted para recibir capacitación?	X			X		X		X
4	¿Ha recibido capacitación en los últimos años cada que tiempo?	X			X		X		X
5	¿Cómo considera usted que contribuye (innovación) su participación en el taller?	X			X		X		X
6	¿A través de qué razones se le evalúa el nivel de capacitación en su empresa?	X			X		X		X
7	¿tiene conocimiento en qué momento se le evalúa el nivel de capacitación?	X			X		X		X
8	¿El hecho de haber recibido capacitación en que cree que ha mejorado usted?	X			X		X		X
<b>OE 02</b>	Identificar los métodos de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018.								
9	¿Durante el tiempo que labora en el Taller, qué métodos de capacitación ha recibido?	X			X		X		X
10	¿Qué métodos de capacitación preferiría usted para ser capacitado?	X			X		X		X
	<b>COMPETITIVIDAD</b>								
<b>OE 03</b>	Conocer las ventajas de la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018 son competitivas según sus estrategias que desarrollan.								
11	¿Para qué servicios usted acude al taller de mecánica de vehículos menores?	X			X		X		X
12	¿Qué propiedad utilizada por los colaboradores que atienden en el taller es más importante para usted?	X			X		X		X
13	¿Qué Razones son importante para medir si el colaborador está capacitado en su trabajo para usted?	X			X		X		X
14	¿Califique usted el atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores?	X			X		X		X
15	Para usted cual es la importancia de las propiedades que ofrece el Taller de vehículos menores?	X			X		X		X
16	¿Mediante qué medios de publicidad tomo conocimiento de la existencia del Taller de vehículos menores?	X			X		X		X
17	¿Con respecto a los precios que ofrece el Taller de vehículo menor como los califica?	X			X		X		X
18	¿Califique usted la importancia de los servicios que ofrece el taller de vehículos menores?	X			X		X		X
19	¿Qué otro servicio complementario le gustaría recibir?	X			X		X		X
20	¿Por qué motivo concurre usted al taller de vehículo menor?	X			X		X		X

  
 Mgr. Walter García Neco  
 CLAD. N° 05532



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO 02

CONSTANCIA DE VALIDACION

YO, JONATHAN SILVA VASQUEZ identificado con DNI 42789331 con CLAP N° 02250,  
Por medio de la presente hago constar.

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario del estudiante Br. Waldo Oscar Vallejos Santa Cruz para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

**CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y LA COMPETITIVIDAD DE  
LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO TALLERES DE VEHICULOS  
MENORES, EN LA CIUDAD DE BAGUA, 2018.**


Luego de haber realizado la evaluación pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, Noviembre del 2018

Mgtr. J. Jonathan Silva Vasquez  
Registro CLAP N° 02250

**FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO**

Nombre del profesional:									
orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencias o aqueciente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	<b>CAPACITACION</b>								
<b>OE 01</b>	Identificar las características y elementos para valorar el nivel de capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018								
1	¿Qué conocimiento tiene usted relacionado a su trabajo?	X			X		X		X
2	¿De qué manera ha recibido capacitación en los últimos años?	X			X		X		X
3	¿Qué temas preferiría usted para recibir capacitación?	X			X		X		X
4	¿Ha recibido capacitación en los últimos años cada que tiempo?	X			X		X		X
5	¿Cómo considera usted que contribuye (innovación) su participación en el taller?	X			X		X		X
6	¿A través de qué razones se le evalúa el nivel de capacitación en su empresa?	X			X		X		X
7	¿tiene conocimiento en qué momento se le evalúa el nivel de capacitación?	X			X		X		X
8	¿El hecho de haber recibido capacitación en que cree que ha mejorado usted?	X			X		X		X
<b>OE 02</b>	Identificar los métodos de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018.								
9	¿Durante el tiempo que labora en el Taller, qué métodos de capacitación ha recibido?	X			X		X		X
10	¿Qué métodos de capacitación preferiría usted para ser capacitado ?	X			X		X		X
	<b>COMPETITIVIDAD</b>								
<b>OE 03</b>	Conocer las ventajas de la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018 son competitivas según sus estrategias que desarrollan.								
11	¿Para qué servicios usted acude al taller de mecánica de vehículos menores?	X			X		X		X
12	¿Qué propiedad utilizada por los colaboradores que atienden en el taller es más importante para usted?	X			X		X		X
13	¿Qué Razones son importante para medir si el colaborador está capacitado en su trabajo para usted?	X			X		X		X
14	¿Califique usted el atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores?	X			X		X		X
15	Para usted cual es la importancia de las propiedades que ofrece el Taller de vehículos menores?	X			X		X		X
16	¿Mediante qué medios de publicidad tomo conocimiento de la existencia del Taller de vehículos menores?	X			X		X		X
17	¿Con respecto a los precios que ofrece el Taller de vehículo menor como los califica?	X			X		X		X
18	¿Califique usted la importancia de los servicios que ofrece el taller de vehículos menores?	X			X		X		X
19	¿Qué otro servicio complementario le gustaría recibir?	X			X		X		X
20	¿Por qué motivo concurre usted al taller de vehículo menor?	X			X		X		X

  
**Mgr. S. Jonathan Silva Vásquez**  
 Registro CLAD Nº 02256



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO 02

**CONSTANCIA DE VALIDACION**

YO AURIA VELA MONTENEGRO, identificado con DNI 40796109 con CLAP N° 350  
Por medio de la presente hago constar.

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario del estudiante Br. Waldo Oscar Vallejos Santa Cruz para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

**CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y LA COMPETITIVIDAD DE  
LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO TALLERES DE VEHICULOS  
MENORES, EN LA CIUDAD DE BAGUA, 2018.**

Luego de haber realizado la evaluación pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, Noviembre del 2018.



Myrta Auris Vela Montenegro  
CLAP N° 350



**FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO**

**Nombre del profesional:**

orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencias o aqueciente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	<b>CAPACITACION</b>								
<b>OE 01</b>	Identificar las características y elementos para valorar el nivel de capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018								
1	¿Qué conocimiento tiene usted relacionado a su trabajo?	X			X		X		X
2	¿De qué manera ha recibido capacitación en los últimos años?	X			X		X		X
3	¿Qué temas preferiría usted para recibir capacitación?	X			X		X		X
4	¿Ha recibido capacitación en los últimos años cada que tiempo?	X			X		X		X
5	¿Cómo considera usted que contribuye (innovación) su participación en el taller?	X			X		X		X
6	¿A través de qué razones se le evalúa el nivel de capacitación en su empresa?	X			X		X		X
7	¿tiene conocimiento en qué momento se le evalúa el nivel de capacitación?	X			X		X		X
8	¿El hecho de haber recibido capacitación en que cree que ha mejorado usted?	X			X		X		X
<b>OE 02</b>	Identificar los métodos de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018.								
9	¿Durante el tiempo que labora en el Taller, qué métodos de capacitación ha recibido?	X			X		X		X
10	¿Qué métodos de capacitación preferiría usted para ser capacitado ?	X			X		X		X
	<b>COMPETITIVIDAD</b>								
<b>OE 03</b>	Conocer las ventajas de la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018 son competitivas según sus estrategias que desarrollan.								
11	¿Para qué servicios usted acude al taller de mecánica de vehículos menores?	X			X		X		X
12	¿Qué propiedad utilizada por los colaboradores que atienden en el taller es más importante para usted?	X			X		X		X
13	¿Qué Razones son importante para medir si el colaborador está capacitado en su trabajo para usted?	X			X		X		X
14	¿Califique usted el atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores?	X			X		X		X
15	Para usted cual es la importancia de las propiedades que ofrece el Taller de vehículos menores?	X			X		X		X
16	¿Mediante qué medios de publicidad tomo conocimiento de la existencia del Taller de vehículos menores?	X			X		X		X
17	¿Con respecto a los precios que ofrece el Taller de vehículo menor como los califica?	X			X		X		X
18	¿Califique usted la importancia de los servicios que ofrece el taller de vehículos menores?	X			X		X		X
19	¿Qué otro servicio complementario le gustaría recibir?	X			X		X		X
20	¿Por qué motivo concurre usted al taller de vehículo menor?	X			X		X		X

  
 Mgtr. Aurja Veja Montenegro  
 CLAP. N° 350



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**Apreciados Colaboradores**, la finalidad de esta encuesta, es acopiar información de las micro y pequeñas empresas para el desarrollo del trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPES del sector Servicios, rubro Talleres de vehículos menores en la Ciudad de Bagua, 2018”**. La información que nos proporcione será solo para fines académicos y de investigación, **agradeciéndole su tiempo y apoyo** brindado.

## ENCUESTA

Edad: \_\_\_\_\_ Género (M) ( F )  
Profesión: \_\_\_\_\_

Marca un (X) en el recuadro correspondiente según considere la alternativa correcta.

### Capacitación

1. ¿Qué conocimiento tiene usted relacionado a su trabajo?
  - a. Mecánica
  - b. Mecánica y Atención al cliente
  - c. Mecánica y Ventas
  - d. Mecánica y Marketing
  
2. ¿De qué manera ha recibido capacitación en los últimos años?
  - a. Por parte del Taller
  - b. Con ayuda de Organizaciones o Instituciones
  - c. Por cuenta propia
  
3. ¿Qué temas preferiría usted para recibir capacitación?
  - a. Gestión de servicio
  - b. Mantenimiento Preventivo y pintado de Vehículos menores
  - c. Mantenimiento Correctivo de Vehículos menores
  - d. Técnicas de venta y marketing
  - e. Atención al cliente
  
4. ¿Ha recibido capacitación en los últimos años cada que tiempo?
  - a. Anual
  - b. Semestral
  - c. Trimestral
  - d. Nunca
  
5. ¿Cómo considera usted que contribuye (innovacion) su participación en el taller?
  - a. mejorar la relación con el cliente del Taller

- b. Notificaciones por mensajes y whatsapp
- c. Citas previas por teléfono

6. ¿A través de qué razones se le evalúa el nivel de capacitación en su empresa?

- a. Aprendizaje (mantenimiento y reparación de vehículos menores)
- b. Competencias
- c. Habilidades
- d. Aprendizaje y autoevaluación
- e. Competencias y habilidades

7. ¿tiene conocimiento en qué momento se le evalúa el nivel de capacitación?

- a. Antes de la capacitación
- b. Durante la capacitación
- c. Después de la capacitación
- d. Todos los puntos anteriores
- e. no sabe

8. ¿El hecho de haber recibido capacitación en que cree que ha mejorado usted?

- a. Aumento de conocimientos
- b. Desarrollo de habilidades
- c. Mejoramiento de actitudes y conducta
- d. Desarrollo de competencias
- e. Todas las anteriores

9. ¿Durante el tiempo que labora en el Taller, qué métodos de capacitación ha recibido?

- a. Seminarios
- b. Programas relacionados con Universidades
- c. Capacitación on line
- d. Talleres
- e. Charlas

10. ¿Qué métodos de capacitación preferiría usted para ser capacitado?

- a. Seminarios
- b. Programas relacionadas con universidades
- c. Capacitación on line
- d. Talleres
- e. Charlas



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**Apreciado Cliente**, la finalidad de esta encuesta, es acopiar información de las micro y pequeñas empresas para el desarrollo del trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPES del sector Servicios, rubro Talleres de vehículos menores en la Ciudad de Bagua, 2018”**. La información que nos proporcione será solo para fines académicos y de investigación, **agradeciéndole su tiempo y apoyo** brindado.

### **ENCUESTA**

Edad: \_\_\_\_\_

Género (M) (F)

Profesión:

\_\_\_\_\_

1. ¿para qué servicios usted acude al taller de mecánica de vehículos menores?
  - a. para mantenimiento preventivo y correctivo
  - b. Para reparación
  - c. para pintura
  - d. para compra de repuesto
  
2. ¿Qué propiedad utilizada por los colaboradores que atienden en el taller es más importante para usted?
  - a. Rapidez
  - b. Empático
  - c. Respeto
  - d. Honestidad
  - e. Proactivo
  
3. ¿Qué criterio es importante para medir si el colaborador está capacitado en su trabajo para usted?
  - a. Preparación
  - b. Competencia
  - c. Habilidad
  - d. Atención de calidad
  
4. ¿Por qué motivo concurre usted en el taller de vehículo menor?
  - a. Por la publicidad que ha escuchado
  - b. por el precio
  - c. Por recomendación
  - d. Por accesibilidad

5. ¿Califique usted la importancia de los servicios que ofrece el taller de vehículos menores?
- a. Mantenimiento Preventivo y correctivo
  - b. Reparación
  - c. Pintura
6. ¿Califique usted el atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores?
- a. Calidad del servicio
  - b. Competencia
  - c. Profesionalismo
7. Para usted cual es la importancia de las propiedades que ofrece el Taller de vehículos menores?
- a. Equipos tecnológicos innovadores y modernos
  - b. Instalaciones físicas adecuadas
  - c. información del procedimiento a realizar
  - e. profesionales competentes en su ámbito
8. ¿Mediante qué medios de publicidad tomo conocimiento de la existencia del Taller de vehículos menores?
- a. Redes sociales
  - b. Televisión
  - c. correo electrónico
  - d. página web
  - c. Volantes
9. ¿Con respecto a los precios que ofrece el Taller de vehículo menores como los califica?
- a. Altos
  - b. Medios
  - c. Bajos
  - d. Accesibles
10. ¿Qué otro servicio complementario le gustaría recibir?
- a. venta de accesorios
  - b. Cotizaciones en línea
  - c. Lavado de vehículos menores
  - d. Recomendaciones para el cuidado del vehículo

### RELACIÓN DE LAS MYPE DE ESTUDIO

NOMBRE DE TALLERES	NOMBRE DEL REPRESENTANTE DE LA MYPE	RUC	DIRECCIÓN
VENTA Y MANTENIMIENTO Y REPARACION DE MOTOCICLETAS Y ACCESORIOS	MOISES RAMOS MELCHOR	1041757486	AV. HEROES DEL CENEPAN° S/N
PACIFICO IMPORT E.I.R.L.	GONZALO PEDEMONTE PEÑA	10335637483	JR. LAMBAYEQUE S/N
MULTISERVICIOS KEYLER	EDER KEILA MARTINEZ CLAVO	10335791326	AV. HEROES DEL CENEPAN°
MOTO REPUESTOS "EL RODAJE"	DAYCI ELIZACBETH BECERRA OLIVARES DE CHINCHAY	10335670561	AV. HEROES DEL CENEPAN° 2075
TALLER DE REPARACIONES "FIERRO A FONDO"	RICHAR AUGUSTO CASTRO MENDOZA	10335885312	AV. CIRCUMVALACION C/7

## RESUMEN DE VALIDACION DE CUESTIONARIO POR PROFESIONALES

orden	CAPACITACION	Profesional 1. Mgr. WALTER GARCIA N				Profesional 1. Mgr. JONATHAN SILVA VA				Profesional 1. Mgr. AURIA VELA MONTEN				Resumen de validación								PREGUNTA VALIDADA DESPUES DE LOS TRES PROFESIONALES					
		Es pertinente		Necesita mejorar		Es tendencioso		Se necesita más ítems		Es pertinente		Necesita mejorar		Es tendencioso		Se necesita más ítems		Es pertinente		Necesita mejorar			Es tendencioso		Se necesita más ítems		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	SI	NO	
1	¿Qué conocimiento tiene usted relacionado a su trabajo?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Qué conocimiento tiene usted relacionado a su trabajo?
2	¿De qué manera ha recibido capacitación en los últimos años?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿De qué manera ha recibido capacitación en los últimos años?
3	¿Qué temas preferiría usted para recibir capacitación?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Qué temas preferiría usted para recibir capacitación?
4	¿Ha recibido capacitación en los últimos años cada que tiempo?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Ha recibido capacitación en los últimos años cada que tiempo?
5	¿Cómo considera usted que contribuye (innovación) su participación en el taller?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Cómo considera usted que contribuye (innovación) su participación en el taller?
6	¿A través de qué razones se le evalúa el nivel de capacitación en su empresa?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿A través de qué razones se le evalúa el nivel de capacitación en su empresa?
7	¿tiene conocimiento en qué momento se le evalúa el nivel de capacitación?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿tiene conocimiento en qué momento se le evalúa el nivel de capacitación?
8	¿El hecho de haber recibido capacitación en que cree que ha mejorado usted?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿El hecho de haber recibido capacitación en que cree que ha mejorado usted?
9	¿Durante el tiempo que labora en el Taller, qué métodos de capacitación ha recibido?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Durante el tiempo que labora en el Taller, qué métodos de capacitación ha recibido?
10	¿Qué métodos de capacitación preferiría usted para ser capacitado?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Qué métodos de capacitación preferiría usted para ser capacitado?
	<b>COMPETITIVIDAD</b>																		0	0	0	0	0	0	0	0	<b>PRODUCTIVIDAD</b>
11	¿Para qué servicios usted acude al taller de mecánica de vehículos menores?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Para qué servicios usted acude al taller de mecánica de vehículos menores?
12	¿Qué propiedad utilizada por los colaboradores que atienden en el taller es más importante para usted?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Qué propiedad utilizada por los colaboradores que atienden en el taller es más importante para usted?
13	¿Qué Razones son importante para medir si el colaborador está capacitado en su trabajo para usted?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Qué Razones son importante para medir si el colaborador está capacitado en su trabajo para usted?
14	¿Califique usted el atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Califique usted el atributo que valora, de los servicios que ofrece el taller de mecánica de vehículos menores?
14	Para usted cual es la importancia de las propiedades que ofrece el Taller de vehículos menores?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	Para usted cual es la importancia de las propiedades que ofrece el Taller de vehículos menores?
16	¿Mediante qué medios de publicidad tomo conocimiento de la existencia del Taller de vehículos menores?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Mediante qué medios de publicidad tomo conocimiento de la existencia del Taller de vehículos menores?
17	¿Con respecto a los precios que ofrece el Taller de vehículo menor como los califica?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Con respecto a los precios que ofrece el Taller de vehículo menor como los califica?
18	¿Califique usted la importancia de los servicios que ofrece el taller de vehículos menores?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Califique usted la importancia de los servicios que ofrece el taller de vehículos menores?
19	¿Qué otro servicio complementario le gustaría recibir?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Qué otro servicio complementario le gustaría recibir?
20	¿Por qué motivo concurre usted al taller de vehículo menor?	1		1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	3	0	0	3	0	3	0	3	¿Por qué motivo concurre usted al taller de vehículo menor?

LIBRO DE CÓDIGOS							RESULTADOS DE LA ENCUESTA			
Orden	Pregunta	MEDICIÓN	EST				FRECUENCIA		PORCENTAJE	
			n1, n2,.....			n9, n10,.....	Parcial	Total	Parcial	Total
<b>OE 1</b>	Identificar las características y elementos para valorar el nivel de capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018									
1	¿Qué conocimiento tiene usted relacionado a su trabajo?	Mecánica	2	2	2	2	10	15	67%	100%
		Mecánica y Atención al cliente	0	0	1	1	2		13%	
		Mecánica y Ventas	0	1	1	1	3		20%	
		Por parte del Taller	2	2	2	1	7		47%	
2	¿De qué manera ha recibido capacitación en los últimos años?	Con ayuda de Organizaciones o Ins	0	0	0	0	0		0%	
		Por cuenta propia	2	2	2	2	8	15	53%	100%
		Mantenimiento Preventivo y pintado	0	0	0	5	5		33%	
		Mantenimiento Correctivo de Vehículo	2	2	2	1	7		47%	
		Técnicas de venta y marketing	0	0	0	1	1		7%	
		Atención al cliente	0	0	1	1	2	15	13%	100%
4	¿Ha recibido capacitación en los últimos años cada que tiempo?	Anual	0	2	2	2	6		40%	
		Semestral	1	1	1	1	4		27%	
		Trimestral	0	1	1	1	3		20%	
		Nunca	0	0	1	1	2	15	13%	100%
5	¿Cómo considera usted que contribuye (innovación) su participación en el taller?	mejorar la relacion con el cliente de	4	2	2	2	10		67%	
		Notificaciones por mensajes y what	0	1	0	2	3		20%	
		Citas previas por telefono	0	0	1	1	2	15	13%	100%
6	¿A través de qué razones se le evalúa el nivel de capacitación en su empresa?	Aprendizaje (mantenimiento y repar	0	0	0	1	1		7%	
		Competencias	0	1	1	1	3		20%	
		Habilidades	0	1	1	1	3		20%	
		Aprendizaje y autoevaluación	2	2	2	1	7		47%	
		Competencias y habilidades	0	0	0	1	1	15	6%	100%
7	¿tiene conocimiento en qué momento se le evalúa el nivel de capacitación?	Antes de la capacitación	0	0	0	1	1		7%	
		Durante la capacitación	0	0	0	1	1		7%	
		Después de la capacitación	3	3	3	3	12		80%	
		Todos los puntos anteriores	0	0	0	1	1	15	6%	100%
8	¿El hecho de haber recibido capacitación en que cree que ha mejorado usted?	Aumento de conocimientos	0	0	0	1	1		7%	
		Desarrollo de habilidades	0	1	1	1	3		20%	
		Mejoramiento de actitudes y conduc	0	0	0	1	1		6%	
		Todas las anteriores	2	2	2	4	10	15	67%	100%
<b>OE2</b>	Identificar los métodos y determinar las ventajas de la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de Vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018.									
9	¿Durante el tiempo que labora en el Taller, qué métodos de capacitación ha recibido?	Seminarios	2	2	2	0	6		40%	
		Programas relacionados con Instit	0	0	0	1	1		7%	
		Capacitación on line	0	0	0	0	0		0%	
		Talleres	0	1	1	1	3		20%	
		Charlas	1	1	1	2	5	15	33%	100%
10	¿Qué métodos de capacitación preferiría usted para ser capacitado?	Seminarios	1	1	1	1	4		27%	
		Programas relacionadas con institut	1	1	1	2	5		33%	
		Capacitación on line	0	0	0	1	1		7%	
		Talleres	0	0	1	1	2		13%	
		Charlas	0	1	1	1	3	15	20%	100%
<b>OE3</b>	Conocer si las MYPES del sector servicios, rubro Talleres de vehículos menores, en la ciudad de Bagua, 2018 son competitivas según sus estrategias que desarrollan.									
11	¿Para qué servicios usted acude al taller de mecánica de vehículos menores?	para mantenimiento preventivo y co	45	40	40	40	165		43%	
		Para reparación	24	25	25	25	99		26%	
		para pintura	14	12	12	12	50		13%	
		para compra de repuesto	19	17	17	17	70	384	18%	100%
12	¿Qué propiedad utilizada por los colaboradores que atienden en el taller es más importante para usted?	Rapidez	15	12	12	12	51		13%	
		Empático	35	30	30	30	125		33%	
		Respeto	19	19	19	19	76		20%	
		Honestidad	21	21	24	21	87		23%	
		Proactivo	9	12	12	12	45	384	11%	100%
13	¿Qué Razones son importante para medir si el colaborador está capacitado en su trabajo para usted?	preparación	11	8	8	8	35		9%	
		Diagnóstico del vehículo	15	12	12	16	55		14%	
		Competencia (resolver el Problema)	17	16	16	16	65		17%	
		Habilidad	24	20	20	20	84		22%	
		Atención de calidad	35	35	35	40	145	384	38%	100%
		Calidad del servicio	55	50	50	40	195		51%	
		Competencia	30	30	25	25	110		28%	
		Profesionalismo	19	20	20	20	79	384	21%	100%
15	¿Para usted cual es la importancia de las propiedades que ofrece el Taller de vehículos menores?	Equipos tecnológicos innovadores	20	20	28	30	98		26%	
		Instalaciones físicas adecuadas	15	12	12	16	55		14%	
		información del procedimiento a res	25	25	25	25	101		26%	
		profesionales competentes en su ámb	40	30	30	30	130	384	34%	100%
16	¿Mediante qué medios de publicidad tomo conocimiento de la existencia del Taller de vehículos menores?	Redes Sociales	21	20	20	20	81		21%	
		Televisión	20	25	25	25	95		25%	
		Correos electrónico	10	10	10	18	48		13%	
		Página Web	15	15	15	15	60	384	16%	100%
		Volantes	25	25	25	25	100		26%	
17	¿Con respecto a los precios que ofrece el Taller de vehículo menor como los califica?	Altos	12	20	20	20	72		19%	
		Medios	26	35	35	35	131		34%	
		Bajos	4	2	2	2	10		3%	
		Accesibles	42	43	43	43	171	384	45%	100%
18	¿Califique usted la importancia de los servicios que ofrece el taller de vehículos menores?	Mantenimiento Preventivo y correct	55	55	60	55	225		58%	
		Reparación	40	30	30	30	130		34%	
		Pintura	9	10	5	5	29	384	8%	100%
19	¿Qué otro servicio complementario le gustaría recibir?	venta de accesorios	27	20	20	20	87		23%	
		cotizaciones en línea	41	40	40	40	161		42%	
		Lavado de vehículos menores	19	20	20	20	79		20%	
		Recomendaciones para el cuidado d	15	14	12	16	57	384	15%	100%
20	¿Por qué motivo concurre usted al taller de vehículo menor?	Por la publicidad que ha escuchado	15	20	20	20	75		20%	
		por el precio	15	15	15	17	62		16%	
		Por ubicación	40	53	40	40	173		45%	
		Por accesibilidad	14	20	20	20	74	384	19%	100%