



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**

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

TÍTULO:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LA MYPE RUBRO ABARROTÉS
DE TUMBES**

AÑO: 2013.

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

AUTOR:

HUGO JAVIER ARMAS TALLEDO

ASESORA:

MG. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA - PERÚ

2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LA MYPE RUBRO ABARROTÉS
DE TUMBES**

AÑO: 2013.

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

AUTOR:

HUGO JAVIER ARMAS TALLEDO

ASESORA:

MG. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA - PERÚ

2013

JURADO EVALUADOR

LIC. ADMINISTRACIÓN VICTOR HUGO VILELA VARGAS
PRESIDENTE

MG. ANITA RIOFRÍO JUÁREZ
SECRETARIO

LIC. ADMINISTRACIÓN VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO
MIEMBRO

MG. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO
ASESORA

AGRADECIMIENTO

A LAS MYPE DEL RUBRO ABARROTES DE CIUDAD DE TUMBES, POR SU DISPOSICIÓN A BRINDAR LAS FACILIDADES PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN.

A MISMO A MIS PROFESORES QUE ME HAN DADO LA FORMACIÓN TEOLÓGICA Y MORALMENTE QUE ME HAN IMPARTIDO EN ESTA CASA DE ESTUDIOS.

DEDICATORIA

A DIOS, EN PRIMER LUGAR, POR DARME
ENTENDIMIENTO Y SABIDURIA, PARA LOGRAR
LOS OBJETIVOS Y METAS TRAZADAS.

A MI MADRE Y ESPOSA, QUIEN ME APOYARON
MORAL Y EMOCIONALMENTE DURANTE EL
TRABAJO Y LA ESTRUCTURA, HE LLEGADO A MÍ
GRAN DESEO ANHELO TERMINAR MI TESIS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general determinar las características que tiene la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro abarrotes de Tumbes, año 2014. La investigación fue de tipo descriptiva; presentando un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal; la población en estudio fueron 13 MYPE; la muestra estuvo conformada por los 13 representantes de las MYPE, 25 trabajadores y 100 clientes de las MYPE. Dentro de las principales conclusiones se concluye que los tipos de capacitación son a través de charlas o reuniones, regularmente planifican capacitaciones y las realizan; generalmente las capacitaciones se basan en técnicas de venta; cabe señalar que un 36% de los trabajadores de las MYPE no reciben capacitaciones; consideran importante y necesaria la capacitación; y manifiestan que necesitan capacitarse en base a la atención al cliente, caja, finanzas y logística; las ventajas competitivas, se basan en los precios acorde del mercado, ubicación del local, diversidad de productos y calidad de productos; además se determinó que si cuenta con disposición de efectivo para invertir y si poseen conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña; finalmente las estrategias competitivas, se basan en la calidad; precio y servicio; y algunas de las MYPE miden la satisfacción del cliente.

Palabras clave: Capacitación, Competitividad, MYPE, Rubro abarrotes

ABSTRACT

The present research had as general objective to determine the features that training and competitiveness of MYPE in the grocery category of Tumbes, 2014. The research was descriptive; presenting a quantitative approach with a non-experimental and cross-sectional design; the study population was 13 MYPE; the sample consisted of 13 representatives of MYPE, 25 employees and 100 customers of MYPE. Among the main findings it is concluded that the types of training are through lectures or meetings, trainings regularly planned and carried out; generally trainings are based on sales techniques; it should be noted that 36% of workers in MYPE not receive training; considered important and necessary training; and say they need training on the basis of customer service, safety, finance and logistics; competitive advantages are based on market prices chord, store location, product diversity and quality of products; also found that if you have cash available to invest and if they have knowledge of the area in which he works; finally competitive strategies are based on quality; price and service; and some of the MYPE measure customer satisfaction.

Key words: Training, Competitiveness, Go Grocery and MYPE

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
TABLA DE CONTENIDO	vii
Índice de Tablas	ix
Tabla de Gráficos.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	13
2.1. Antecedentes de la investigación	13
2.2. Bases teóricas.....	16
2.2.1 Teoría de la Capacitación	16
2.2.2 Teoría de la competitividad	22
III. METODOLOGÍA.....	30
3.1. Diseño de la investigación	30
3.2.- Población y muestra.....	30
3.3. Técnicas e instrumentos	33
IV. RESULTADOS	35
4.1 Resultados	35
4.2 Análisis de Resultados	65
V.CONCLUSIONES	69

Aspectos Complementarios: Matriz de consistencia	70
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA.....	71
ANEXOS	75

Índice de Tablas

Tabla N° 1 Edad del representante legal de la empresa	35
Tabla N° 2 Sexo	36
Tabla N° 3 Grado de Instrucción	37
Tabla N° 4 Estado Civil	38
Tabla N° 5 Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro	39
Tabla N° 6 La MYPE es formal	40
Tabla N° 7 Número de Trabajadores	41
Tabla N° 8 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	42
Tabla N° 9 ¿Cuáles son los procesos que realiza en su área?	43
Tabla N° 10 ¿Se les brinda o realizan capacitaciones?	44
Tabla N° 11 ¿Cada qué tiempo recibe capacitaciones?	45
Tabla N° 12 ¿Se ha planificado algún tipo de capacitación?	46
Tabla N° 13 ¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación?	47
Tabla N° 14 ¿Qué tipo de capacitación reciben?	48
Tabla N° 15 ¿Considera importante y necesaria la capacitación?	49
Tabla N° 16 ¿En qué considera necesita capacitarse?	50
Tabla N° 17 ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?.....	51
Tabla N° 18 ¿Cómo considera es el trato al cliente?	52
Tabla N° 19 ¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?	53
Tabla N° 20 ¿Tiene conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?	54
Tabla N° 21 ¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?	55
Tabla N° 22 ¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia?.....	56

Tabla N° 23 ¿Mide la satisfacción de sus clientes?	57
Tabla N° 24 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?	58
Tabla N° 25 ¿El personal de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención?	59
Tabla N° 26 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?	60
Tabla N° 27 ¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?..	61
Tabla N° 28 ¿Usted se considera un cliente frecuente?	62
Tabla N° 29¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?.....	63
Tabla N° 30 ¿Para Usted que características presenta las MYPE del rubro Abarrotes?	64

Tabla de Gráficos

Gráfico N° 1 Edad del representante legal de la empresa.....	35
Gráfico N° 2 Sexo.....	36
Gráfico N° 3 Grado de Instrucción.....	37
Gráfico N° 4 Estado Civil.....	38
Gráfico N° 5 Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro.....	39
Gráfico N° 6 La MYPE es formal.....	40
Gráfico N° 7 Número de Trabajadores.....	41
Gráfico N° 8 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?.....	42
Gráfico N° 9 ¿Cuáles son los procesos que realiza en su área?.....	43
Gráfico N° 10 ¿Se les brinda o realizan capacitaciones?.....	44
Gráfico N° 11 ¿Cada qué tiempo recibe capacitaciones?.....	45
Gráfico N° 12 ¿Se ha planificado algún tipo de capacitación?.....	46
Gráfico N° 13 ¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación? ..	47
Gráfico N° 14 ¿Qué tipo de capacitación reciben?.....	48
Gráfico N° 15 ¿Considera importante y necesaria la capacitación?.....	49
Gráfico N° 16 ¿En qué considera necesita capacitarse?.....	50
Gráfico N° 17 ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?.....	51
Gráfico N° 18 ¿Cómo considera es el trato al cliente?.....	52
Gráfico N° 19 ¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?.....	53
Gráfico N° 20 ¿Tiene conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?.....	54

Gráfico N° 21 ¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?	55
Gráfico N° 22 ¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia? ...	56
Gráfico N° 23 ¿Mide la satisfacción de sus clientes?	57
Gráfico N° 24 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?....	58
Gráfico N° 25 ¿El personal de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención?	59
Gráfico N° 26 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?	60
Gráfico N° 27 ¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?61	
Gráfico N° 28 ¿Usted se considera un cliente frecuente?	62
Gráfico N° 29¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?.....	63
Gráfico N° 30 ¿Para Usted que características presenta las MYPE del rubro Abarrotes?.....	64

I. INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Tumbes las MYPE del rubro de abarrotes, cuentan con personal con escasa capacidad de conocimientos, habilidades o destrezas restringiendo su operatividad de gestión en la empresa. También existen varias tiendas que entre ellas tienden a competir unas a otras, ofreciendo productos de diferente tipo de calidad, servicio y de bajo costo, pero se olvidan de la parte más importante que es el capital humano ya que es el elemento principal para la creación y fortalecimiento de ventajas competitivas dinámicas ya que ofrecen un potencial de desarrollo económico social.

Los nuevos cambios tecnológicos hace que el personal cuente con conocimientos habilidades necesarias para su desarrollo de las actividades diarias y cabe esperar que arroje rápidos y significativos retornos para la empresa, si los empresarios hacen caso omiso a estas necesidades de los trabajadores en la capacitación hará que se deprecie el personal y no tendrá una buena competitividad hacia otras MYPE y esto será la debilidades que tendrán que afrontar las empresas, si no actuamos a tiempo fracasaran y no sobrevivirán.

La competitividad en las tiendas de abarrotes de la ciudad de Tumbes hacen que sean mejores aplicando estrategias y métodos como: campañas con los elementos de publicidad, calidad del producto o servicio, confianza efectividad dirigidas a los diferentes clientes que existen y que pueden generar nuevos clientes.

En la actualidad las MYPE tienen vital e indiscutible relevancia y trascendental para la economía de los países. Más del 98% de las empresas son micro y pequeñas, aportan más del 50% del producto bruto interno y son las principales generadoras de empleo en la economía, tienen el 80% de la oferta laboral. Sin embargo, alrededor del 74% opera en la informalidad y se desarrollan con evidentes limitaciones que condicionan su desarrollo ante las demandas cambiantes de los clientes en el tiempo, sus exigencias y expectativas son mayores y esto genera factores de competencia por que recae en el interior de la organización de adquirir nuevos conocimientos del producto y de los sistemas de gestión (Toyama, 2008)

Farro (2007) expresa que, según la experiencia internacional, las MYPE poseen la capacidad de convertirse en el motor de un desarrollo empresarial descentralizado y flexible. Ya que son el mayor número de unidades económicas en cada una de las regiones del país, por lo cual su consolidación puede contribuir con la generación de riqueza en el interior. Además, debido a la versatilidad pueden adaptarse fácilmente a las necesidades cambiantes de los mercados en comparación con las corporaciones que, como resultado de la inversión a gran escala, ven reducidas sus posibilidades de respuesta ante cambios en el entorno productivo. Esta flexibilidad permite que las MYPE puedan especializarse en la provisión de determinados bienes y servicios, pues aprovechan las eficiencias que se generan en las cadenas de valor dentro de cada sector.

Ferraro (2011) expresa que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) ha comprobado que la globalización y las tecnologías de información y comunicación (TIC) ejercen un fuerte impacto sobre la composición de la actividad

económica y los patrones de interacción social; en especial, según el punto de vista de los autores, sobre la competitividad empresarial.

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

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

La Organización Internacional del Trabajo (2009), en su Informe sobre fomento de las pequeñas y medianas empresas presentado en la 72.^a Reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, en Ginebra en 1986, define de manera amplia a las MYPE pues considera como tales a las empresas modernas con no más de 50 trabajadores, a empresas familiares en las cuales laboren entre 3 y 4 de sus miembros e inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

En total, el último censo de Empresas en el Perú que se realizó, arrojó un total de 3'220,000 empresas que tienen más de 2 personas ocupadas, de ahí el 98% de estas son Micro empresas (de 1 a 10 personas ocupadas) y 1.5% son Pequeñas Empresas

(de 10 a 50 personas ocupadas); entre las 2 hacen el 99.5% en todas las unidades económicas del país; de acuerdo a la entrevista a Villarán (2010)

Los principales problemas que afrontan las MYPE son la elevada informalidad, su baja productividad y calidad, limitadas capacidades técnicas, gerenciales, el bajo nivel de capacitación del personal, muy poco acceso al financiamiento, un escaso nivel de información de mercados y un limitado capital de renta. (García, 2011)

En el interior del país hay miles de emprendedores que requieren de un soporte en materias como el fortalecimiento de capacidades y lo más importante capacitación de personal para así poder tener una mayor rentabilidad económica para el sustento del capital y patrimonio de dichas MYPE, el acceso a las micro finanzas y el hallazgo de nuevos mercados. (García, 2011)

La investigación de la Universidad San Martín de Porres (2013) expresa que en su gran mayoría las MYPES en el Perú son informales. Las actividades de estas personas y empresas no están reconocidas por la ley, si bien estas personas operan dentro del ámbito de la ley, esta no se aplica o no se cumple, o no fomenta su cumplimiento por ser inadecuada, engorrosa o imponen costos excesivos. Tomando este concepto podemos afirmar que ser informal es crear un negocio, que es un fin lícito, pero para hacerlo realidad no cumplen con los requisitos formales establecidos. Castillo (2012) comenta que en la actualidad que las MYPE son un elemento vital para la economía de un país ya que está constituida por persona natural y jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial que tienen como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. es un componente que se basa en una economía estable ya que brinda a nivel nacional empleo al 80% de la población

económicamente activa y genera el 40 % del producto bruto interno (PBI) generando bastantes puestos de trabajo a personas que están desempleadas ayudando a reducir la pobreza al nivel nacional de un país por medio de actividades de generación de ingresos de carácter emprendedor de la población. Son principales fuentes de desarrollo del sector privado Mejorando el ingreso nacional y el crecimiento económico. Ya que se forman por motivos de subsistencia familiar y costos laborales. Formándose por racionalidad empresarial y son más empresa que familia.

Las MYPES surgen de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el Estado, ni tampoco por las grandes nacionales ni las inversiones de las grandes empresas internacionales, que es la generación de puestos de trabajo y por lo tanto estas personas guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar su propia fuente de ingresos y para ello recurren a diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios y pequeñas empresas con el fin de auto emplearse y emplear a sus familias pero tienen que valerse de la informalidad para poder lograrlo. (USMP, 2013)

Los problemas tradicionales de las MYPE según Villarán (2008), tiene que ver con Tecnologías atrasadas, obsoletas, Baja calificación de la mano de obra, Poco uso de técnicas de Gestión, Poco acceso al mercado, tanto de productos finales como factores de producción y, Gastos de crédito.

Todos estos factores dan como resultado que tengan baja productividad, bajos ingresos para los propietarios y los trabajadores, sin embargo, dada la situación actual y mundial en la economía globalizada, el problema más importante que hoy en día tienen las MYPE es el aislamiento, el hecho de estar separadas una de otras.

Para Mendoza (2009) la capacitación del personal de cualquier empresa, es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las PYME, pues existe la necesidad constante de que éstas se adapten al cambio, así mismo se supone que puede generar potencialmente mayor rentabilidad. La globalización de la economía ha creado muchas oportunidades para las PYME, pero también ha creado un sin número de retos, especialmente para las empresas de este tipo que desean tener una presencia global, o que envían a sus trabajadores a asignaciones en el extranjero, para poder comunicarse y comerciar.

Por ello el factor humano es la variable más importante de cualquier organización, sin que por ello se desmerite la importancia de los recursos materiales, tecnológicos o financieros, sin embargo, las personas representan el activo más importante de la empresa, por aspectos tales como su capacidad, su vulnerabilidad, su maleabilidad o bien sus conocimientos, considerados como uno de los factores que mayores beneficios o perjuicios, según como se quiera ver, representan a las organizaciones.

En el contexto macroeconómico del país; el Fondo Monetario Internacional proyectó que el crecimiento real de la economía peruana será de 5.5 por ciento en el 2014, ligeramente por debajo de su potencial, mientras que la inflación se reducirá a 2.5 por ciento. (INEI, 2013)

Este nivel de inflación se explica porque las expectativas están bien ancladas, debido al fuerte marco de metas de inflación del Banco Central de Reserva (BCR), dijo en su reciente evaluación de la economía peruana, al concluir la consulta del Artículo IV con Perú. (FMI, 2014)

"Perú sigue siendo un líder en alto crecimiento y baja inflación en la región, lo que se ha logrado a través de una prudente implementación de la política macroeconómica,

una agenda de reformas estructurales de gran alcance y un aprovechamiento de un entorno externo benigno". (FMI, 2014)

La población peruana se incrementa cada año en 335,000, con lo cual la cifra global de habitantes en el país ascendería a 30 millones 135,875 personas al 30 de junio pasado, informó el INEI. De cada 100 personas, 27 son jóvenes de 15 a 29 años de edad (8 millones 227,879 personas) (INEI, 2012)

Por otro lado, se reportan 13 defunciones cada hora. Por día, los decesos ascendieron a 301 personas y al año fallecieron 108,178 personas. Según género, de cada 100 personas que fallecieron 54 fueron hombres y 46, mujeres.

La población adulta mayor (65 y más años de edad) en el país representa el 6.1 por ciento del total; mientras que la población octogenaria supera las 317,000 personas, de las cuales el 58.4 por ciento son mujeres. (INEI, 2012)

Los cambios en la tecnología han afectado sustancialmente todas las industrias. En algunos casos los impactos han sido muy positivos aumentado sustancialmente la competitividad de las empresas, pero en otro, las empresas han quebrado por incapacidad de adecuarse a los cambios tecnológicos.

Según la Ley N° 28015 el régimen laboral especial establecido en esta norma resulta aplicable únicamente a las microempresas, más no a la pequeña empresa, pese a que la ley regula ambas modalidades empresariales.

Consecuentemente el régimen laboral previsto en la ley sólo resulta válido para aquellas entidades que reúnan los siguientes requisitos como; Contar con no más de 10 trabajadores, manteniéndose así el requisito fijado en la anterior ley (Ley N° 27268 de 26.05.2000); alcanzar un nivel de ventas anuales no superior a 150

A través de la Ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, publicada el 2 de julio de 2013, se han introducido importantes modificaciones en el régimen laboral especial de las micro y pequeñas empresas.

Artículo 5°, características de las micro, pequeñas y medianas empresas Se ha eliminado el número máximo de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización; además, se ha creado un nuevo nivel de empresas: • Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT. • Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT. • Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

En el ambiente del micro entorno se puede apreciar que según Weinberger (2009) para que las empresas estén en una buena posición competitiva, deben hacer un profundo análisis de cada uno de los siguientes aspectos:

El poder de negociación de los proveedores.

Una MYPE, por lo general, tiene un reducido poder de negociación frente a sus proveedores. El bajo volumen de compra y el poco capital financiero, convierten al empresario de la MYPE en un cliente poco importante para el proveedor. En el caso de las tiendas del rubro abarrotes existe un nivel bajo de poder de negociación, ya que los proveedores cuentan con precios estables de los productos que ofrecen.

Las características de los clientes y su poder de negociación.

Por otro lado, también es importante conocer a profundidad las necesidades y las características de sus clientes para evaluar cuál es el poder de negociación que usted tiene frente a ellos, o el que ellos tienen frente a usted y su MYPE. En el caso

particular por el aumento de oferta y distribuidores mayoristas las tiendas de abarrotes no ejercen poder de negociación alto ya que los clientes pueden adquirir variedad de productos donde sea preferencia, generalmente ligado a la sensibilidad de precios bajos.

La rivalidad entre los distintos competidores de la industria.

La fuerte competencia entre empresas que luchan por un mismo mercado y con productos o servicios similares es alta si existen muchos competidores y todos tienen más o menos los mismos productos y la misma fuerza.

Las barreras que permitan el ingreso o no de potenciales competidores.

Para dificultar o impedir el ingreso de nuevos competidores a una determinada industria, es necesario crear barreras de ingreso. En este caso, las barreras son bajas, pero ante la eminente llegada de las cadenas de supermercados, es una amenaza externa que puede considerarse como una barrera de ingreso futura.

Los bienes o servicios sustitutos que, frente a un aumento de precio o disminución de la oferta disponible, atraerían a los clientes de determinada empresa.

Una de las grandes amenazas de cualquier industria es la aparición de bienes o servicios que, a pesar de ser diferentes, podrían reemplazar a los productos o servicios que actualmente se ofrecen en el mercado esto no es el caso, ya que el rubro abarrotes expende productos de primera necesidad, pero si es posible que los ingresos de cadenas de supermercados puedan ingresar con productos de bajo precio.

Weinberger (2009) expresa que el análisis interno de una organización sirve para identificar cuál es el recurso, o conjunto de recursos, que le permitirá a la empresa tener una posición competitiva beneficiosa frente a sus competidores. Este recurso, que comúnmente es denominado fuente de ventaja competitiva debe ser difícil de

imitar por ejemplo, la fórmula de un producto; de carácter permanente o tener una larga vida, como una patente; superior a los recursos de la competencia, es decir más eficiente; difícilmente superable por los competidores, por ejemplo la calidad del servicio o el monto de inversión realizada.

En las MYPE del rubro abarrotes de la ciudad de Tumbes se evidencia, que debido a los nuevos estilos de vida de las personas, buscan autoservicios para realizar sus compras de abarrotes, son sensibles al precio, por lo cual la competitividad es una variable a tomar en cuenta para generar ventajas competitivas, por ende la capacitación al personal debe generar un valor agregado al servicio, aparte de los productos de calidad, y marcas reconocidas.

Mayormente las tiendas de abarrotes son conformadas por familiares que pueden ser esposos, hermanos etc.

El financiamiento es de recursos propios o de alguna financiera que le hacen un financiamiento (préstamo) para la inversión de la misma.

La tienda de abarrotes se caracteriza por tener un buen ambiente, que funciona con horarios, tiene que ser con vista y habilidad para que los clientes entren y compren lo que necesitan. El deseo es de satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

Tecnología a usar, algunas cuentan con computadoras y sus sistemas de manejo y control de stock, e internet.

Esto hará que la tienda de abarrotes mejore en su competitividad con otras tiendas, contamos con proveedores que nos abastecen con diferentes productos. Hay que contar con señalización respectiva.

Algunas tiendas cuentan con su sistema de alarmas, incendios, y su extintor

En la mayoría de las tiendas de abarrotes no cuenta con personal calificado y no capacitan a los trabajadores. No están en planilla.

El problema que se ha identificado como problema: ¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de la MYPE rubro abarrotes de tumbes 2014?

La presente investigación presenta como objetivo general: Determinar qué características tiene la capacitación y competitividad de la MYPE rubro abarrotes de tumbes año 2014 y también se van a alcanzar los siguientes objetivos específicos: a) Determinar los tipos de capacitación en las MYPE. b) Determinar las necesidades de capacitación de la MYPE c) Establecer las ventajas competitivas de la MYPE. d) Identificar las estrategias competitivas de las MYPE del rubro abarrotes.

Esta investigación se justifica de manera Práctica: la siguiente investigación tiene como finalidad conocer la caracterización de la capacitación y competitividad de la micro y la pequeña empresa en el sector comercio del rubro abarrotes en la ciudad de tumbes año 2013. Además, porque permite cumplir con un requisito que la Universidad los Ángeles de Chimbote ha establecido para la obtención del título profesional. Siendo esta investigación un precedente para otras investigaciones.

Teórica: Las MYPE en términos cuantitativos, ya que concentran 98.6% del total de empresas en el Perú, contribuyen aproximadamente con 42.1% de la producción nacional (Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, 2006) y generan 88% del empleo. De otro lado, cualitativamente es necesario resaltar el enorme potencial que presentan para formar un tejido empresarial competitivo, adaptable y eficiente. (MTPE, 2008)

En el Perú no existe un sistema nacional de capacitación para la MYPE; y dicha ausencia conlleva a que no exista un organismo regulador que establezca las bases,

marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a la demanda. (Albujar, Janampa, Odar, & Osorio, 2008)

Metodológico: La investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

La tesis presenta los siguientes contenidos:

Parte I: Introducción; que contiene el planteamiento del problema, la realidad problemática, la pregunta general, los objetivos y la justificación.

Parte II: Revisión de Literatura, que contiene los antecedentes de investigación y el marco teórico de las variables capacitación y competitividad.

Parte III: Metodología; que contiene el diseño de investigación el tipo de investigación, los instrumentos de recolección de datos, la población y la muestra.

Parte IV: Resultados; que contiene los resultados de las tablas y los gráficos de la encuesta, la discusión de resultados y el análisis de resultados.

Parte V: Conclusiones; que contiene las conclusiones y recomendaciones a los que se ha llegado respecto de la investigación; y los aspectos complementarios.

Finalmente se aprecia las referencias bibliográficas y los anexos que complementan la investigación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes de la investigación

Lezama, L. (2010) realizó una investigación sobre “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio-rubro servicios xerográficos del distrito de nuevo Chimbote, periodo 2008-2009” en el departamento de Chimbote, concluye que Dado que la capacitación de los microempresarios de las MYPES es casi nula, se deberían programar una serie de charlas para explicar la importancia que tiene la capacitación en el desarrollo de las MYPES.

Asimismo, se deberían empezar a realizar estudios correlacionales entre capacitación y rentabilidad empresarial, así como también estudios explicativos para determinar las causas del por qué los microempresarios no se capacitan. Y también Se deben hacer estudios mucho más profundos y completos para establecer la correlación entre financiamiento y capacitación con la rentabilidad micro empresarial; así como también determinar las causas de la baja o nula rentabilidad de las MYPES

Tantas, L. (2009) en su investigación denominada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009”, concluye que la microempresa es fundamentalmente para la subsistencia familiar en un sentido literal del término; ahí está la pobreza urbana y rural.

En ella, los costos laborales y los requerimientos de la subsistencia familiar prácticamente se identifican. Mientras que las Pymes, podríamos decir que, se forman por racionalidad empresarial y son más empresa que familia, las MYPES son más familia que empresa. Las primeras son empresas que contratan familiares; las

segundas, familias que invierten en ellas mismas. Las primeras buscan la ganancia, mientras que las segundas, buscan la subsistencia.

Medina, L. (2008) realizó una investigación sobre "Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPES del sector turismo de la localidad de Huancavelica año 2008" donde concluye que el 50% de las MYPES del sector turismo durante el año 2008 recibieron alguna capacitación para el manejo o desarrollo de sus empresas antes de obtener el crédito financiero. El 66.67% de las MYPES indican que en el año 2008 han tenido una capacitación permanente que los ha ayudado a mejorar la rentabilidad de su empresa. El 44.45% recibió capacitación en constitución y formalización de empresas.

Navia, S. (2009) en su investigación denominada: "Empaque primario como estrategia de competitividad para las Pymes exportadoras de América Latina", sostiene que no hay duda que las Pymes son para la economía del mundo una porción muy importante del mercado y que solo en América Latina representan el 90% de la producción y más de la mitad con potencial exportador; son vitales para el intercambio de bienes y servicios y su tamaño reducido le confiere características de flexibilidad y toma de decisiones con mayor velocidad que se traduce en un rápido aprendizaje y una comunicación efectiva al interior de toda la organización. Poner la mirada en los productos alimenticios manufacturados en América Latina, es una oportunidad de observar las dinámicas de los mercados y los consumidores, más aún porque es en estos países donde hay mayor potencial de fabricación de productos derivados de la industria agropecuaria y donde se concentran el mayor número de emprendimientos dedicados a la producción y la comercialización de los mismos; si bien esto es un indicador interesante de todo el posible potencial exportador; no

significa necesariamente que estemos ofreciendo mercancías con valores marcarios, conexiones emocionales ni identificadores visuales que permitan a los productos pasar de commodities a elecciones de valor agregado por el consumidor final.

Según Ruddy, M. (2007) en su investigación sobre “Evaluación de impacto en la capacitación de recursos humanos” en Buenos Aires en el 2007, concluye que el análisis de las características estructurales y de las prácticas de evaluación aparece como un dato importante para explicar en alguna medida la ocurrencia de la evaluación de impacto. Es lógico pensar que un ambiente predispuesto estructuralmente y culturalmente para la evaluación en general, da lugar más fácilmente al ejercicio de estas técnicas. Y pareciera que es a partir de su aplicación y la generación de beneficios para las organizaciones, que las personas pueden ir construyendo un sentido distinto para la evaluación.

Se requiere entonces, por un lado, un alto grado de institucionalización, donde la evaluación sea practicada de forma no rutinaria para que la construcción de sentido opere en la dirección deseada. Por otro lado, para asegurar buenos resultados se precisa pertinencia, viabilidad y rigor metodológico de los abordajes empleados, en atención a las características de la enseñanza y las variables de contexto. En el capítulo siguiente se explora la forma de trabajo de cada uno de los casos explorando con mayor profundidad sus enfoques metodológicos.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1 Teoría de la Capacitación

2.2.1.1 DEFINICIÓN.

Según Rodríguez y Morales (2008) la capacitación, debe entenderse como una forma de educación a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.

Para Robbins y Coulter (2005) la capacitación de los empleados es una actividad importante. Conforme los empleados exigen cambios, las destrezas de éstos se deben modificar y actualizar. Los gerentes, por supuesto, tienen la responsabilidad de decidir qué tipo de capacitación necesitan los empleados, cuándo la requieren y como debe ser la capacitación.

2.2.1.2 FUNCIONES DE LA CAPACITACIÓN

La capacitación cumple cuatro funciones principales:

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

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

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

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

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

2.2.1.3 PROCESOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.

Dentro del ámbito empresarial Benavides (2008), expresa que uno de los elementos estratégicos, es el proceso de capacitación, el cual debe de responder a una serie de

etapas, que incluyen tanto las condiciones del mercado como las de la empresa en particular.

Entre ellas están; detectar las necesidades de la capacitación; identificar los recursos para la capacitación; diseñar el plan de capacitación; ejecutar el programa de capacitación; realizar la evaluación, el control y el seguimiento.

Desde el punto de la empresa, se debe tomar en cuenta tanto el plan estratégico en general, como el perfil del puesto del personal, para determinar las habilidades y las tareas que se deben ejecutar e identificar los recursos financieros (asignación de presupuesto), humanos (personas involucradas), institucionales (organismos externos, públicos o privados que apoyan la tarea) y materiales (condiciones para trabajar, material a utilizar, entre otros) que harán que la capacitación sea eficiente.

El plan de capacitación debe tomar en cuenta los futuros requerimientos y controlar la ejecución de los objetivos por alcanzar, los contenidos, las metodologías, la duración, los participantes, el lugar, el horario, el instructor, la bibliografía, los recursos, la evaluación, en fin, todo lo que debe incluirse en un curso bien planificado.

Por último, la evaluación, el control y el seguimiento son la clave para mejorar todo el proceso. Esta etapa es sistemática pues abarca todo el proceso que debe llevarse a cabo antes, durante y después del mismo para medir su efectividad y eficiencia.

Esta visión de proceso de capacitación permite establecer y reconocer los futuros requisitos del proceso de reclutamiento y selección del personal; también asegura el desarrollo de los recursos humanos disponibles con el propósito de contribuir al cumplimiento de los objetivos y metas estratégicas de la empresa.

2.2.1.4 MODELOS DE CAPACITACIÓN

Hay varios métodos que se usan comúnmente, Bohlander, Snell y Sherman (2001) analiza los siguientes: en el trabajo, vestibular, demostración y ejemplo, simulación, aprendizaje, métodos de aula. El método que se escoja depende del tiempo, costo, esfuerzo, profundidad de conocimientos requerida, disponibilidad, preferencias del instructor, número de personas que hay que entrenar, antecedentes de quienes reciben entrenamiento y de la actividad que realizan las personas a capacitar.

a. En el trabajo. La mayor parte del entrenamiento se hace en el trabajo. Algunas estimaciones indican que durante este método se adquiere por lo menos un 90% de todos los conocimientos. Es difícil puntualizar exactamente qué procedimientos y técnicas constituyen el entrenamiento en el trabajo. Algunos de estos procedimientos son informales y difíciles, en tanto que otros son formales y sistemáticos. La observación y la práctica, las cuales son técnicas informales, son dos de las fuentes principales para este tipo de entrenamiento.

b. Vestibular. Un vestíbulo es una cámara aislada o un área separada, pero formando parte de una misma entidad. Como método de entrenamiento, esta técnica se lleva a cabo en una escuela dentro de la planta industrial a fin de introducir a trabajadores nuevos en el ambiente de trabajo mediante una práctica de unas cuantas semanas en un trabajo determinado. Por lo general se usa para enseñar rutinas de oficina. Este método es muy apropiado cuando hay que entrenar a muchos empleados para el mismo tipo de trabajo a un mismo tiempo.

c. Demostración y ejemplo. Una demostración es el hecho de mostrar y explicar cómo funciona algo o cómo se hace. Abarca la descripción de algo mediante experimentos o ejemplos. La forma más frecuente y más directa usada por un administrador para enseñar al empleado es a través del supervisor, quien es el encargado de desempeñar el mismo la actividad y explicar paso a paso el “porqué” y el “cómo” está haciendo lo que hace. Las demostraciones son un método de entrenamiento muy eficaz. Una de las razones para ello es que todos los sentidos, el de la vista es el que facilita más el aprendizaje. Sin embargo, la mayoría de demostraciones suele combinarse con conferencias, fotografías, materiales de prueba, análisis, etc.

d. Simulación. Una simulación es una situación o suceso que toma la apariencia o forma de la realidad, pero de hecho es una imitación de ésta. Respecto al entrenamiento, una simulación es cualquier tipo de técnica que hace una réplica lo más parecido posible a las condiciones reales que existen en el trabajo. Las diversas variedades de la ahora popular técnica de la “clínica” son también, en esencia, simulaciones de negocios.

e. Aprendizaje. El método de entrenamiento de aprendizaje es una forma de desarrollar las habilidades de los artesanos que históricamente provienen de un sistema artesanal medieval. Un aprendiz es cualquier principiante, quien por lo general está comprometido mediante un acuerdo legal a desempeñar un puesto determinado o a desplegar una habilidad por un período fijo, para aprender un negocio.

f. Métodos de aula. Ciertos aspectos de todos los trabajos se aprenden más fácilmente en el aula que en el trabajo mismo; esto es particularmente cierto

cuando se tienen que aprender filosofía, conceptos, aptitudes, teorías, y capacidad para resolver problemas. En los salones de clases se usan varias técnicas específicas de entrenamiento. Los métodos que se usan con mayor frecuencia son: conferencias, juntas, estudios de casos, desempeño de funciones e instrucción programada.

2.2.1.5 DIAGNOSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

El Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC) es el proceso de investigación sistemático, dinámico, flexible y participativo que orienta la estructuración y desarrollo de planes y programas para el establecimiento y fortalecimientos de conocimientos, habilidades o actitudes en los participantes de una empresa o institución, a fin de contribuir en el logro de los objetivos de la misma.

Algunos parámetros para realizar un DNC pueden ser:

Problemas observables en las diferentes unidades de la organización.

Desviaciones en la productividad.

Rechazo de productos y/o servicios por mala calidad.

Altos índices de accidentes, ausentismo laboral y rotación de personal.

Deficiente operación y/o mantenimiento de máquinas y equipos de trabajo.

Bajos estándares de rendimiento del trabajador por unidad de tiempo.

Procedimientos de trabajo mal concebido o inexistente.

Incumplimiento de las metas de producción preestablecidas.

Errores observables en los trabajadores en la ejecución de sus tareas.

Baja o Alta de personal. Puestos de trabajos vacantes en la empresa o que se estima quedarán vacantes debido a la movilidad, retiros e ingresos de personal.

Cambios de función o de puesto por ascensos del personal a puestos de mayor complejidad, responsabilidad y remuneración, a través de líneas de promoción interna.

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

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

Necesidades de Nivel Ocupacional / Operacional. - Son las restricciones en conocimientos, habilidades y actitudes de un grupo de personas en determinado puesto.

Necesidades de Nivel Individual / Humano. - Son las diferencias particulares que presenta un trabajador con respecto a la descripción de su puesto.

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

2.2.2 Teoría de la competitividad

2.2.2.1 DEFINICION.

Según Cabrera; López y Ramírez (2011) el concepto de competitividad es la capacidad de competir se relaciona con las ventajas que tienen los agentes que están compitiendo.

El Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa 2005-2009, indica que “la competitividad de las empresas radica en su capacidad para ganar posiciones sostenibles y espacios crecientes en los mercados, a partir de sus ventajas diferenciales.” Así mismo indica “la intensificación de la competencia en los mercados lleva a la necesidad de una

elevación continua de la productividad a través de las innovaciones constantes de procesos, productos y gestiones.

Mathews (2009) cita a Michael Porter, quien define la competitividad por la productividad con la que este utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. En este sentido, se considera una empresa competitiva a la que es capaz de ofrecer continuamente productos y servicios con atributos valorados por sus clientes. Los mercados cambian, las exigencias de los consumidores también cambian y, por eso, es clave que la empresa se adapte permanentemente a estos cambios, a fin de mantener o mejorar sus niveles de competitividad.

2.2.2.2 IMPORTANCIA DE LA COMPETITIVIDAD

Para Mathews (2009) el mercado mundial ofrece enormes posibilidades para empresas de distintos tamaños y de diferentes sectores. Sin embargo, para aprovechar estas oportunidades es fundamental comprender los cambios y las tendencias del consumo, para poder ofrecer a cada cliente lo que éste demanda exactamente.

La actualización tecnológica permanente es una necesidad de las empresas de cualquier sector y de cualquier tamaño, que implica adecuarse a las tendencias tecnológicas del mercado.

En este contexto, es imprescindible que las pequeñas empresas obtengan permanentemente información acerca de los cambios que se producen en las tendencias, en los patrones de consumo y en los perfiles de los consumidores, con el fin de elaborar estrategias de mercado adecuadas a esos cambios.

Sin duda que el rol de los micros y pequeñas empresas (MYPE) es crucial en todas las economías; de acuerdo a la Small Business Administración dice que "...en los pequeños negocios es donde se hacen las innovaciones. Los cambios se hacen más

rápido, son más flexibles y con frecuencia son más audaces que las grandes empresas.”

2.2.2.3 COMPETITIVIDAD Y GLOBALIZACIÓN

Para Solleiro y Castañon (2010) en relación a la globalización y competitividad; comentan que el fenómeno de la globalización, caracterizado por la intensificación de la competencia internacional derivada de la visión del mundo como un gran mercado, trae consigo profundas transformaciones productivas y socioeconómicas que constituyen un proceso que tiene lugar simultáneamente a diferentes niveles (internacional, regional y nacional), el cual impone la necesidad de contar con nuevos enfoques metodológicos para entender e impulsar la competitividad. En efecto, si bien el concepto de competitividad no es nuevo, sí lo son el contexto en el que ésta ocurre y las fuentes que la alimentan. El modelo tradicional basado en las ventajas comparativas, que supone que los países y sus unidades económicas asignan sus recursos a la producción de aquellos bienes o servicios en los que poseen una ventaja sobre otros países, ha sido criticado fuertemente, pues pone énfasis en el análisis estático y considera como fuentes fundamentales de la competitividad a la dotación de recursos y ventajas naturales, las cuales han perdido su capacidad de generar valor.

Actualmente, se establece un fuerte contraste del modelo tradicional con el nuevo enfoque de las ventajas competitivas, las cuales son creadas dinámicamente por empresarios y gobiernos mediante un conjunto de estrategias y acciones empresariales, políticas públicas y relaciones interinstitucionales que buscan optimizar la agregación de valor.

2.2.2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Cabrera; López y Ramírez (2011) plantean que la estrategia competitiva establece el éxito o fracaso de las empresas.

La estrategia se refiere a una habilidad o destreza, y la competitividad (es decir, la capacidad de hacer uso de esa destreza para permanecer en un ambiente) es entonces un indicador que mide la capacidad de una empresa de competir frente al mercado y a sus rivales comerciales. La competitividad es también la búsqueda de una posición relativamente favorable en un mercado, con respecto a los rivales, la cual le permitirá permanecer y expandirse.

En cuanto a la ventaja competitiva según Gaxiola, J en el libro Estrategia empresarial: diseño corporativo (2010) Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto de sus competidores, que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellos, de manera sostenible en el tiempo.

La ventaja competitiva consiste en una o más características de la empresa, que puede manifestarse de muy diversas formas. Una ventaja competitiva puede derivarse tanto de una buena imagen, de una prestación adicional de un producto, de una ubicación privilegiada o simplemente de un precio más reducido que el de los rivales.

2.2.2.5 VENTAJA COMPETITIVA DE LA MYPES

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

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

Las empresas que desean alcanzar éxito, deben buscar una posición competitiva favorable en un sector determinado, es decir, alguna ventaja frente a sus competidores. Esta ventaja, puede ser llamada “ventaja comparativa” o “ventaja competitiva” dependiendo de sus características.

2.2.2.6 COMO GENERAR VENTAJAS COMPETITIVAS

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

Algunas fuentes de ventajas competitivas son:

El registro de una patente, que permita tener propiedad intelectual.

El registro de una marca, que permita identificar y posicionar un producto, servicio o una empresa, como una marca de calidad.

Una ubicación privilegiada, que ninguna otra empresa pudiera tener por un tiempo determinado.

Un equipo o maquinaria, que por su nivel de especialización tecnológica no pueda ser adquirido por algún competidor cercano en el corto o mediano plazo.

Un sistema de información, que permita tomar decisiones rápidas y eficientes, y así estar un paso adelante de los competidores.

Un equipo de trabajadores capaces, fieles a la organización y plenamente comprometidos con la calidad del servicio al cliente.

Cualquiera fuera el caso, la ventaja competitiva debe basarse en alguna capacidad de la empresa que resulte ser valiosa, insustituible, rara, costosa de imitar y que perdure en el tiempo.

¡Ponga todo su esfuerzo y su habilidad en crear una ventaja competitiva!; no importa cuán grande o pequeña sea su empresa, lo importante es identificar aquella capacidad que le permitirá tener una posición competitiva, en el mercado y en su industria.

2.2.2.7 VENTAJA ABSOLUTA

Cabrera; López y Ramírez (2011) expresa que es cuando dos o más agentes compiten, se dice que uno de ellos tiene ventaja absoluta porque es más productivo que el resto. La productividad se mide como la capacidad de producir más con el menor uso de factores de producción.

2.2.2.8 VENTAJA COMPARATIVA

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

2.2.2.9 VENTAJA COMPETITIVA

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

la búsqueda de una posición relativamente favorable en un mercado, con respecto a los rivales, la cual le permitirá permanecer y expandirse.

2.2.2.10 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

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

Liderazgo en costos

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

Estrategia de diferenciación

La estrategia de diferenciación, busca otorgar al cliente un producto o servicio que le entregue mayor valor, aunque ello implique un mayor precio. En este caso, el empresario debe obsesionarse por identificar uno o varios atributos del producto o

servicio, que mejorarán el nivel de satisfacción del cliente, por lo cual el cliente estará dispuesto a pagar un mayor precio, pues valora la diferenciación.

Estrategia de enfoque

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

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es No experimental, porque no se va a manipular las variables, se limita a observar los datos; también es transversal porque el recojo de datos se realiza en un mismo periodo de tiempo.

La investigación presenta un enfoque cuantitativo, porque sus características de las variables se van a medir, calculando la frecuencia, promedios y/o porcentajes.

Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, porque canaliza la situación problemática de la MYPE del rubro abarrotes de ciudad de Tumbes, de acuerdo a las variables capacitación y competitividad.

También es de tipo transversal porque se realiza el recojo de datos en una época determinada.

3.2.- Población y muestra

En el presente trabajo de investigación la población y muestra cuenta con:

Universo 13 MYPES

Constituido por 38 Personas Trabajadoras y 100 Cliente.

Población final 138

Identificación y Operacionalización de las variables Capacitación

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
CAPACITACION	Es el proceso mediante el cual se pretende proporcionar los medios adecuados a través de los cuales los individuos de todos los niveles de la empresa puedan desarrollar con mayor rapidez sus conocimientos, actividades y habilidades que los beneficiarán a sí mismo y a su empresa.	Proceso	¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	Atención al cliente - Caja	Trabajadores
			¿Cuáles son los procesos que realiza en su área?	Compra de insumos - Almacenaje de insumos - Cobro de la cuenta - Administración	Trabajadores
		Medios adecuados	¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación?	Charlas grupales – Reuniones – No utilizan	Trabajadores
			¿Qué tipo de capacitación reciben?	Técnica de venta – Atención al cliente – Ninguna - Otra.	Trabajadores
		Conocimientos	¿Se le brinda o realizan capacitaciones?	Si - No	Trabajadores
			¿Cada qué tiempo recibe capacitaciones?	Anual – Semestral – Trimestral – No recibe	Trabajadores
			¿Se ha planificado algún tipo de capacitación?	Si - No	Trabajadores
		Actividades	¿Considera importante y necesaria la capacitación?	Si – No	Trabajadores
			¿En que considera que necesita Capacitarse?	Atención al cliente - Caja - Finanzas - Logística	Trabajadores
		Habilidades	¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?	Empatía – Orientación al servicio.	Trabajadores
¿Cómo considera es el trato al cliente?	Bueno - Regular - Malo		Trabajadores		

Identificación y Operacionalización de las variables Competitividad

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Fuente
COMPETITIVIDAD	Es la necesidad de las organizaciones de sostenerse y consolidarse dentro de sus mercados, teniendo como indicador el porcentaje de participación de sus bienes y servicios en ellos a partir de una concepción sistemática que incorpora elementos económicos, empresariales, políticos y socioculturales.	Capacidad	¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?	SI - NO	Dueño o Administrador
			¿tiene conocimientos sobre el rubro en que se desempeña	SI - NO	
		Posicionamiento y cuota de mercado	¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia?	1 a 3 - 4 a 5 - Más de 5	Dueño o Administrador
		Ventajas diferenciales	¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?	Precios acorde del mercado, ubicación del local, diversidad de productos, calidad de productos, atención al cliente	Dueño o Administrador
		Eficacia en procesos	¿Mide el nivel de satisfacción de sus clientes?	SI - NO	Dueño o Administrador
			¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?	SI - NO	Dueño o Administrador
			¿El personal de atención cuenta con los recursos adecuados para la atención?	SI - NO	Dueño o Administrador
			¿Cómo considera el desempeño de los empleados?	Alto - Medio - Bajo	Dueño o Administrador
			¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?	Bueno - Regular- Deficiente	Dueño o Administrador
			¿Usted se considera un cliente frecuente?	SI - NO	Dueño o Administrador
¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	SI - NO		Dueño o Administrador		
¿Par usted que características presenta las MYPE del rubro abarrotes?	Calidad, precio, servicio	Dueño o Administrador			

Criterio de inclusión

- Clientes asiduos o fieles a las MYPE del rubro abarrotes.
- Trabajadores estables en las MYPE del rubro abarrotes.

Criterio de exclusión

- Clientes menores de 18 años de edad.

3.3. Técnicas e instrumentos

Técnicas

- a) Encuestas: La elaboración de las preguntas se realizó de acuerdo a los indicadores de las variables, con la finalidad de determinar las características de la competitividad y capacitación.

Instrumentos

- b) Cuestionario: Las preguntas fueron aplicadas a los dueños de las MYPE del rubro abarrotes para determinar las características de competitividad, así mismo a 100 clientes de las diversas MYPE. Además, se aplicó a los trabajadores de las MYPE de abarrotes para determinar las características de la capacitación.

Método o técnica	Instrumento
ENCUESTA	CUESTIONARIO

Se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas

normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Procedimiento de recolección de datos

Para la recolección de datos se realizaron visitas previas a las MYPE del rubro abarrotes, con el propósito de coordinar con los representantes y/o dueños de estas, para determinar si estos se encuentran dispuestos a proporcionar la información suficiente para el trabajo de investigación.

Finalmente, luego se realizó las coordinaciones pertinentes, para proceder a la aplicación del cuestionario (encuesta).

Las MYPE encuestadas han sido seleccionadas por conveniencia del investigador

Plan de análisis

En el desarrollo de la investigación se realizó un análisis estadístico descriptivo, tomando de base toda la información de las respuestas de la encuesta se tabuló y sus resultados se presentan en tablas con su respectiva frecuencia simple y porcentual, la tabulación y procesamiento de la información levantada en la investigación de campo se realizó mediante el uso del programa SPSS V.21 y el paquete de Microsoft Office Excel 2013; luego se hizo los gráficos de sectores, los resultados permitieron comparar los valores entre las diferentes alternativas, y así mismo, observar el comportamiento de cada uno de los indicadores de estudio.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de los datos generales de las MYPE, a través del cuestionario aplicado a los representantes o dueños de las MYPE del rubro abarrotes en función a la edad de los representantes, sexo, rango de edad, estado civil, grado de instrucción, años en el rubro, número de trabajadores y formalidad de las MYPE.

Tabla N° 1 Edad del representante legal de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
26 - 35	5	38.5%
36 - 45	4	30.8%
Más de 46 años	4	30.8%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

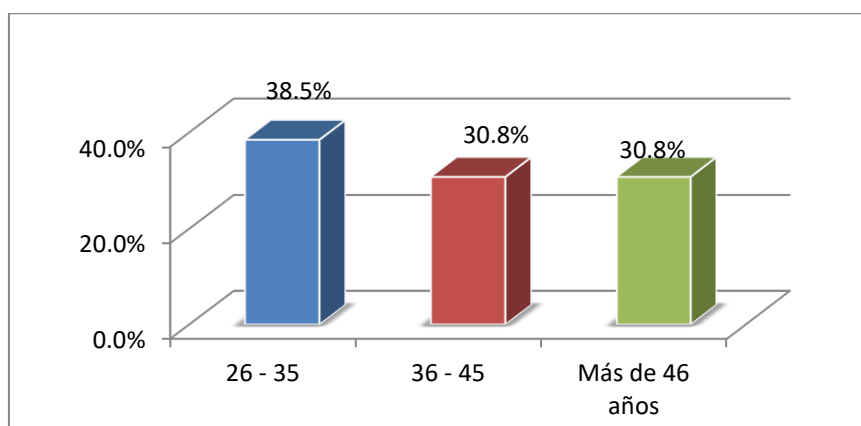


Gráfico N° 1 Edad del representante legal de la empresa

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 2 Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	8	61.5%
Femenino	5	38.5%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

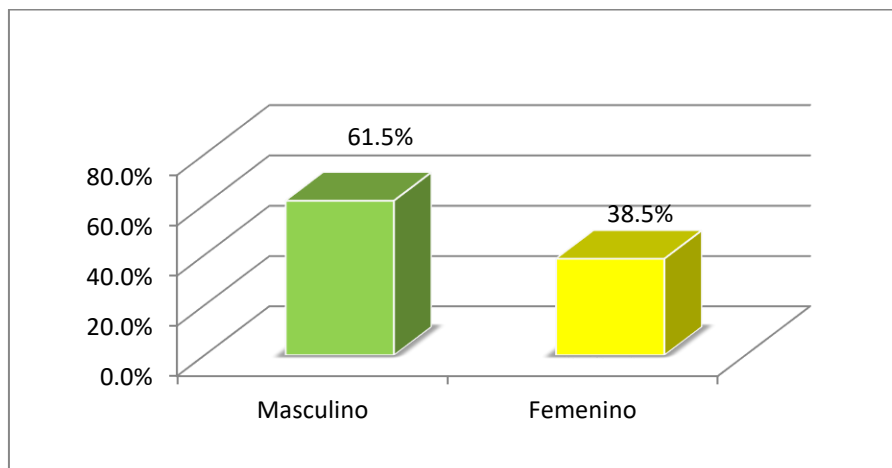


Gráfico N° 2 Sexo

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 3 Grado de Instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	5	38.5%
Superior no Universitaria	4	30.8%
Universitaria Completa	4	30.8%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

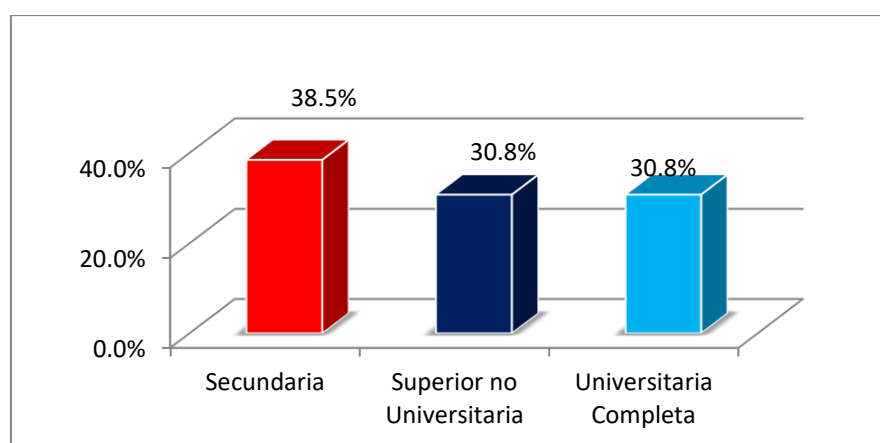


Gráfico N° 3 Grado de Instrucción

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 4 Estado Civil

	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	5	38.5%
Casado	6	46.2%
Otros	2	15.4%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

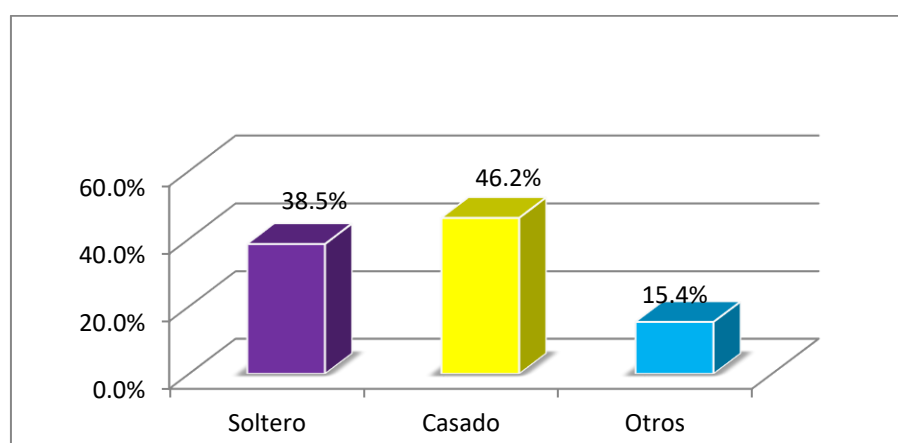


Gráfico N° 4 Estado Civil

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 5 Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro

	Frecuencia	Porcentaje
Más de 05 años	13	100.0%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

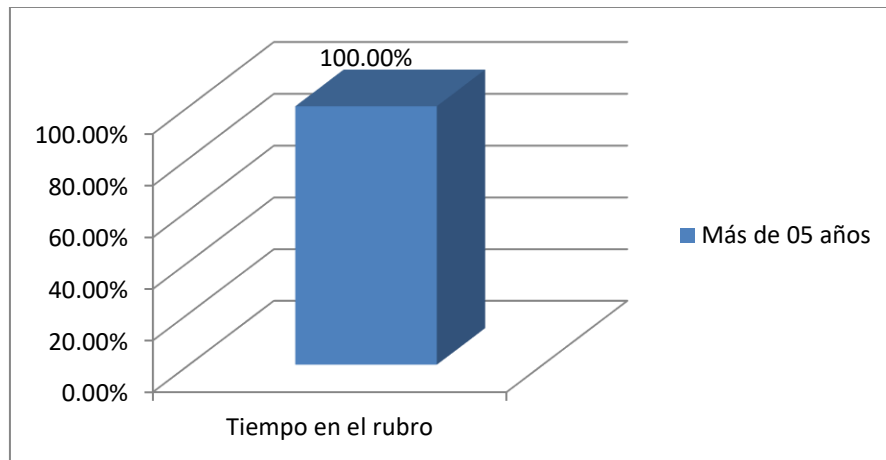


Gráfico N° 5 Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

Tabla N° 6 La MYPE es formal

	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	100.0%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

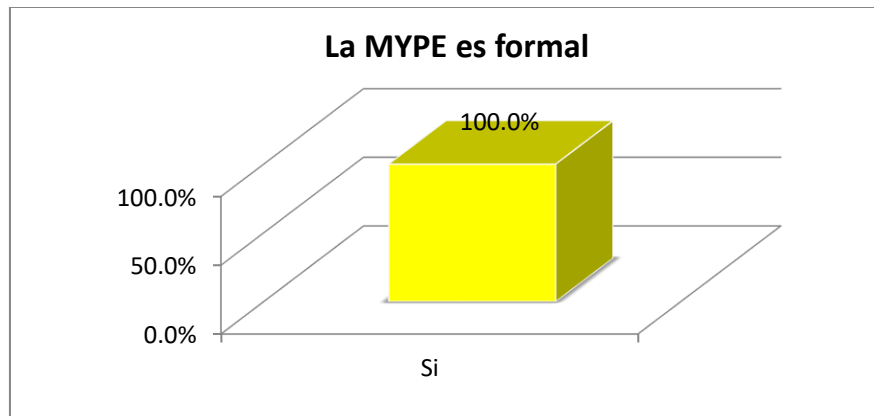


Gráfico N° 6 La MYPE es formal

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 7 Número de Trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 03	6	46,2%
Entre 03 a 05	7	53,8%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

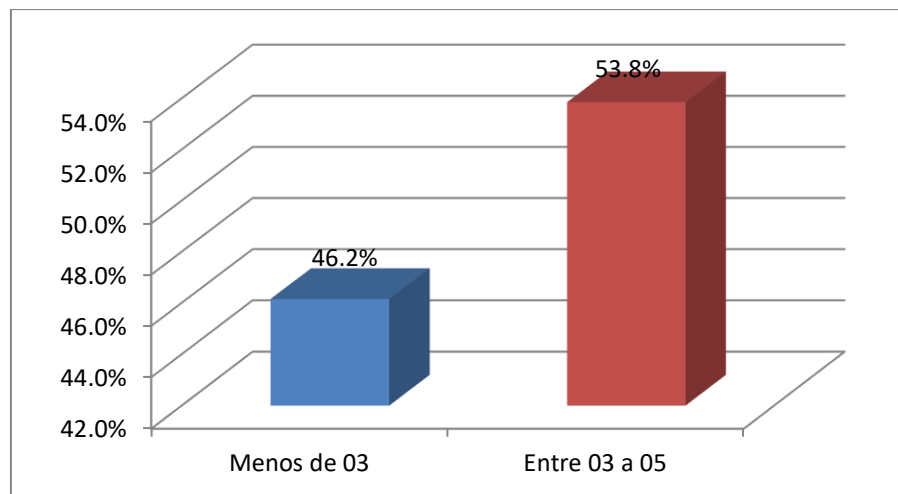


Gráfico N° 7 Número de Trabajadores

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

En cuanto a la variable capacitación

Los resultados de la encuesta en relación a la variable capacitación se han tomado en consideración sobre las actividades que realiza, procesos que realiza, capacitaciones, tiempo de realizar capacitaciones, planificación de tipo de capacitación, medios que utilizan para capacitar, tipo de capacitación, percepción de importancia de capacitación, en que capacitarse, habilidades para el desarrollo de actividades, trato al cliente.

Aplicado a los TRABAJADORES:

La encuesta referida a la capacitación se tomó a una muestra de 25 trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes.

Tabla N° 8 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	10	40.0%
Caja	15	60.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

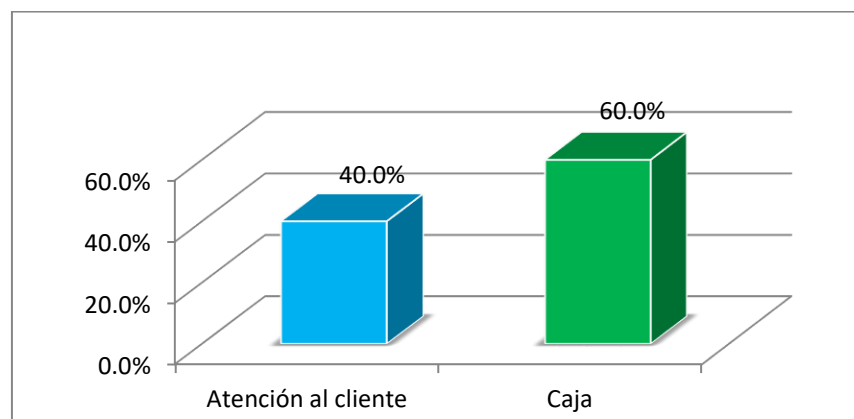


Gráfico N° 8 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 9 ¿Cuáles son los procesos que realiza en su área?

	Frecuencia	Porcentaje
Compra de insumos	7	28.0%
Almacenaje de insumos	4	16.0%
Cobro de la cuenta	5	20.0%
Administración	9	36.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotos

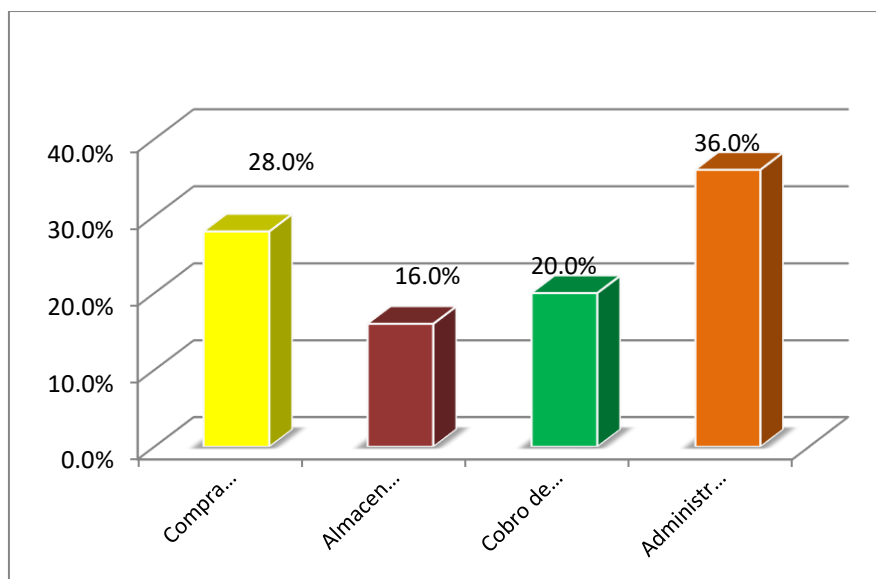


Gráfico N° 9 ¿Cuáles son los procesos que realiza en su área?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotos

Tabla N° 10 ¿Se les brinda o realizan capacitaciones?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	64.0%
No	9	36.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotos

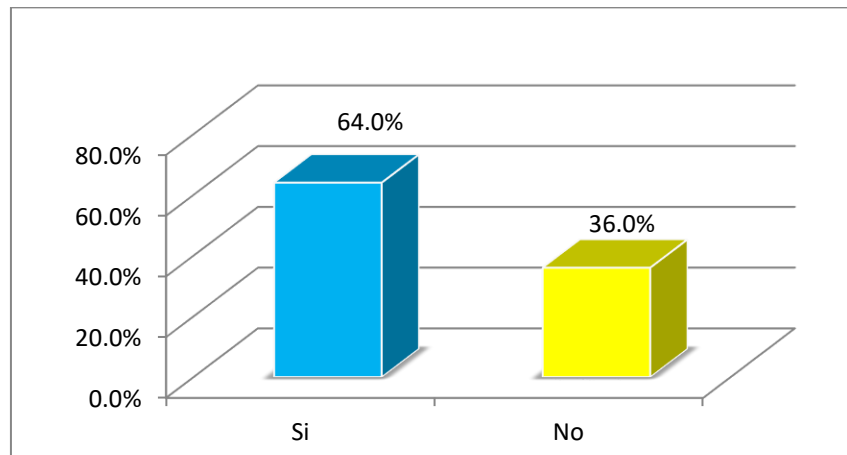


Gráfico N° 10 ¿Se les brinda o realizan capacitaciones?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotos

Tabla N° 11 ¿Cada qué tiempo recibe capacitaciones?

	Frecuencia	Porcentaje
Anual	14	56.0%
Trimestral	6	24.0%
No recibe	5	20.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

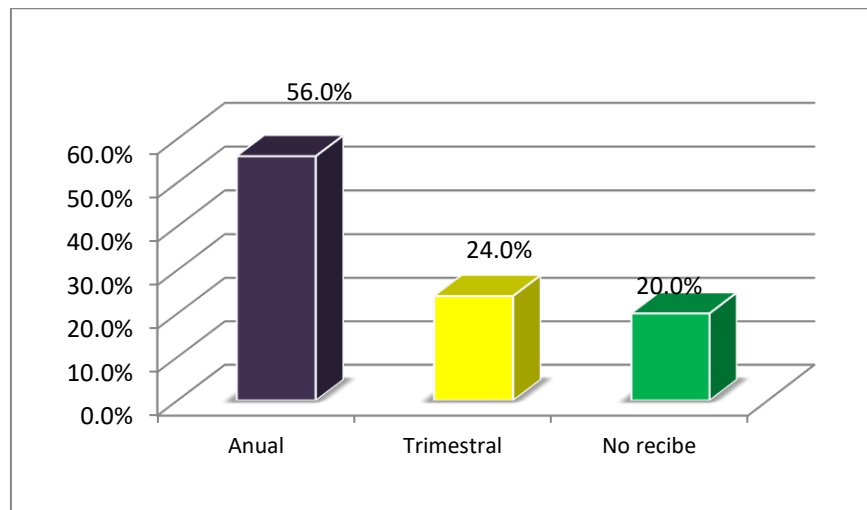


Gráfico N° 11 ¿Cada qué tiempo recibe capacitaciones?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 12 ¿Se ha planificado algún tipo de capacitación?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	64.0%
No	9	36.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

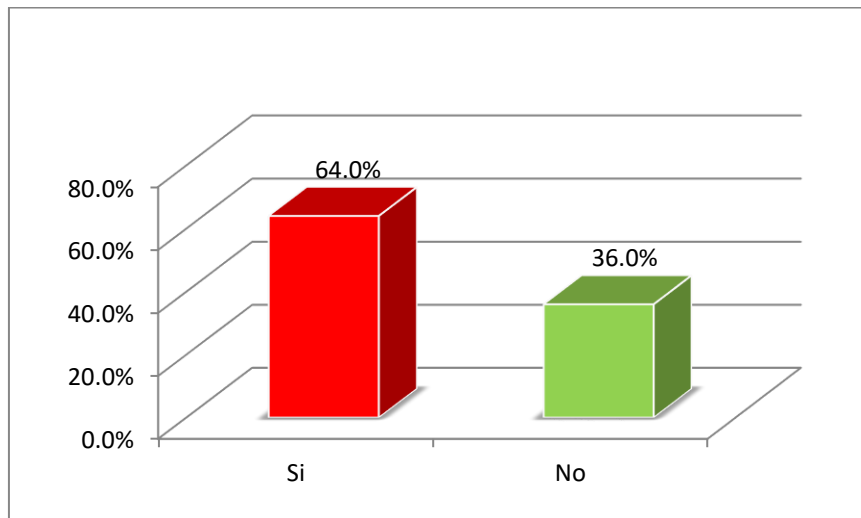


Gráfico N° 12 ¿Se ha planificado algún tipo de capacitación?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 13 ¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación?

	Frecuencia	Porcentaje
Charlas	9	36.0%
Reuniones Grupales	7	28.0%
No utilizan	9	36.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotos

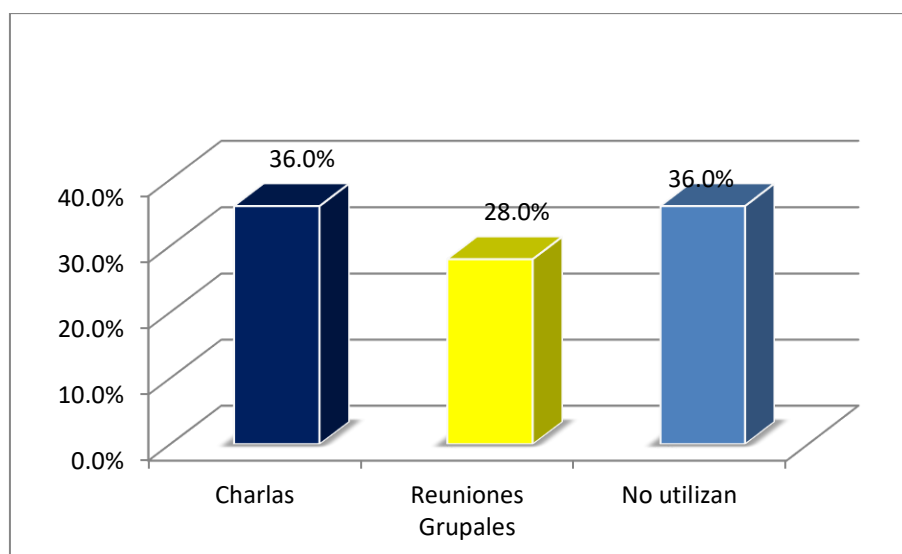


Gráfico N° 13 ¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación?

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

Tabla N° 14 ¿Qué tipo de capacitación reciben?

	Frecuencia	Porcentaje
Técnicas de ventas	7	28.0%
Atención al Cliente	7	28.0%
Ninguna	8	32.0%
Otra	3	12.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

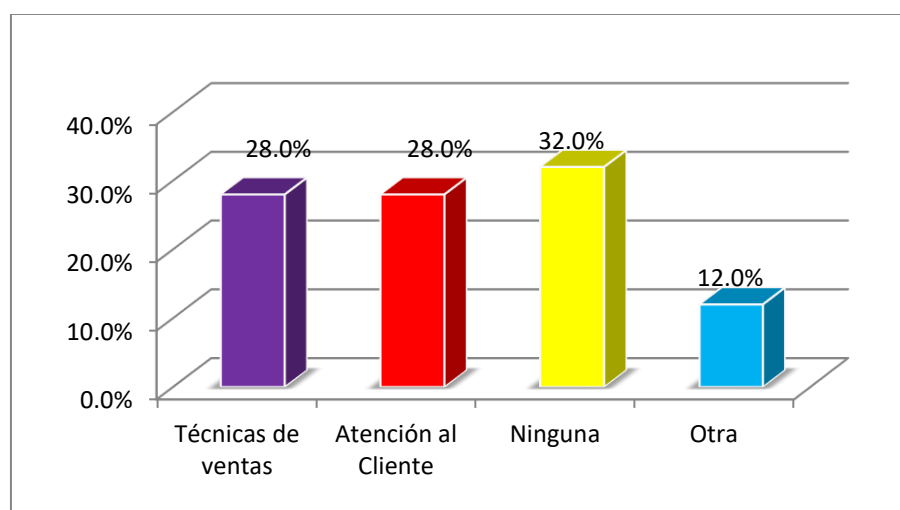


Gráfico N° 14 ¿Qué tipo de capacitación reciben?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 15 ¿Considera importante y necesaria la capacitación?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	100.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

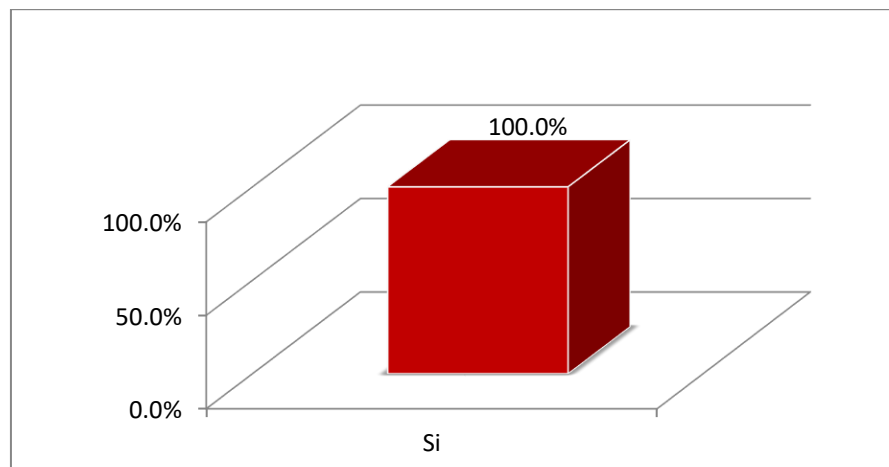


Gráfico N° 15 ¿Considera importante y necesaria la capacitación?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 16 ¿En qué considera necesita capacitarse?

	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	6	24.0%
Caja	8	32.0%
Finanzas	4	16.0%
Logística	7	28.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

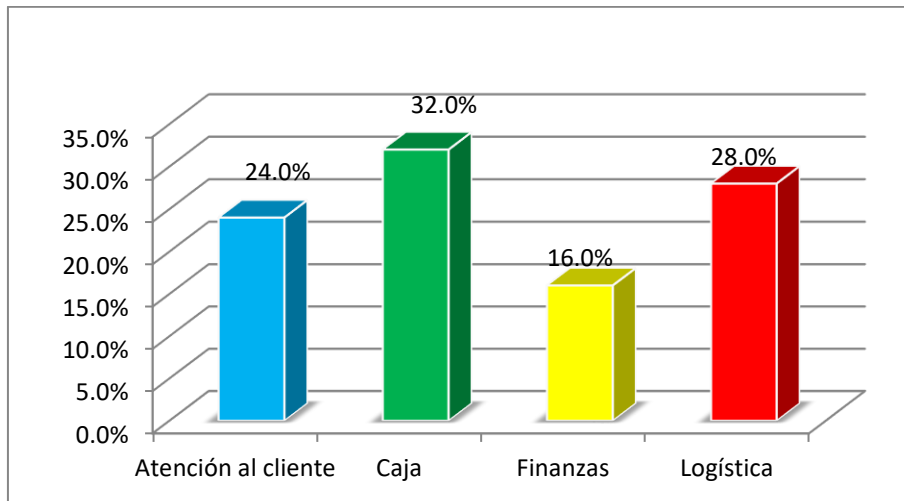


Gráfico N° 16 ¿En qué considera necesita capacitarse?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 17 ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?

	Frecuencia	Porcentaje
Empatía	17	68.0%
Orientación al servicio	8	32.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

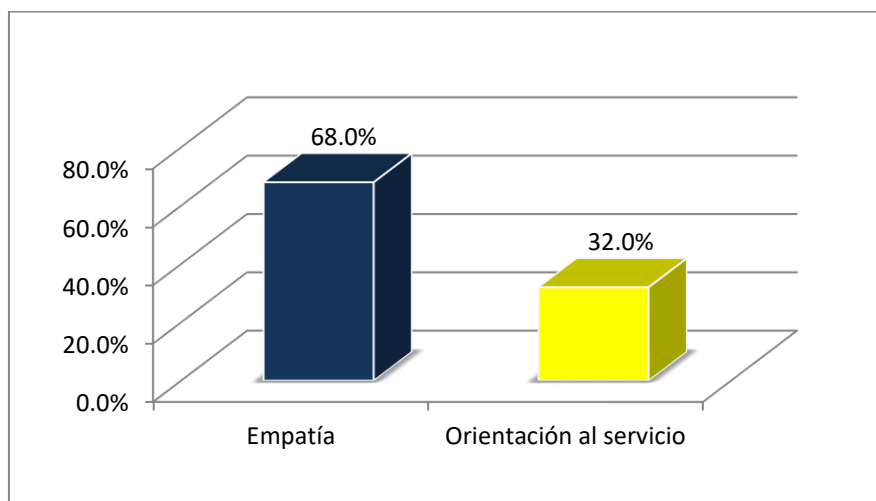


Gráfico N° 17 ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 18 ¿Cómo considera es el trato al cliente?

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	12	48.0%
Regular	13	52.0%
Total	25	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

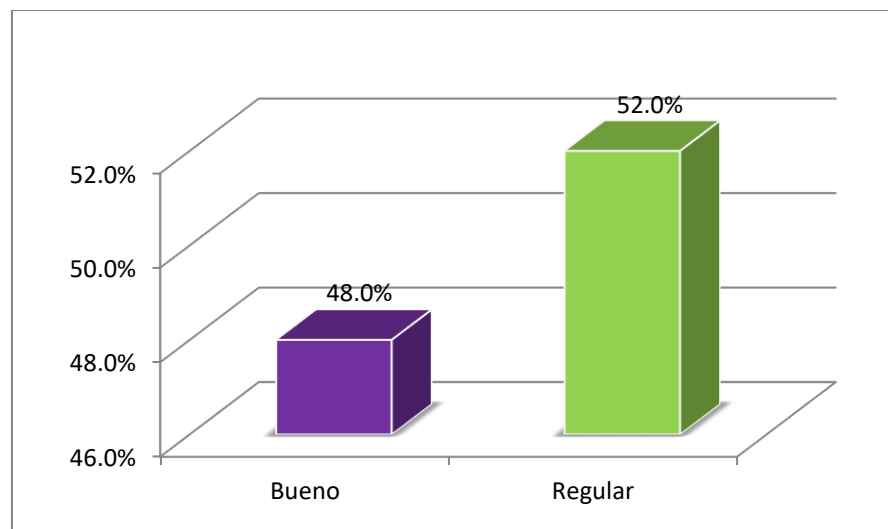


Gráfico N° 18 ¿Cómo considera es el trato al cliente?

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro abarrotes

En cuanto a la variable COMPETITIVIDAD

Los resultados de la encuesta referida a la variable competitividad se basan en si cuentan disposición de efectivo para invertir, conocimientos sobre el rubro, ventajas frente a la competencia, cantidad de MYPE que son competencia, y si evalúan la satisfacción de los clientes

Aplicado a los Representantes Legales de la empresa

Tabla N° 19 ¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	69.2%
No	4	30.8%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

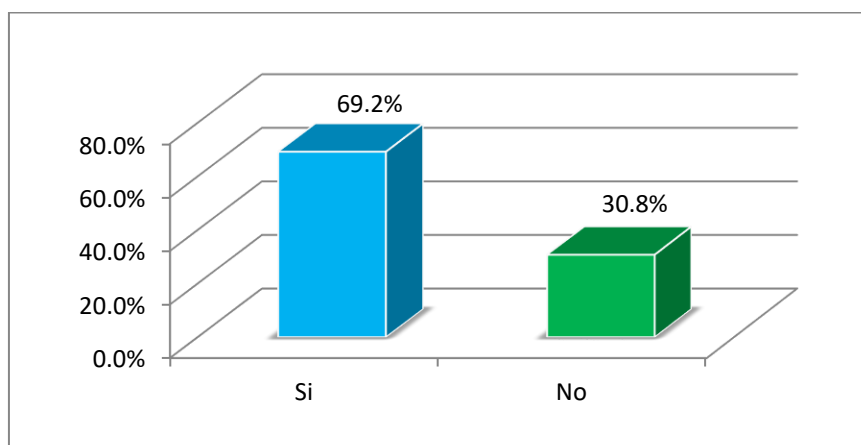


Gráfico N° 19 ¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

Tabla N° 20 ¿Tiene conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	84.6%
No	2	15.4%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

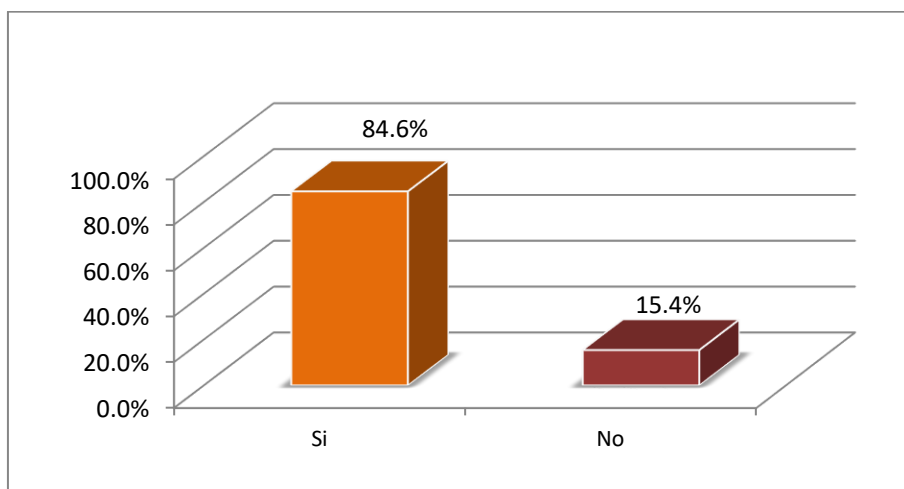


Gráfico N° 20 ¿Tiene conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 21 ¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?

	Frecuencia	Porcentaje
Precios acorde del mercado	5	38.5%
Ubicación del local	3	23.1%
Diversidad de productos	2	15.4%
Calidad de productos	1	7.7%
Atención del cliente	2	15.4%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

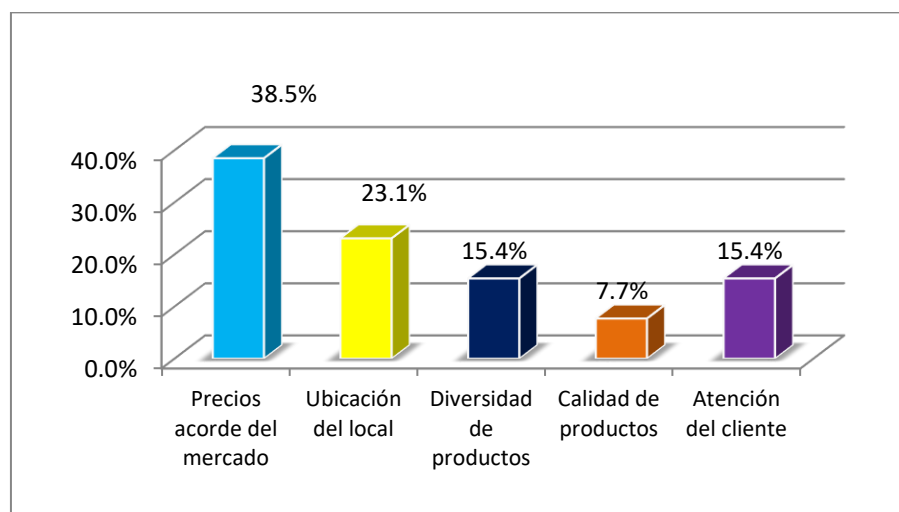


Gráfico N° 21 ¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 22 ¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia?

	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	3	23.1%
4 a 5	6	46.2%
Más de 5	4	30.8%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

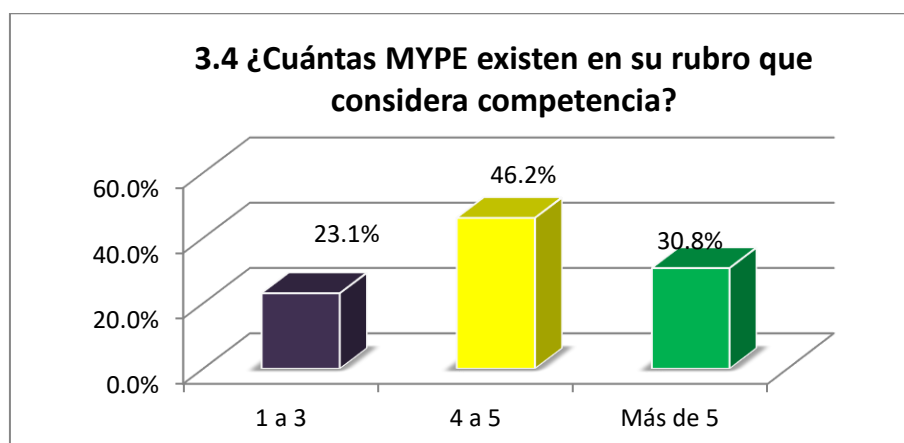


Gráfico N° 22 ¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia?

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotos

Tabla N° 23 ¿Mide la satisfacción de sus clientes?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	76.9%
No	3	23.1%
Total	13	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

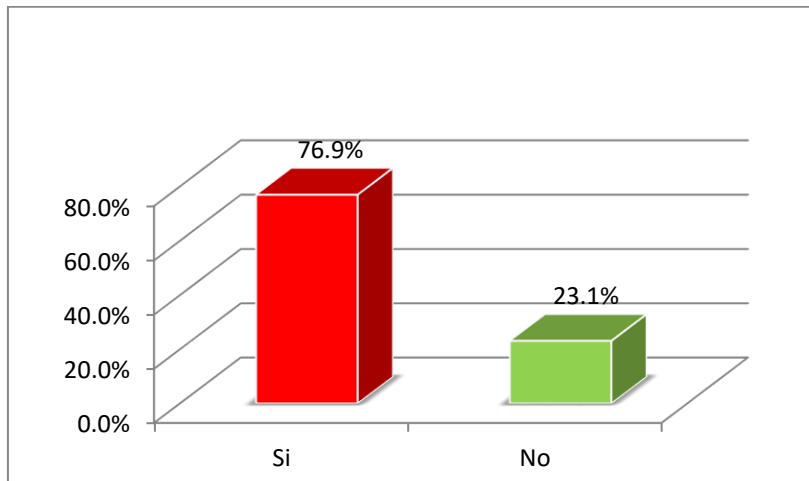


Gráfico N° 23 ¿Mide la satisfacción de sus clientes?

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes

Aplicado a los CLIENTES:

Tabla N° 24 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	76.0%
No	24	24.0%
Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

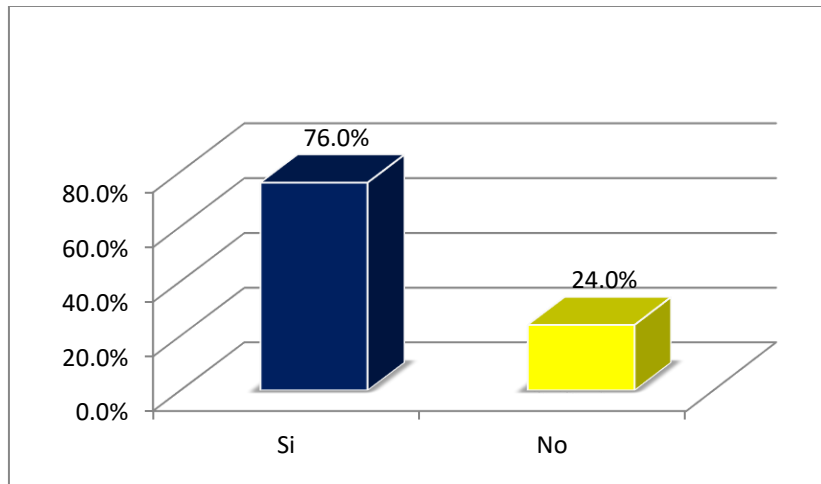


Gráfico N° 24 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 25 ¿El personal de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100.0%
Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

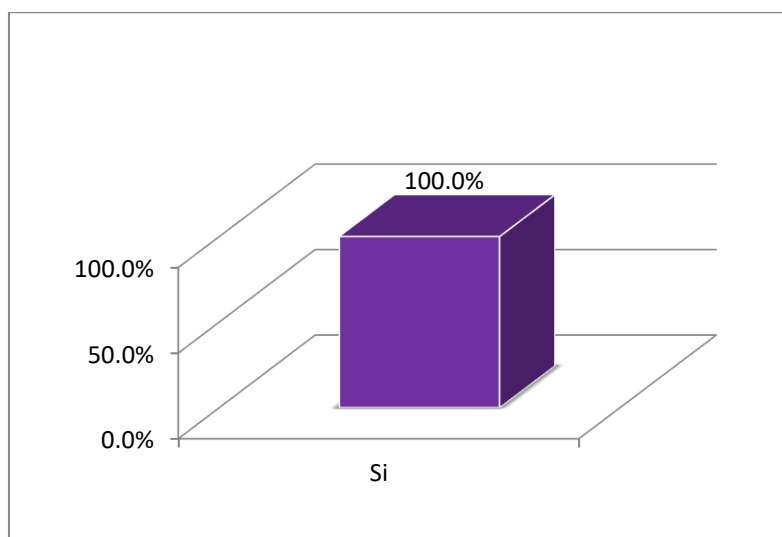


Gráfico N° 25 ¿El personal de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 26 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	19	19.0%
Medio	81	81.0%
Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

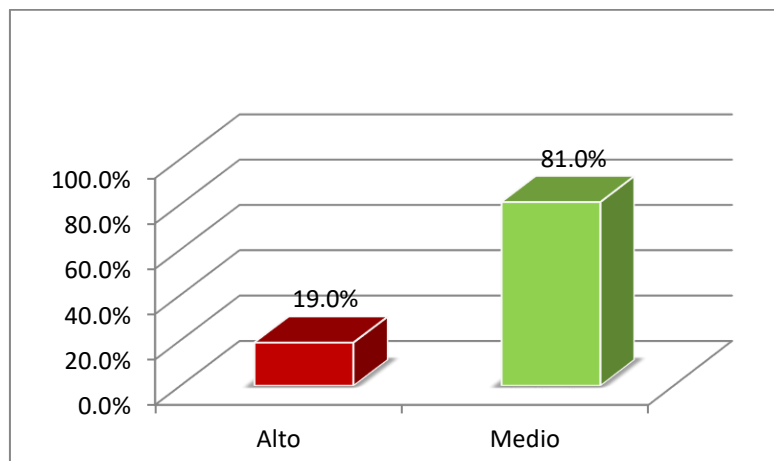


Gráfico N° 26 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 27 ¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	63	63.0%
Regular	37	37.0%
Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

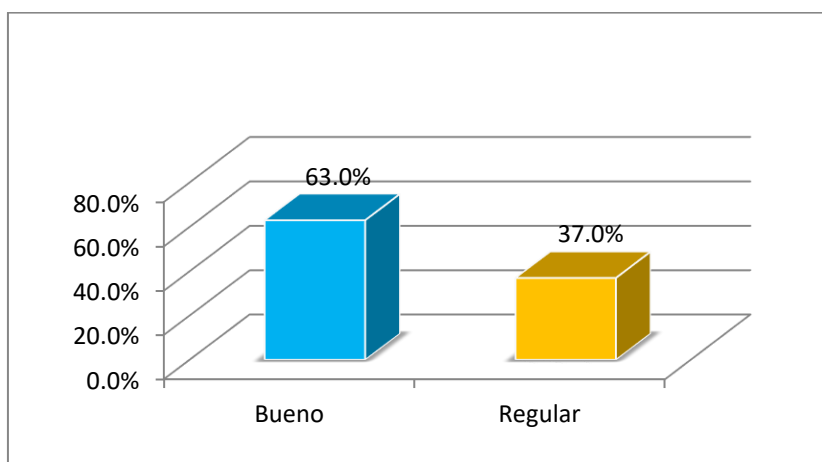


Gráfico N° 27 ¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 28 ¿Usted se considera un cliente frecuente?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	74.0%
No	26	26.0%
Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

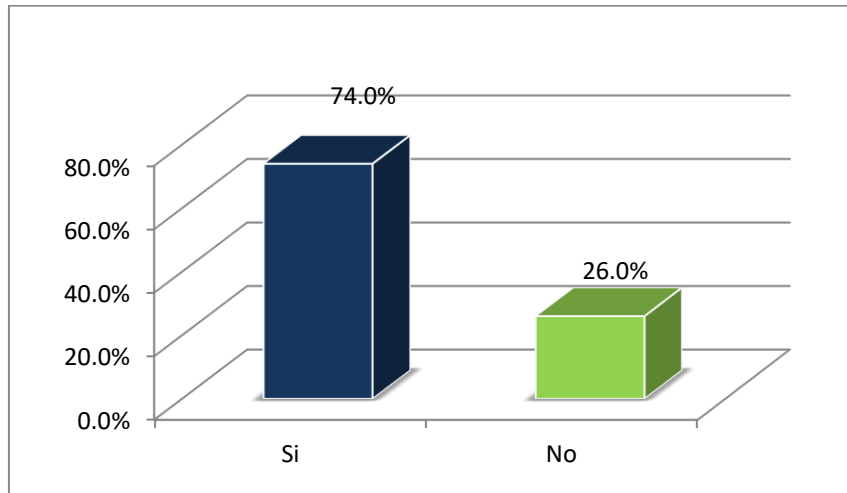


Gráfico N° 28 ¿Usted se considera un cliente frecuente?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 29¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	66	66.0%
No	34	34.0%
Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

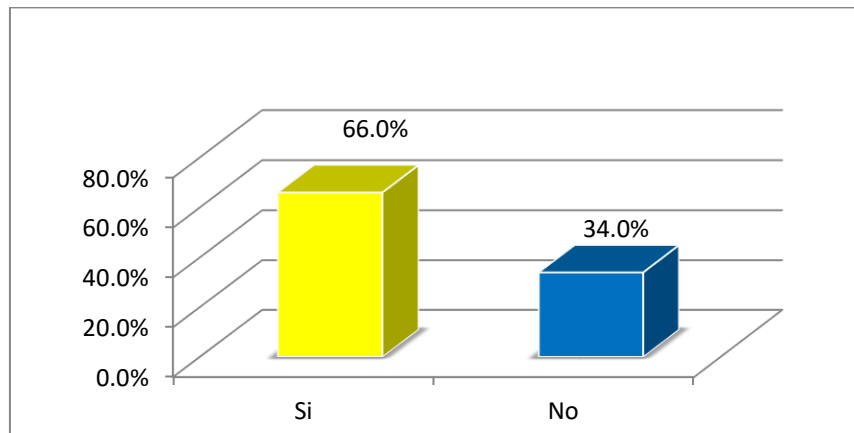


Gráfico N° 29¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

Tabla N° 30 ¿Para Usted que características presenta las MYPE del rubro Abarrotes?

	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	61	61.0%
Precio	27	27.0%
Servicio	12	12.0%
Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

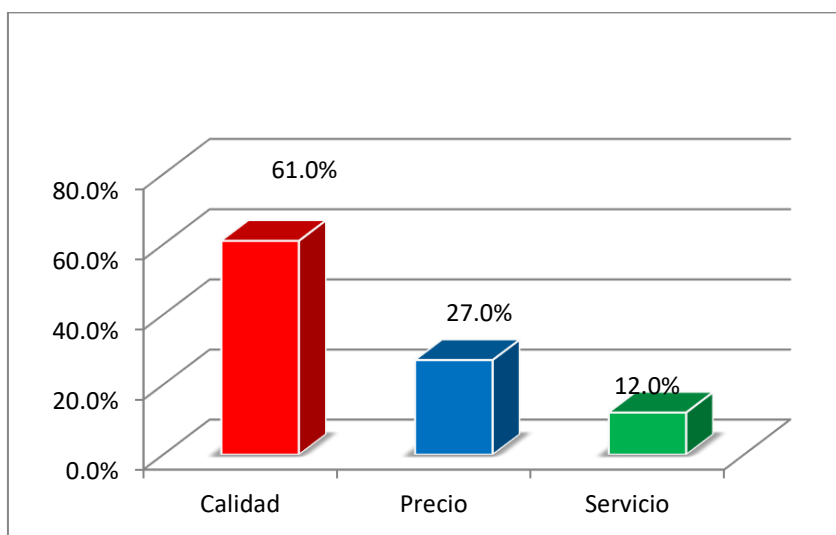


Gráfico N° 30 ¿Para Usted que características presenta las MYPE del rubro Abarrotes?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE del rubro abarrotes

4.2 Análisis de Resultados

De los datos generales de las MYPE

De la encuesta aplicada a los representantes de las MYPE del rubro abarrotes se determinó lo siguiente:

En la Tabla 1: se determinó que las edades están comprendidas entre 26 a 35 años en un 38,5%, entre 36 a 45 en un 30,8% y más de 46 años un 30,8%.

En la Tabla 2: El género de los representantes por lo general son del sexo masculino en un 61.5% y femenino un 38.5%.

En la Tabla 3: El grado de instrucción es de educación secundaria en un 38.5% superior no universitaria un 30.8% y universitaria completa un 30.8%.

En la Tabla 4: Se evidencia que los estados civiles de los representantes de las MYPE son solteros en un 38.5%; casado un 46.2% y otros un 15.4%.

En la Tabla 5: la MYPE de abarrotes se encuentra en el sector y rubro más de 05 años la formalidad de las MYPE del rubro es del 100.0%.

En la Tabla 6: Las 13 MYPE cuentan con RUC y todos los papeles de funcionamiento

En la Tabla 7: El número de trabajadores consta de 03 a 05 trabajadores en un 53,8% Menos de 03 trabajadores en un 46,2%.

En cuanto a la variable CAPACITACIÓN

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la MYPE del rubro abarrotes se obtuvo que las actividades que realizan en la empresa son:

En la Tabla 8: Atención al cliente en un 40.0% y caja en un 60.0%

En la Tabla 9: Los procesos que realiza en su área son compra de insumos en un 28.0%; almacenaje de insumos un 16.0%; cobro de la cuenta un 20.0% y administración en un 36.0%.

En la Tabla 10: Se determinó que sí les brinda o realizan capacitaciones en un 64.0% No en un 36.0%.

En la Tabla 11: Si reciben capacitaciones de forma anual en un 56.0%; trimestral en un 24.0% y no recibe en un 20.0%.

En la Tabla 12: Se determinó que si se han planificado capacitaciones en un 64.0% No en un 36.0%.

En la Tabla 13: Los medios que utilizan para realizar la capacitación son charlas en un 36.0%; reuniones grupales un 28.0% y no utilizan en un 36.0%.

En la Tabla 14: El tipo de capacitación que reciben se basan en técnicas de ventas en un 28.0%; atención al cliente un 28.0%; ninguna un 32.0% y otra en un 12.0%.

En la Tabla 15: Además los trabajadores sí consideran importante y necesaria la capacitación en un 100.0%.

En la Tabla 16: El tipo de capacitación que requieren se basa a la atención al cliente en un 24.0%; caja un 32.0%; finanzas un 16.0% y logística en un 28.0%.

En la Tabla 17: De acuerdo a los empleados el tipo de habilidades necesarias para el desarrollo de sus actividades son la empatía en un 68.0% y orientación al servicio en un 32.0%.

En la Tabla 18: Se consideran que el trato al cliente es bueno en un 48.0% y regular en un 52.0%.

En cuanto a la variable COMPETITIVIDAD

Los resultados de la encuesta referida a la variable competitividad aplicada a los dueños.

En la Tabla 19: Si cuenta con disposición de efectivo para invertir en un 69.2% y no un 30.8%.

En la Tabla 20: Si poseen conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña en un 84.6% y no un 15.4%.

En la Tabla 21: Se determinó que las ventajas con que cuenta su negocio son los precios acorde del mercado en un 38.5%, ubicación del local un 23.1%; diversidad de productos un 15.4%, calidad de productos un 7.7%; atención al cliente en un 15.4%.

En la Tabla 22: Las MYPE que existen en su rubro como competencia está comprendidas entre de 1 a 3 en un 23.1%; 4 a 5 un 46.2% y más de 5 un 30.8%.

En la Tabla 23: Se determinó que si mide la satisfacción de sus clientes respondieron que sí un 76.9% y no en un 23.1%.

Variable COMPETITIVIDAD Aplicado a los CLIENTES:

De los resultados de la encuesta se determinó lo siguiente:

En la Tabla 24: Los clientes consideran que el personal de atención se encuentra capacitado en un 76.0% y No en un 20.0%.

En la Tabla 25: Se determinó que los personales de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención los clientes manifiestan en un 100.0%.

En la Tabla 26: El desempeño de los empleados está comprendido en un nivel alto en un 19.0% y medio en un 81.0%.

En la Tabla 27: El manejo de los recursos materiales de los trabajadores es bueno en un 63.0% y regular en un 37.0%.

En la Tabla 28: Los clientes se consideran un cliente frecuente en un 74.0% y no en un 26.0%.

En la Tabla 29: La MYPE cuenta con recursos tecnológicos en un 66.0% y no en un 34.0%.

En la Tabla 30. Las características que presenta las MYPE del rubro abarrotes se basan en la calidad en un 61.0%; precio un 27.0% y servicio en un 12.0%.

V.CONCLUSIONES

Hoy en día los trabajadores de las diferentes MYPE necesitan ser capacitados en el desarrollo personal, mejorando su actitud, destreza y habilidad o conducta personal, y contribuir a los logros y objetivos trazados por la empresa. Y con estas capacidades que tiene la MYPE competir con otros rivales comerciales.

Los propietarios o representantes legales todavía son reacios a la capacitación de sus trabajadores, ya que para ellos es un costo y lo que los dueños quieren son ganancias las capacitaciones lo toman a largo plazo, siendo estas las más importantes porque el trabajador es el capital humano quienes son capaces de desarrollar las actividades y satisfacer las necesidades de los clientes, y tener así una buena competencia hacia otras MYPES del mismo rubro. Las capacitaciones que se realizan en las MYPE de la ciudad de tumbes, son capacitaciones informales que se dan a través de charlas, reuniones y los temas a tratar son: dinámica de ventas, finanzas y logística.

Las MYPE tienen que estar preparadas al cambio globalizado ya que cada vez son más exigentes en estándares de calidad empresarial, estos cambios hacen que uno mejore en calidad, producción, precio y servicio, y así tener una buena competitividad y nos permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico.

Aspectos Complementarios: Matriz de consistencia

CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y COMPETITIVIDAD DE LAS MIPE RUBRO ABARROTES

ENUNCIADO GENERAL	OBJETIVO GENERAL	METODOLOGÍA
¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de la MYPE rubro abarroses de tumbes 2014?	Determinar qué características tiene la capacitación y competitividad de la MYPE rubro abarroses de tumbes año 2014	<p>Tipo y nivel</p> <p>TIPO: DESCRIPTIVO TIPO: TRANSVERSAL</p>
	<p>a) Determinar los tipos de capacitación en las MYPE del rubro abarroses.</p> <p>b) Determinar las necesidades de capacitación de la MYPE del rubro abarroses</p> <p>c) Establecer las ventajas competitivas de la MYPE del rubro abarroses.</p> <p>d) Identificar las estrategias competitivas de las MYPE del rubro abarroses.</p>	<p>Diseño de la Investigación</p> <p>ENFOQUE NO EXPERIMENTAL</p> <p>Población</p> <p>13 MYPE (138 Personas) 13 Representantes Legales 25 Trabajadores 100 clientes</p> <p>Técnica</p> <p>-Encuestas</p> <p>Instrumento</p> <p>-Cuestionario</p>

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

- Benavides (2008) Capacitación, Conocimiento y Competitividad de las MiPYMES formales costarricenses
- Bohlander, Snell y Sherman (2001) Administración de recursos humanos. Editorial Thomson
- Cabrera; López y Ramírez (2011) La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de Investigación N° 04. Universidad Central. Ediciones Fundación Universidad Central. Colombia.
- El Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa 2005-2009
- Espinoza, J. (2006). INTERVENCIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO EN EL CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL EN LA CIUDAD DE AREQUIPA. . Arequipa: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN.
- Ferraro, C. (2011). Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe. Recuperado el 21 de 04 de 2014, de Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/0/45410/LCR.2180.pdf>
- Gaxiola, J (2010) Estrategia empresarial: diseño corporativo. México
- González (2001) Como Diagnosticar Necesidades de Capacitación Editorial Pacífico
- Grados. (2005). Capacitación y Desarrollo de Personal. México: Trillas 2 da Edición.

- Helberth. (2006). Capacitación y desarrollo del personal. Perú: S/E.
- Huamán. (2007). LAS MIPYMES EN LATINOAMÉRICA: Estudios e Investigaciones en la Organización Latinoamericana de Administración. Cusco: OLA Internacional.
- INEI (2013) Producción Nacional 2013. Informe Técnico N° 02
- Lezama (2010), realizó una investigación sobre “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio- rubro servicios xerográficos del distrito de nuevo Chimbote, periodo 2008-2009”
- Mathews (2009) Competitividad: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las MYPES. USAID. Perú. Mype competitiva.
- Medina (2008) "Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPES del sector turismo de la localidad de Huancavelica año 2008" Universidad Los Ángeles de Chimbote. Huancavelica.
- Mendoza. (2005). Manual para determinar necesidades de capacitación. México: Trilla 5ta Edición.
- MEF. (2012). MIPYME. Retrieved 2014, from MIPYME: <http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2012.pdf>
- Mendoza, E. (2009). Diagnóstico de los servicios de capacitación de las PyMES del Sector Restaurantero como área de oportunidad para la vinculación del Instituto Tecnológico de Mérida. Mérida - México: Instituto Tecnológico de Mérida.
- MTPE. (2008). Plan Nacional de formalización y modernización de la MYPE. Lima: Ministerio de Trabajo y producción del empleo.

- Navia, Silvia (2009) en su investigación denominada: “Empaque primario como estrategia de competitividad para las Pymes exportadoras de América Latina.
- Pinillos. (2005). La capacitación. España: Editorial Espasa - Calpe.
- Rengifo (2011) en su investigación Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010
- Reyes, A. (2010). La Competitividad de las Mipymes. México: Consorcio de Universidades Mexicanas.
- Reza. (2006). El ABC del administrador de la capacitación. México: Editorial Panorama.
- Robbins y Coulter (2005) Administración, Editorial Pearson, Octava Edición, México, 2005, ISBN: 970-26-0555-5
- Rodríguez y Morales (2008) La Capacitación en las organizaciones modernas. Facultad de Contaduría y Administración/Universidad Autónoma de Chihuahua
- Sagastegui (2010) Competitividad en las MYPES del sector servicios - rubro pollerías del distrito de Chimbote.
- Siliceo. (2006). Capacitación y desarrollo de personal. México: Limusa 4ta edición.
- Sinarahua, H. (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro suministros de cómputo. Callería - Pucallpa: Universidad Ángeles de Chimbote.
- Solleiro y Castañón (2010). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global. Universidad Autónoma de

- México. En Línea. Consultado el 5 de agosto de 2010. Disponible en:
<http://www.oei.es/salactsi/solleiro.pdf>
- SUNAT. (2013). Transparencia. Recuperado el 22 de 04 de 2014, de
http://www.peru.gob.pe/transparencia/pep_transparencia_lista_planes.asp?id_entidad=83&id_tema=1
- Tantas (2009) Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009. Universidad los Ángeles de Chimbote.
- Valencia, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa. Colombia: Universidad del Valle.
- Villarán, F. (2007). El mundo de la pequeña empresa. Lima: COPEME CONFIEP.
- WEF. (2009). world Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2008-2009. Ginebra: WEF.
- Weinberger (2009) ESTRATEGIA: Para lograr y mantener la competitividad de la empresa. Primera edición. © Nathan Associates Inc,
- Yanakawa, Castillo, D., Baldeón, Espinoza, Granda, & Vega. (2010). Modelo tecnológico de integración de servicios para la MYPE peruana. Lima: Esan Ediciones.
- Zevallos, E. (2010). PYMES: VISIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL. Venezuela: Sistema Económico Latinoamericano.

ANEXOS

1. Presupuesto

Descripción del material	Unidad	Precio	Cantidad	Subtotal	Total
MATERIAL DE OFICINA					
Hojas DINA 4	Millar	10.00	01	10.00	110.00
Lapiceros	Unidad	0.8	5	4.00	
Cartucho de tinta	Unidad	55.00	01	55.00	
USB	Unidad	40.00	01	40.00	
Libreta de apuntes	Unidad	5.00	01	5.00	
SERVICIOS					
Anillado	Unidad	15.00	01	15.00	530.00
Pasajes				250.00	
Internet				200.00	
Fotocopias				50.00	
Impresiones	Unidad	0.10	150	15.00	
LIBROS					
Especialidad	Unidad	30.00	02	60.00	60.00
TOTAL					700.00

2. Financiamiento

El total de proyecto de investigación será de S/. 700.00 nuevos soles, el total de financiamiento será cubierto con recursos propios, los cuales permitirán solventar en su totalidad el trabajo de tesis de investigación.

3. DIAGRAMA DE GANTT

Fecha de inicio: Diciembre

Fecha de término: Marzo

N°	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA															
		Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
01	Título de la investigación																
02	Planteamiento del problema																
03	Acopio de bibliografía																
04	Sección Bibliográfica																
05	Metodología de la investigación																
06	Técnicas e instrumentos																
07	Técnicas para procesamiento																
08	Elaboración de la Matriz de consistencia																
09	Redacción del proyecto																
10	Elaboración de instrumentos de recolección																
11	Revisión y aprobación del proyecto de investigación por jurado																
12	Encuesta																
13	Codificación																
14	Tabulación																
15	Análisis e interpretación de datos																
16	Redacción preliminar del informe final																
17	Presentación de tesis para su aprobación																
18	Sustentación.																

4. Cuestionario

De 1.1 a 1.8 y de 3.1 a 3.5 aplicado a los dueños de la MYPE

De 2.1 a 2.11 aplicado a los trabajadores, de 3.6 a 3.12 aplicado a los clientes

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN	
<p>El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPES para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro Abarrotes de la ciudad de Tumbes, año 2014”.</p>	
<p>I. DATOS GENERALES DE LAS MYPES</p> <p>1.1 Edad del representante legal de la empresa: 18 – 25.... 26 – 35.... 36 – 45 Más de 46 años....</p> <p>1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....</p> <p>1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No Universitaria..... Universitaria Completa.....</p> <p>1.4 Estado Civil: Soltero.....Casado..... Conviviente..... Otros.....</p> <p>1.6 Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro.....</p> <p>1.7 La MYPE es formal: Sí.....No.....</p> <p>1.8 Número de trabajadores.....</p>	
<p>CAPACITACIÓN</p> <p>2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa? Atención al cliente () Caja ()</p> <p>2.2 ¿Cuáles son los procesos que realiza en su área? Compra de insumos () Almacenaje de insumos () Cobro de la cuenta () Administración ()</p> <p>2.3 ¿Se les brinda o realizan capacitaciones? Si () No ()</p> <p>2.4 ¿Cada qué tiempo recibe capacitaciones? Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()</p> <p>2.5 ¿Se ha planificado algún tipo de capacitación? Si () No ()</p> <p>2.6 ¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación? Charlas () Reuniones grupales () No utilizan ()</p> <p>2.7 ¿Qué tipo de capacitación reciben? Técnicas de venta () Atención al cliente () Ninguna () Otra _____</p> <p>2.8 ¿Considera importante y necesaria la capacitación? Si () No ()</p> <p>2.9 ¿En qué considera necesita capacitarse? Atención al cliente () Caja () Finanzas () Logística ()</p> <p>2.10 ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades? Empatía () Orientación al servicio ()</p> <p>2.11 ¿Cómo considera es el trato al cliente? Bueno () Regular () Malo ()</p>	<p>COMPETITIVIDAD</p> <p>3.1 ¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?: Si () No ()</p> <p>3.2 ¿Tiene conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?: Si () No ()</p> <p>3.3 ¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?: Precios acorde del mercado () Ubicación del local () Diversidad de productos () Calidad de productos () Atención del cliente ()</p> <p>3.4 ¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia?: 1 a 3 () 4 a 5 () Más de 5 ()</p> <p>3.5 ¿Mide la satisfacción de sus clientes?: Si () No ()</p> <p>3.6 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?: Si () No ()</p> <p>3.7 ¿El personal de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención?: Si () No ()</p> <p>3.8 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?: Alto () Medio () Bajo ()</p> <p>3.9 ¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?: Bueno () Regular () Deficiente ()</p> <p>3.10 ¿Usted se considera un cliente frecuente? Si () No ()</p> <p>3.11 ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos? Si () No ()</p> <p>3.12 ¿Para Usted que características presenta las MYPE del rubro Abarrotes? Calidad () Precio () Servicio ()</p>

5. Listado de Tiendas de Abarrotes de la Ciudad de Tumbes

NOMBRES	DIRECCION	N° DE TRAB.
1.- MINIMARKET ANAKEY	FCO PIZARRO 415	05
2.- MINIMARKET NELVI	AV. PIURA 503	06
3.- COMERCIAL JUAN PABLO	BOLOGNESI 300	06
4.- COMERCIAL YOSELYN	BOLOGNESI 396	04
5.- COMERCIAL ESPIRITU SANTO	FCO IBAÑEZ 278 MCDO MODELO	04
6.- COMERCIAL MOISES	AV. PIURA 1276 MCDO MODELO	06
7.- DEUTERENOMIO 28.6.7	FCO IBAÑEZ 260 MCDO MODELO	04
8.- COMERCIAL MORE	FCO IBAÑEZ 228 MCDO MODELO	04
9.- COMERCIAL GLADYS	MCDO MODELO	04
10.- COMERCIAL CHICLAYITO	AV PIURA 1335 MCDO MODELO	05
11.- COMERCIAL EL PORVENIR	AV. PIURA 1224 MCDO MODELO	06
12.- COMERCIAL ERICK	AV PIURA 1276 MCDO MODELO	06
13.- COMERCIAL ALEX	AV. PIURA 1278 MCDO MODELO	05

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL
RUBRO ABARROTES DE LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO 2014

El cuestionario de las dimensiones dirigidas a los Dueños, trabajadores y clientes de la MYPE del rubro de abarrotes de la ciudad de Tumbes, consta de 23 ítems; correspondiendo 11 para la capacitación 12 para la competitividad. Se han establecido cuatro niveles para describir la variable investigada: si pertenece a la dimensión de estudio, probablemente si pertenece a la dimensión de estudio, probablemente no pertenece a la dimensión del estudio, no pertenece a la dimensión del estudio.

Si consideramos el sistema de calificación de la encuesta, el puntaje mínimo que se puede obtener es 1 puntos y el máximo es 3 para toda la prueba.

Los especialistas en Administración han calificado promedio de 3 por cada variable investigada.

VARIABLE CAPACITACION

PREGUNTA	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL: SUMA	PROMEDIO	ESCALA
1	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
2	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
3	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
4	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
5	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
6	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
7	3	3	2	8	2.67	2 a 6 Valida F.
8	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
9	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
10	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
11	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.

+ de 2,6	Validez fuerte
2,1 a 2,5	Validez aceptable
1,6 a 2	Débil validez

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL
RUBRO ABARROTES DE LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO 2014

El cuestionario de las dimensiones dirigidas a los Dueños, trabajadores y clientes de la MYPE del rubro de abarrotos de la ciudad de Tumbes, consta de 23 ítems; correspondiendo 11 para la capacitación 12 para la competitividad. Se han establecido cuatro niveles para describir la variable investigada: si pertenece a la dimensión de estudio, probablemente si pertenece a la dimensión de estudio, probablemente no pertenece a la dimensión del estudio, no pertenece a la dimensión del estudio.

Si consideramos el sistema de calificación de la encuesta, el puntaje mínimo que se puede obtener es 1 puntos y el máximo es 3 para toda la prueba.

Los especialistas en Administración han calificado promedio de 3 por cada variable investigada.

VARIABLE COMPETITIVIDAD

VARIABLE COMPETITIVIDAD

PREGUNTA	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL: SUMA	PROMEDIO	ESCALA
1	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
2	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
3	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
4	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
5	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
6	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
7	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
8	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
9	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
10	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.
11	3	3	2	8	2.67	2 a 6 Valida F.
12	3	3	3	9	3.00	2 a 6 Valida F.

+ de 2,6	Validez fuerte
2,1 a 2.,5	Validez aceptable
1,6 a 2	Débil validez

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE DEL RUBRO ABARROTÉS DE LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO 2014**

CONSULTA A EXPERTOS

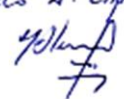
Determinar la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes:

Pregunta	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	2
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	1
No pertenece a la dimensión de estudio	0

2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.2 ¿Cuáles son los procesos que realiza en su área?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

Colegiatura N° 704

DR. MARCO A. ZEPEDA BUCEDA


2.3 ¿Se les brinda o realizan capacitaciones?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.5 ¿Se ha planificado algún tipo de capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.6 ¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.7 ¿Qué tipo de capacitación reciben?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.8 ¿Considera importante y necesaria la capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.9 ¿En qué considera necesita capacitarse?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.10 ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.11 ¿Cómo considera es el trato al cliente?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.1 ¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.2 ¿Tiene conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

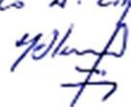
3.3 ¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.4 ¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.5 ¿Mide la satisfacción de sus clientes?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.6 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.7 ¿El personal de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

DR MARCO A. ZAPATA BUCEDA

 77


3.8 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.9 ¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.10 ¿Usted se considera un cliente frecuente?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.11 ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.12 ¿Para Usted que características presenta las MYPE del rubro Abarrotes?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

DR. MARCO A. ZAPATA BUCAR




**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE DEL RUBRO ABARROTES DE LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO 2014**

EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE
Validez de contenido	✓	
Validez de criterio	✓	
Validez de constructo	✓	

VALIDADO POR:

Colegiatura N° 704

DR. MARCO A. ZAPATA BARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE DEL RUBRO ABARROTÉS DE LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO 2014**

CONSULTA A EXPERTOS

Determinar la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes:

Pregunta	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	2
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	1
No pertenece a la dimensión de estudio	0

2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.2 ¿Cuáles son los procesos que realiza en su área?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

Colegiatura N° 03509


Lic. Adm. Eng. Carlos David Ramos Rojas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD - 03509

2.3 ¿Se les brinda o realizan capacitaciones?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.5 ¿Se ha planificado algún tipo de capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.6 ¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.7 ¿Qué tipo de capacitación reciben?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.8 ¿Considera importante y necesaria la capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.9 ¿En qué considera necesita capacitarse?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.10 ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.11 ¿Cómo considera es el trato al cliente?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.1 ¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.2 ¿Tiene conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

Colegiatura N° 03509

3.3 ¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.4 ¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.5 ¿Mide la satisfacción de sus clientes?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.6 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.7 ¿El personal de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

Colegiatura N° 03509

3.8 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.9 ¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.10 ¿Usted se considera un cliente frecuente?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.11 ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.12 ¿Para Usted que características presenta las MYPE del rubro Abarrotes?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

Colegiatura N° 03509


 Lic. Adm. Emp. Carlos David Ramos Rosas
 DOCENTE TUTOR ULADECH
 CLAD - 03608



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE DEL RUBRO ABARROTÉS DE LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO 2014**

EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE
Validez de contenido	✓	
Validez de criterio	✓	
Validez de constructo	✓	

VALIDADO POR:

Colegiatura N° 03509

Lic. Adm. Engr. Carlos David Ramos Novas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD - 03509



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE DEL RUBRO ABARROTÉS DE LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO 2014**

CONSULTA A EXPERTOS

Determinar la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes:

Pregunta	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	2
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	1
No pertenece a la dimensión de estudio	0

2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.2 ¿Cuáles son los procesos que realiza en su área?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

Colegiatura N° 05787


Segundo Vicente Sanchez Juarez
Licenciado en Administración
I.U.C. 0111-05787

2.3 ¿Se les brinda o realizan capacitaciones?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.5 ¿Se ha planificado algún tipo de capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.6 ¿Cuáles son los medios que utilizan para realizar la capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.7 ¿Qué tipo de capacitación reciben?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	2
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.8 ¿Considera importante y necesaria la capacitación?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.9 ¿En qué considera necesita capacitarse?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.10 ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

2.11 ¿Cómo considera es el trato al cliente?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.1 ¿Cuenta con disposición de efectivo para invertir?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.2 ¿Tiene conocimientos sobre el rubro en el que se desempeña?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.3 ¿Qué ventajas considera que su negocio cuenta?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.4 ¿Cuántas MYPE existen en su rubro que considera competencia?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.5 ¿Mide la satisfacción de sus clientes?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.6 ¿Considera que el personal de atención se encuentra capacitado?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.7 ¿El personal de atención cuentan con los recursos adecuado para la atención	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.8 ¿Cómo considera el desempeño de los empleados?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.9 ¿Cómo es el manejo de los recursos materiales de los trabajadores?:	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.10 ¿Usted se considera un cliente frecuente?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.11 ¿Considera que la MYPE cuenta con recursos tecnológicos?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	2
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	

3.12 ¿Para Usted que características presenta las MYPE del rubro Abarrotes?	
Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	
No pertenece a la dimensión de estudio	



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE DEL RUBRO ABARROTÉS DE LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO 2014**

EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

CRITERIO	CUMPLE	NO CUMPLE
Validez de contenido	✓	
Validez de criterio	✓	
Validez de constructo	✓	

VALIDADO POR:

Colegiatura N° 05787


Segundo Vicente Sánchez Juárez
Licenciado en Administración
I.C.U.C. CI. 05787