



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES
RUBRO AGRO INSUMOS AGRÍCOLAS DEL DISTRITO
DE APLAO – CASTILLA – AREQUIPA AÑO 2017.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

EDGAR FLORENCIO CORNEJO CHOQUECOTA

ASESOR:

MGTR. DIVÁN YURI CARI CONDORI

JULIACA – PERÚ
2018

JURADO EVALUADOR

Dr. Pilco Churata Juan Mauricio
Presidente

Dr. Álvarez Gallegos Aurelio Francisco
Secretario

Lic.Adm. Paricahua Condori Constantino Antonio
Miembro

Mgtr. Cari Condori Diván Yuri
Asesor

AGRADECIMIENTO

Primeramente A Dios, fuente inagotable de mis fortalezas y por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida.

**A la Universidad Católica los
Ángeles de Chimbote-
ULADECH**, y a los maestros
quienes impartieron sus
conocimientos y experiencias
durante mi formación
universitaria.

DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico con todo amor y cariño a mi amada esposa JENNY, por su sacrificio y esfuerzo en apoyarme en terminar esta carrera.

A mis amados Hijos LENIN y VALERIA que son fuente de mi inspiración, para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa. En la investigación damos a conocer la importancia que hay en una adecuada capacitación que les permitirá incrementar sus principales competencias básicas (conocimiento), genéricas (habilidades) y específicas (actitudes). El tipo de estudio de la presente investigación fue cuantitativo, por que utilizo la recolección y análisis de datos que evalúa la relación que existe entre dos variables: La caracterización de la capacitación y la Competitividad de las MYPE. La investigación fue de diseño es no experimental – bibliográfica – documental y de caso, para el recojo de la información se utilizó fichas bibliográficas y un cuestionario pertinente realizado utilizando la técnica de la entrevista a los administradores o encargados (tres por cada MYPE) del rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa, en donde se encontró como resultado de acuerdo a la variable de capacitación el con el promedio más bajo que el 36.3% de los administradores / encargados de las MYPE asisten a clases, capacitaciones promocionales o en el trabajo y con el promedio más alto según a la variable de competitividad que el 77.8% de los administradores o encargados de las MYPE presentan un liderazgo efectivo.

Palabras clave: caracterización de la capacitación, Competitividad, MYPE.

ABSTRACT

This research work was general objective: to determine the characterization of the training and competitiveness of the commercial MYPE agricultural inputs of the district of Aplao Province of Castilla Department of Arequipa. In the research we make known the importance that there is in an adequate training that will allow them to increase their main basic competencies (knowledge), generic (skills) and specific (attitudes). The type of study of this research was quantitative, because I use the collection and analysis of data that evaluates the relationship between two variables: the characterization of training and the competitiveness of MYPE. The research was design is non-experimental-bibliographic-documentary and case, for the collection of information was used bibliographic tabs and a pertinent questionnaire carried out using the technique of the interview to the Administrators or managers (three for each MYPE) of the heading agro inputs agricultural of the district of Aplao Province of Castilla Department of Arequipa, where it was found as Result according to the training variable with the lowest average than 36.3% of the administrators/managers of the MYPE attend classes, promotional trainings or at work and with the highest average according to the competitiveness variable that 77.8% of the administrators or managers of the MYPE present an effective leadership

Key words: characterization of training, competitiveness, MYPE

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	6
2.1 Antecedentes	6
2.2 Marco Teórico.....	11
2.2.1 Capacitación.....	11
2.2.1.1 Fases:	12
2.2.1.2 Clases:	15
2.2.1.3 Tipos:.....	16
2.2.1.3.1 Por su formalidad.....	17
2.2.1.3.2 Por su naturaleza:	17
2.2.1.4 Competitividad:.....	19
2.2.1.4.1 Ventajas Competitivas Y Estrategias Competitivas:	21
2.2.1.5 Calidad:	24
2.2.1.6 Productividad:	24
2.2.1.7 Calidad de servicio:.....	25
2.2.1.8 Imagen:.....	25
2.2.1.9 Flexibilidad y adaptación a los cambios:	27
2.2.1.10 Cambio e Innovación:	28
2.2.1.11 Pro actividad:	29
2.2.1.12 Capacidad de aprendizaje:	29
2.2.1.13 Liderazgo efectivo:	30
2.2.1.14 Importancia de la competitividad:	31
2.2.1.15 Habilidad de una empresa para posicionarse:	32
2.2.1.16 Definir estrategias de una empresa:	33
2.3. Marco Conceptual	34
III. METODOLOGÍA.....	36
3.1 El tipo de investigación	36
3.2 Nivel de investigación de la Tesis	36
3.3 Diseño de la Investigación	36
3.4 Población y muestra	36

3.5	Definición y Operacionalización de variables	38
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
3.7	Plan de análisis.....	42
3.8	Matriz de consistencia	44
IV.	RESULTADOS	46
4.1.	Resultados	46
4.2	Discusión de resultados.....	54
V.	CONCLUSIONES	58
5.1	Conclusiones	58
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
	ANEXOS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Relación MYPE.....	38
Tabla 2. Operacionalizacion de variables.....	40
Tabla 3. Matriz de consistencia.....	44
Tabla 4. ¿Usted desarrolla la transmisión de información y conocimientos?	46
Tabla 5. ¿Usted desarrollar sus habilidades y destrezas?	47
Tabla 6. ¿Usted asiste a clases de capacitación para el trabajo?.....	48
Tabla 7. ¿Usted asiste a clases de capacitación promocional?	49
Tabla 8 ¿Usted asiste a clases de capacitación en el trabajo?.....	50
Tabla 9 ¿Usted es flexible y se adapta a los cambios?.....	51
Tabla 10 ¿Usted es proactivo?	52
Tabla 11. ¿Usted presenta un liderazgo efectivo?.....	52
Tabla 12 ¿Usted presenta la habilidad para definir estrategias para la empresa?	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 ¿Usted desarrolla la transmisión de información y conocimientos?	46
Grafico 2 ¿Usted desarrollar sus habilidades y destrezas?	47
Grafico 3 ¿Usted asiste a clases de capacitación para el trabajo?.....	48
Grafico 4 ¿Usted asiste a clases de capacitación promocional?	49
Grafico 5 ¿Usted asiste a clases de capacitación en el trabajo?.....	50
Grafico 6 ¿Usted es flexible y se adapta a los cambios?.....	51
Grafico 7 ¿Usted es proactivo?	52
Grafico 8 ¿Usted presenta un liderazgo efectivo?.....	53
Grafico 9 ¿Usted presenta la habilidad para definir estrategias para la empresa?	54

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mundo avanza a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía; es por ello que la globalización plantea grandes retos a los países y a las micro y pequeñas empresas como lo son las MYPE en cuanto a los diversos temas tales como: la generación de empleo, mejora de la competitividad y más desarrollo en cuanto a la capacitación ya que esto ha llevado al surgimiento de las llamadas MYPE como el segundo tipo de negocio que permitirá sobre todo a tener una economía más estable y el crecimiento del país.

En lo que respecta al sector de las MYPE comerciales rubro agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa donde se llevó a cabo la investigación, es importante explicar que actualmente las MYPE viene afrontando una problemática donde se ve reflejado la falta de capacitación para poder afrontar la competitividad, debido a que las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas se enfrentan a grandes amenazas ya que estas se están viendo afectadas con la llegada de las grandes empresas las cuales se encuentran bien organizadas y saben cómo llegar a los clientes, ofreciéndoles un mejor servicio, le dan valor agregado, mantienen a su personal en constante capacitación, esto les permite tener una mayor acogida y ser los líderes en el mercado de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao y resultando afectadas ya que genera en ellas una gran inestabilidad.

La presente investigación se centra en dos aspectos muy importantes como son la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro agro

insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.

Entonces, nos hacemos la interrogante: ¿Cómo es “la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao Provincia de Castilla, departamento de Arequipa”?

El problema de la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa se origina debido a la falta de capacitación que las empresas brindan a sus trabajadores ya que por ello no desarrollan sus habilidades y destrezas ni el poder para afrontar la competitividad, debido a que las, MYPE se enfrentan a grandes amenazas ya que y están siendo afectadas con la llegada y la apertura de tiendas que dependen directamente de los grandes laboratorios.

Para lo cual se empleó la investigación de tipo cuantitativo, diseño de la investigación no experimental, de corte transversal, siendo la técnica la recolección de datos y el instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas de escala ordinal y nominal.

De acuerdo al problema abordado, tenemos como objetivo general determinar la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.

Por ende nuestros objetivos específicos son determinar la caracterización de las fases de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa; determinar la caracterización de las clases de capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa; determinar la caracterización de los tipos de capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa; determinar la caracterización de la capacitación y las ventajas competitivas y estrategias competitivas de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa; determinar la caracterización de la capacitación y los elementos claves para la competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa; determinar la caracterización de la capacitación y la importancia de la competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.

Podemos encontrar como justificación académica, el desarrollo de la presente investigación es importante porque ahondara información a las empresas comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa, siendo este a la vez un tema que promueve el interés de los alumnos de carreras relacionadas, principalmente a enfocarse

más por estas problemáticas, por otro lado serviría como un antecedente investigativo de calidad y auténtico para futuras investigaciones.

Encontramos como justificación social, el desarrollo de la presente investigación es importante para informar a los empresarios de las MYPE rubro agro insumos agrícolas la importancia de la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa de manera que está sea útil para el fortalecimiento y empuje para seguir creciendo como empresas.

Como justificación de la práctica, el desarrollo de la presente investigación es importante para conocer la importancia de la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa, estudio necesario ya que sin un análisis adecuado no podría plantearse procedimientos que lleven a solucionar la problemática, demostrando así la importancia de la capacitación que las empresas deberían brindar a sus trabajadores y así tener un mejor desarrollo de sus habilidades y destrezas.

Encontramos, así que en la actualidad las MYPE dedicadas al rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao se encuentran afectados ya que no cuentan con un mayor capital el cual lo podría ser invertido en su personal a diferencia de las grandes empresas que si capacitan a su personal constantemente conocen la metodología, permitiéndoles una mayor acogida y donde lo más importante es el cliente.

El presente trabajo de investigación se divide en cuatro partes, cada una de las cuales se describe a continuación, a manera resumida:

En el Capítulo I se presenta la introducción, donde se contextualiza los antecedentes, se desarrolla el planteamiento del problema y qué tipo de problema se aborda, además de los objetivos, preguntas de la investigación, justificación, metodología, variables, contenido y finalidad de cada capítulo.

En el Capítulo II se definen la revisión de la literatura, se desarrollan los antecedentes de la investigación, se estudia y analiza los fundamentos teóricos, científicos, técnicos y tecnológicos sobre la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao, provincia de Castilla, departamento de Arequipa

En el Capítulo III se desarrollan la metodología, el tipo y diseño de investigación, población y muestra, procesos de recolección de datos y el tratamiento de los datos.

En el Capítulo IV se desarrollan los resultados de la investigación, se elaboran las tablas de frecuencias, se interpreta cada uno de las tablas, se realiza los cálculos de impacto de las variables y la correlación de las dimensiones. Finalmente se presentan conclusiones y se plantean algunas recomendaciones que se pueden aplicar y que complementen el trabajo presentado.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Los antecedentes que utilice como guía para esta investigación son los siguientes:

- (Briozzo, 2016) trabajó la investigación que lleva como nombre. Decisiones de financiamiento en pymes: ¿Existen diferencias en función del tamaño y la forma legal? “en donde se analiza si existen características diferenciales entre las pequeñas y medianas empresas tanto en función de su tamaño y de su forma legal. Lo que se estudio fue las decisiones de financiamiento, teniendo como enfoque principal la jerarquía financiera, trade-off y ciclo de vida. La muestra que se tomo fue de empresas radicadas en la ciudad de Bahía Blanca (Argentina), se realizan test no paramétricos y test de independencia sobre las variables. Los resultados muestran que las empresas de mayor tamaño tienen deudas en mayor medida, mientras que las empresas que adoptan formas legales con responsabilidad limitada se diferencian ya que tienen un mayor uso de créditos con garantías reales. Estos resultados señalan la necesidad de diseñar políticas de apoyo focalizadas hacia los distintos segmentos de empresas”
- (Nuñez, Alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador., 2013) trabajó en una investigación que tiene por nombre “Alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (pymes) en Ecuador.” Tiene como objetivo general estudiar a las pequeñas y medianas empresas, y los problemas que tienen para acceder a fuentes de financiamiento que les permitan conseguir recursos para el capital de trabajo y la adquisición de activos fijos, selección de personal, tecnología que facilite

sus procesos y además de aprovechar economías de escala les permita alcanzar estándares de calidad con fines de exportación. Es por ello que el presente trabajo busca introducir al REVNI (Registro de Valores no Inscritos) como una alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas del Ecuador, considerando que es un mecanismo de aclimatación para aquellas empresas que buscan incursionar en el mercado de valores, permitiéndoles obtener recursos a plazos y tasas que estipulan las empresas emisoras de acuerdo a sus posibilidades. Mediante un caso práctico en el cual la Pyme opta por el Revni, se pudo determinar el crecimiento de la empresa y la generación de flujos que le permitieron asegurar la producción de bienes, así como su crecimiento sostenido, encontrando opciones que mediante la banca no hubiera podido acceder.

- (Castillo, 2016) trabajó en una investigación que lleva por nombre: “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016” El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar las características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas – MYPE, rubro boticas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016; esta investigación llevada a cabo fue de naturaleza cuantitativa, no experimental de corte transversal e interpretativo. Para la recopilación de datos se escogió en forma dirigida una muestra de 43 microempresas dedicadas al rubro de las boticas y 59 de sus trabajadores así mismo se incluyó también a 76 clientes; a los que se aplicó un cuestionario conformado de 22 preguntas de formato cerrado en escala nominal y

ordinal. Esta investigación permitió obtener los siguientes resultados: el 35% de las boticas son representadas por personas mayores de 26 años, mientras que el 26% la representan jóvenes de 18 a 25 años; el 60% de los empresarios pertenecen al género masculino; el 84% de los encuestados manifiestan que las MYPE son representadas por profesionales; los encuestados manifiestan que el 81% casi siempre realizan promociones de ventas; además solo el 32% si dispone de indicadores de gestión de manera constante y continua; asimismo el 100% implementaron un programa de capacitación para sus colaboradores y por último también el 100% de los encuestados manifestaron obtener alto volumen de ventas, mayor clientela e incremento de la productividad y rentabilidad luego que su personal fue capacitado. En conclusión; la mayoría de los negocios implementaron programas de capacitación para su personal, lo que ha originado en consecuencia buenos resultados traducidos en un mayor volumen de ventas, por lo que todos manifiestan que la capacitación es un factor de éxito para su competitividad, es por ello que el 80% de las mismas enfoca sus capacitaciones en perfeccionar las técnicas de atención al cliente.

- (Valencia, 2016) presenta la investigación titulada “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE comerciales rubro abarrotes del mercado zonal Santa Rosa Piura al 2016”, estableció como objetivo identificar las características de la capacitación y competitividad en las MYPE comerciales rubro abarrotes del mercado zonal santa rosa – Piura al 2016. Se empleó la metodología de tipo interpretativo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados para el

recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 07 MYPE de una población de 14 trabajadores a quienes se les aplico dos cuestionarios referidos a la capacitación y competitividad de 15 preguntas cerradas cada uno, aplicando la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El nivel de capacitación que se encuentran los trabajadores de las MYPE comercial rubro-abarrotes del mercado zonal santa rosa -Piura al 2016 es bajo (57.1%) y solo un 14.3% ostenta un alto nivel de capacitación.; las principales características de la capacitación del personal de las MYPE comercial rubro abarrotes del mercado zonal Santa Rosa -Piura al 2016. Están das porque la empresa a veces capacita al personal que labora en ella mientras, la escasa capacitación que reciben es para elevar la rentabilidad y productividad; las MYPE comerciales rubro abarrotes del mercado zonal Santa Rosa – Piura al 2016 tiene un nivel de competitividad medio lo que les permite mantenerse en el mercado, aunque como es obvio, si se mejoran diversos factores (estrategias comerciales, por ejemplo) podría mejorar esta situación y obtener un alto nivel competitivo.

- (Quispe, 2016) presenta la investigación titulada “Caracterización de la formalización y competitividad de las Mypes del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa, periodo 2014-2015 “, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa, periodo 2014- 2015. La investigación fue de tipo cuantitativo y descriptivo, para la recolección de la información se consideró a 16

MYPES, las cuales fueron seleccionadas de forma dirigida, de una población de 63 MYPES, que respondieron a un cuestionario de 14 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Con los siguientes resultados: El 100% de las MYPES encuestadas del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa, periodo 2014-2015, son formales, logrando beneficios tales como la obtención de crédito y el aumento de las ventas. En términos de competitividad, el 100% de las MYPES, son competitivas en cuanto a su calidad, el precio de sus productos y servicio al cliente. Por último, las conclusiones son las siguientes: La mayoría de las MYPES del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa son formales y además competitivas.

- (Pacco, 2016) presenta el trabajo de investigación que lleva por nombre “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES, rubro artesanía, distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014 - 2015”. La investigación, tuvo como objetivo general, realizar la descripción de las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro artesanía del Distrito, Provincia y Región Arequipa – Periodo 2014- 2015. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra de 20 MYPES, determinada por la aplicación de la fórmula muestra, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestadas, el 50% son de sexo masculino; el 50% son de formación

secundaria; el 55% de las MYPES tienen una antigüedad con más de tres años; el 40% de las MYPES tienen de 3 a más trabajadores; así mismo se puede notar que el 70% de empresarios han solicitado un crédito. Por otro lado, que el 75% de los empresarios encuestados recibió crédito, mientras que el 40% de empresarios encuestados solicito un monto de S/. 3000.00 a 50000.00 soles, un 55% ha solicitado el monto de 5,000; también se observa que el 40% de empresarios recibió entre 4,000 y 5,000 soles de crédito. El 45% han recibido crédito de una entidad bancaria, mientras que el 55% recibió crédito de una entidad no bancaria. Con respecto a la capacitación el 50% de empresarios manifiestan que si recibieron capacitación referente al negocio; el 45% afirma que ha recibido capacitación más de 3 veces; el 75% de los trabajadores si se capacitan; el 35% de los trabajadores se capacitaron más de tres veces; con respecto a la rentabilidad, el 75% de empresarios indica que la rentabilidad de su negocio ha mejorado en los dos últimos años y por último el 80% de empresarios indica que la capacitación si mejora la rentabilidad de la empresa”.

No se encontraron antecedentes locales

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Capacitación

- “Conceptualiza la capacitación como un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen. La capacitación es una herramienta que posibilita el aprendizaje y por esto contribuye a la corrección de actitudes del personal en el puesto de trabajo” (Jaureguiberry, 2010, p. 50).

- “Comenta que la capacitación se ha dado desde hace muchos años, ya que siempre ha sido necesario contar con destrezas, habilidades y conocimientos para ciertas actividades” (Grados, 2004, p. 60)
- (Siliceo, 2008, p. 58) afirma que la capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores.

2.2.1.1 Fases:

Se presentan 3 fases en la capacitación:

- Transmisión de informaciones y conocimientos:
 - Según (Zattar, 2014) resalta la diferencia entre "información" y "conocimiento" se presentan tipificaciones propuestas por los autores estudiados. Un punto bastante difundido y aplicado es la separación entre el conocimiento tácito y el explícito. Cabe señalar lo que Nonaka y Takeuchi (1997) llaman conocimiento explícito está directamente relacionado con lo que muchos autores llaman información. Así, el conocimiento puede ser Alexandria: Revista de Ciencias de la Información, año VI, n.9, enero-diciembre 2012 18 entendido como una abstracción de lo que se conoce y es a través de él, que se puede dimensionar las habilidades y conocimientos en un campo o actividad en particular. Por otra parte, el conocimiento tiene otras peculiaridades. Si a veces puede llegar a ser imposible para la codificación de ciertos conocimientos, en otros sólo es posible su entendimiento a través de la

observación. Esto es debido a que algunos tipos de conocimiento están vinculados exclusivamente a la práctica y otros a la reflexión. Aunque ambos tipos de conocimiento siempre estén asociados con las formas de conocimiento, la diferenciación de este tipo se hace de la forma en que son adquiridos. El conocimiento tácito, que no puede ser codificado, se podrá acoplar a las actividades experimentales, ya sea por la observación, ya sea por prueba y así sucesivamente. No obstante, el conocimiento explícito, que siempre será codificable, tendrá una relación directa con la posibilidad de un nuevo examen lejos de la práctica, por ejemplo, a través de manuales técnicos, libros, etc. A partir de estas relaciones que se pueden ver la dinámica y la estática del aprendizaje. La asimilación de la información depende de un conocimiento previo de lo que uno quiere entender. Este conocimiento previo permitirá (en su mayoría) que se desarrollen los esquemas mentales de la crítica, trayendo como consecuencia las diferentes formas de aprendizaje y por lo tanto del conocimiento”.

- Desarrollo de habilidades y destrezas:
 - (Tello, 2014) define en su primera edición, que la habilidad motriz se refiere al dominio y control que se tiene de la actividad neuromuscular para realizar actos motores que requieran manipulación y manejo de objetos, Fleishman dice que la habilidad motriz es la eficiencia en una tarea o conjuntos de tareas y para Guthrie se refiere que la habilidad motriz es la capacidad adquirida por aprendizaje. a. La habilidad motriz

es la capacidad o disposición adquirida natural del hombre para la realización de ciertos trabajos con soltura. b. La destreza es la capacidad o disposición adquirida para realizar eficientemente algunos trabajos que requieren mayor nivel de dificultad puesto que incluye habilidades.

- “Da a conocer diferentes características y destrezas que desarrollan los niños y niñas en el proceso de adaptación en el nivel inicial y pre primario” (Bolaños, 2003, p. 24).

- Relación directa con la idea de competencias para dar solución a un problema motor.
- Carácter finalista, son habilidades para desarrollar partes del cuerpo
- Su carácter organizado, no son movimientos cualesquiera, son estructuras de coordinación para la consecución de un objetivo.
- Su necesidad de ser aprendidas al estar sujetas a un proceso de adquisición que se manifiesta en la conducta motriz de nuestro alumno.
- Su carácter de eficiencia, se refiere a la manera de conseguir un objetivo con el menor gasto de energía y con mayor precisión.
- Sus características de flexibilidad y adaptabilidad, lejos de la estereotipia, en la forma de responder a los requerimientos del medio.

- Desarrollo de actitudes:

- (Araujo, 2014) define la actitud es un estado mental que involucra creencias y sentimientos que influyen en nuestro comportamiento y en

las decisiones que tomamos. Una actitud positiva permite a las personas estar en un estado mental muy optimista. Los optimistas tienen la firme creencia que en su vida futura siempre ocurrirán cosas buenas, tal como había ocurrido en su pasado. Una persona con una mentalidad positiva es capaz de describir un acontecimiento negativo como simplemente un incidente y tienen la oportunidad de aprender de sus errores para evitar que estos malos sucesos ocurran en el futuro.

2.2.1.2 Clases:

La capacitación se divide en lo siguiente:

- Capacitación para el trabajo: “Es de carácter colegiado y hace referencia a la enseñanza aprendizaje sobre los conocimientos, capacidades, actitudes y destrezas el cual requiere el individuo a fin de incorporarse al sistema rentable en una ocupación determinada” (Pinto, 1999, p. 63).
- Capacitación promocional: “busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico” (Valencia, 2016, p. 85).
- Capacitación en el trabajo: Se imparte en centros de trabajo y busca el propósito concreto de perfeccionar los conocimientos, habilidades, conductas y destrezas de sus trabajadores para incrementar el desempeño en un cargo o en un espacio de trabajo específico.

Existen tres procesos los cuales se conjugan para conformar un proceso más extenso el entrenamiento, que se refiere al progreso continuo de los diferentes tipos de aprendizaje conseguidos, para su perfeccionamiento e consolidación, Estos son:

- La capacitación en tal ámbito del trabajo está orientado hacia la transmisión acerca de los conocimientos que necesita un trabajador para conocer cómo hacer, para ejecutar eficientemente un puesto sobre un trabajo provocando cambios durante la esfera cognoscitiva del individuo.
- El adiestramiento se encarga del desarrollo de capacidades y destrezas necesarias a fin de poder hacer, afectando fundamentalmente la esfera psicomotriz de las personas.
- La motivación es un concepto asociado a la presentación, ya que se vincula con el querer hacer, ocupándose de los intereses y aspiraciones presentes en la esfera efectiva de los individuos.

Es precisamente al área de entrenamiento a la que se circunscribe el campo de acción del capacitador, sin dejar de lado las relaciones que mantiene con el proceso de educación y con el de formación para contribuir al desarrollo integral del hombre.

(Pinto, 1999) precisa que el entrenamiento efectivo de la fuerza de trabajo debe desarrollarse sobre la base de la educación formal que han recibido los sujetos para identificar lo que saben y no que necesitan saber. Del mismo modo, se deben considerar las costumbres, valores, hábitos y creencias que determinan el comportamiento de las personas dentro y fuera de la empresa, con el objeto de dirigir adecuadamente los procesos de cambio de conducta, evitando enfrentamientos entre la cultura de la empresa y la de los trabajadores.

2.2.1.3 Tipos:

Se dividen en:

2.2.1.3.1 Por su formalidad

Capacitación Informal. Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo, un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos.

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

2.2.1.3.2 Por su naturaleza:

Según (Valencia, 2016) Capacitación de Orientación: para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo, en caso de los colaboradores ingresantes.

- “Capacitación Vestibular: Es un sistema simulado, en el trabajo mismo.
- Capacitación en el Trabajo: práctica en el trabajo.
- Entrenamiento de Aprendices: período formal de aprendizaje de un oficio.
- Entrenamiento Técnico: Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo. - Capacitación de Supervisores: aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño de funciones gerenciales.
- Capacitación de Operarios.
- Capacitación de Obreros Calificados.
- Capacitación de Supervisores.

- Capacitación de Jefes de Línea.
- Capacitación de Gerentes”.

Perspectivas de la Capacitación: Según (Calderón, 2010)

- Es una herramienta de crecimiento de las instituciones de la administración pública.
- Es un factor de identidad para los colaboradores de una institución.
- Es un componente de la dinámica laboral.
- Es un compromiso social.

La capacitación es considerada como un elemento importante para el desarrollo de las empresas y de sus trabajadores proporcionando un bienestar a ambas partes, por lo cual es bien vista y aceptada, porque saben que esta les ayuda en su desenvolvimiento, así como también se ahorran en cuanto a tiempo y esfuerzo, por eso mejoran en su rendimiento y forma de vida.

También es una herramienta utilizada por cualquier empresa en cuanto a que ahorran económicamente porque al detectar cualquier falla, actúan inmediatamente buscando una alternativa como es un curso de capacitación el cual ayuda a ver desde otra perspectiva como mejorar la productividad y la calidad de los servicios o productos ya que es empleada en el momento indicado, trayendo consigo un ahorro, es por esa razón que es muy utilizada.

Por tal motivo la capacitación es una gran opción para el desarrollo y el crecimiento de las empresas, por con siguiente logra una mejor calidad en cuanto al personal que labora y generando mejores opciones de trabajo, por lo que se

extiende la oportunidad de ofrecer una mejor calidad de vida a sus trabajadores, lo cual trae una mejor forma de vida.

2.2.1.4 Competitividad:

“El concepto de competitividad involucra componentes estáticos y dinámicos: aunque la productividad de un país está claramente determinada por la habilidad de sostener sus niveles de ingreso, también es uno de los determinantes centrales de los rendimientos de la inversión, el cual es uno de los factores clave para explicar una economía en crecimiento” (Forum, 2009, p. 91).

Para (Porter, 2009) señala que en el Informe Global de Competitividad define la competitividad como “la capacidad que tiene un país para lograr altas tasas de crecimiento, por lo que es necesario desarrollar un clima económico, político y social que le permita incrementar la productividad de sus factores de producción”.(Déniz, 2008, p. 61) expresa que no es fácil determinar la competitividad de una empresa ya que esta depende de diversos factores uno de ellos es el factor humano la rotación de personal, la falta de capacitación y la contratación de personal deficiente afectan de manera directa a que una MYPE sea competitiva en el mercado”. (Porter, 2009, p. 120, nuestra traducción) “manifiesta que la competitividad se vincula a la capacidad de conseguir el bienestar y por lo tanto está determinada por el nivel de productividad con la que una nación, región o clusters, utilizan sus recursos naturales, humanos y de capital. Medir la competitividad no es fácil, se debe tener en cuenta diversos factores para definirla, analizarla y cuantificarla. Por ejemplo es diferente medir la competitividad de una empresa o de un proceso de producción específico, que medir la competitividad de un país, o del procedimiento de registro de una

propiedad. Una empresa es competitiva en precios cuando tiene la capacidad de ofrecer sus productos a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Sin embargo, en ciertos mercados los precios de productos que compiten entre sí puede variar, y una empresa puede tener la capacidad de colocar un producto a un precio mayor que la competencia debido a factores distintos del precio, como la calidad, la imagen, o la logística. En estos tipos de mercados, si la empresa puede colocar sus productos y obtener una rentabilidad, la empresa es competitiva en otros factores. La competitividad en precios es 29 importante en mercados de bienes y servicios estandarizados, mientras que la competitividad en otros factores es importante en mercados de productos y servicios que pueden ser diferenciados por aspectos como la calidad e innovación.”

Según manifiesta (Uribe, 2010) manifiesta que esta definición se refiere al análisis de la competitividad económica internacional de un país o región económica. Análogamente al concepto de competitividad aplicado a una empresa, la competitividad de un país se refiere a su capacidad de vender productos o servicios en el mercado internacional, en relación a los otros competidores en el mercado. La competitividad de un país estaría determinada por la suma de la competitividad de las firmas de ese país. Los conceptos de ventajas comparativas y ventajas competitivas mencionadas arriba también se aplican al caso de un país. El estudio de los factores que determinan la competitividad nacional es importante debido a que el estado puede influir en la misma mediante su política económica.

2.2.1.4.1 Ventajas Competitivas Y Estrategias Competitivas:

“La ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, que exceda el costo de esa empresa por crearlo” (Torres, 2007, p.61). Una empresa presenta una ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas. El cómo obtener ciertas ventajas se relaciona con la jerarquía de las metas estratégicas, como visión, misión y objetivos estratégicos, como también el análisis interno y externo de la organización. Las decisiones que toman los líderes tienen que ver con la elección de una industria y como competir en ellas y finalmente las acciones para lograr lo anterior.

Según (Torres, 2007) al referirnos a las ventajas competitivas, son muchos los factores en los cuales debemos estar alerta ya que son éstos los que finalmente nos llevará a obtener estas ventajas”. Existen algunos modelos y otros planteamientos sobre este tema, los cuales queremos presentar a continuación. Tal como lo mencionamos anteriormente, Porter mediante su modelo del diamante de la competitividad nos dice que la ventaja competitiva de un país es “su capacidad para incitar a las empresas locales y extranjeras a utilizar el país como plataforma para llevar adelante sus actividades. El modelo hace referencia a las fortalezas y debilidades competitivas de los países y sus principales sectores e industrias. Este modelo posee cuatro caras:

- Existencia de recursos como infraestructura, recursos humanos, información, etc.

- Un sector empresarial que realice inversiones en innovación
- Un mercado local exigente
- La presencia de industrias de apoyo.

En los países en desarrollo la cara más presente es la existencia de recursos, pues principalmente esto es lo que los ayuda a mejorar su competitividad, pero por otra parte tienen falencias porque no reciben apoyo para la inversión o las demás industrias no representan un soporte suficiente para alcanzar niveles más altos y más exigente de competencia tal como lo hacen los países desarrollados.

También podemos definir que “La estrategia competitiva como aquella estrategia que supone una acción ofensiva o defensiva con el fin de crear una posición defendible frente a las cinco fuerzas competitivas, de tal modo que se obtenga un resultado superior al promedio de las empresas competidoras del sector industrial”. La estrategia competitiva implica posicionar a una empresa para maximizar el valor de las capacidades que la distinguen de sus competidores, a la vez el objetivo de cualquier estrategia genérica es “crear valor para los compradores” (Porter, 2009, p. 59), también podemos definir la estrategia competitiva es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector industrial. La estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia en el sector industrial”. Para (Aulakh, 2000, p. 25) y (Baldauf, 2000, p. 39) “el interés principal de estas estrategias genéricas son aspectos de la competencia, tales como la creación y sostenimiento de ventajas distintivas”. En línea con lo anterior, la estrategia elegida por la empresa es una actividad que aporta valor;

por lo tanto, la idea subyacente es buscar una estrategia que favorezca el mantenimiento de la ventaja competitiva e incluso su desarrollo. Son dos las cuestiones importantes que sostienen la elección de la estrategia competitiva. La primera de ellas es el atractivo de los sectores industriales para la utilidad a largo plazo y los factores que lo determinan. No todos los sectores industriales ofrecen iguales oportunidades para un lucro sostenido, y su ganancia inherente es un ingrediente esencial para determinar la utilidad de una empresa. La segunda cuestión central en la competitividad estratégica son los determinantes de una posición competitiva relativa dentro de un sector industrial. (Porter, 2009, p. 65,) “En la mayoría de los sectores industriales, algunas empresas son mucho más lucrativas que otras, sin importar cuál pueda ser la utilidad promedio dentro del sector”. (Chen, 1996, p. 31) algunas investigaciones sobre dinámica competitiva han procurado comprender las estrategias competitivas desde una perspectiva más dinámica, tomando como unidad de análisis una secuencia de acciones competitivas emprendidas por las organizaciones”. En este sentido, las acciones competitivas son definidas como movimientos competitivos específicos iniciados por una empresa direccionada externamente para incrementar su posición competitiva relativa. “Para (Casilda, 1995, p.65) esta dinámica competitiva es la que va a generar las ventajas diferenciadoras de las organizaciones que compiten en los distintos ámbitos del mercado y en los distintos segmentos del mismo, ya que es evidente que se necesita dar una respuesta estratégica al reto competitivo, de forma que le permita afrontar las amenazas y oportunidades del nuevo entorno con garantías de éxito”.

2.2.1.5 Calidad:

Para (Valencia, 2016) la calidad de producto es la capacidad de producir satisfactores (sean bien económico o bienes y servicios) que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios. Por otro lado, también significa realizar correctamente cada paso del proceso de producción para satisfacer a los clientes internos de la organización y evitar satisfactores defectuosos. Su importancia se basa en que la satisfacción del cliente aumenta su fidelidad al producto (en organizaciones mercantiles).

2.2.1.6 Productividad:

Para (Valencia, 2016) la capacidad de producir mayor cantidad de producto de una cierta calidad (sean bienes o servicios) con menos recursos. La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano), así en países industrializados los empleados puede producir en promedio mucha mayor cantidad de bienes gracias a la existencia de maquinaria que mecaniza o automatizan parte de los procesos. En cuanto a los servicios, especialmente los que requieren atención personal directa, la productividad frecuentemente es mucho más difícil de mejorar mediante capital físico o humano. En cambio, históricamente la producción de bienes manufacturados ha sufrido grandes aumentos de productividad gracias a la introducción de bienes de equipo y nuevas tecnologías.

2.2.1.7 Calidad de servicio:

“La calidad del servicio está relacionada con la capacidad de satisfacer a clientes, usuarios o ciudadanos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., logrando altos grados de satisfacción en sus relaciones con la organización o institución proveedora del servicio” (Valencia, 2016, p.104).

“Nos dicen que la mejor manera de empezar un análisis sobre la calidad en el servicio es intentar distinguir primero la calidad en el servicio de la satisfacción del cliente. Tiene dos atributos que deben ser entendidos por los proveedores de servicio para que estos se distingan de sus competidores. El primero es “la calidad la define el cliente, no el proveedor – vendedor” y el segundo es “los clientes evalúan la calidad de servicio comparando sus expectativas con sus percepciones de cómo se efectúa este”. Es un elemento básico de las percepciones del cliente, la calidad de servicio será el elemento dominante en las evaluaciones de los clientes” (ÑAHUIRIMA, 2015, p.86).

2.2.1.8 Imagen:

Según (Valencia, 2016) es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas. Posicionar la marca en la cabeza y gustos del consumidor”.

- Elementos claves para la competitividad:

Para (Valencia, 2016) desarrollar, fomentar y mantener la competitividad en la organización es una importante estrategia para el logro de los objetivos y la visión de la compañía”. Por ello, es importante fomentar, desarrollar y mantener, tanto en la organización como un todo, como en cada uno de los empleados:

- a) Flexibilidad y adaptación a los cambios.
- b) Reflexión y análisis.
- c) Ruptura de paradigmas.
- d) Cambio e Innovación.
- e) Pro actividad.
- f) Restructuración, reorganización y rediseño.
- g) Evaluación y revisión periódica de estrategias, procesos, sistemas.
- h) Control, evaluación y retroalimentación en todos los niveles.
- i) Capacidad de aprendizaje.
- j) Orientación a resultados.
- k) Integración de pensamiento – acción.
- l) Valores compartidos.
- m) Comunicación abierta y fluida.

n) Intercambio de información.

o) Visión global.

p) Trabajo en equipo.

q) Empowerment.

r) Liderazgo efectivo.

s) Oportunidades de desarrollo”

Estos elementos reposan en la adopción de una política y valores acordes con ellos, que permitan su instauración en la cultura organizacional y su mantenimiento; siempre con el carácter flexible y de adaptabilidad que los caracteriza.

2.2.1.9 Flexibilidad y adaptación a los cambios:

Como se ha abordado en ocasiones anteriores, el cambio dentro de las organizaciones es uno de los procesos que se da con más frecuencia, sin embargo, la manera de proceder determinará en gran medida cómo los colaboradores asuman estas modificaciones. Las reacciones pueden ser desde generar resistencia hasta externar un alto deseo por involucrarse y ser parte del cambio.

La adaptabilidad se concibe como la capacidad para asumir los cambios sin que esto altere el alcance objetivo que se han propuesto con antelación. Lo cual está estrechamente vinculado con la capacidad de concebir como válidas perspectivas y situaciones diferentes a las que se está acostumbrado.

“La adaptabilidad a los cambios representa un pilar fundamental para el sano ejercicio del liderazgo dentro de las organizaciones. El líder debe poder transmitir a los colaboradores un mensaje concreto: “los cambios son parte de los procesos de transformación y crecimiento de la organización, y los beneficios se verán directamente reflejados en sus labores diarias” (Cicap, 2017, p.78).

En este sentido, aquellas personas que ejerzan un rol de liderazgo dentro de la organización deben tener un alto grado de adaptación al cambio, para impactar de manera positiva su entorno laboral y generar un proceso natural de adaptación entre los demás colaboradores”.

2.2.1.10 Cambio e Innovación:

La innovación es un objetivo fundamental que debe buscar la alta dirección y que debe contar con el apoyo de toda la organización. Los ejecutivos deben reconocer también la importancia de mantenerse en contacto con los clientes, conocer sus necesidades y expectativas. Una fuerte y adecuada coordinación y comunicación entre las diversas áreas funcionales ayuda a identificar las necesidades de los clientes, convertir ideas en productos nuevos y llevarlos con rapidez al mercado.

Según (Taype, 2012) en la actualidad toda organización debe cambiar para sobrevivir. Nuevos descubrimientos e invenciones reemplazan rápidamente las formas acostumbradas de hacer las cosas. Entonces debemos analizar y orientar la forma en que las organizaciones cambian y los ejecutivos dirigen el proceso de innovación y cambio.

2.2.1.11 Pro actividad:

Según (Soto, 2017) la pro actividad es una actitud en la que una persona asume el control absoluto de su conducta de forma activa. Significa tomar la iniciativa, anticiparse a los hechos, ser responsable por lo que suceda y decidir en cada momento.

Una persona proactiva es capaz de reaccionar ante cualquier circunstancia. Pero ser proactivo no significa ni actuar con rapidez ni de forma desorganizada, no es solo llevarse por los impulsos. Un individuo proactivo no se queja si en el trabajo las cosas no van como espera, sino que trabaja para conseguir los objetivos y genera cambios constructivos en la organización.

Un líder proactivo es una persona con iniciativa, positivismo, empatía, capacidad de motivación y automotivación, comunicación, firmeza, asertividad, cordialidad y educación, capacidad de innovación y creatividad, visión de futuro, responsabilidad de sus actos y otras cualidades positivas. Además, es una persona que hace las cosas bien y da ejemplo. No compete, colabora con los demás para conseguir los objetivos empresariales”.

2.2.1.12 Capacidad de aprendizaje:

Según (Casanellas, 2014) podemos considerar que un estudiante ha adquirido la competencia de capacidad de aprendizaje cuando, desde la conciencia de lo que significa aprender, tiene la autonomía suficiente para gestionar el propio aprendizaje, de manera estratégica y flexible, en función de sus necesidades y sus propósitos.

Tener capacidad de aprendizaje implica:

- Disposición a asumir responsabilidades,
- Voluntad de actuar con criterios propios en los diversos ámbitos de la vida humana con independencia y en colaboración con los demás,
- Capacidad de controlar los procesos cognitivos que intervienen en una autorregulación eficaz del aprendizaje.

Responsabilidad, autonomía y autorregulación son, pues, conceptos inherentes a la capacidad de aprendizaje. La total autonomía de aprendizaje es un objetivo difícil de conseguir, se debe tener en cuenta que hay diferentes grados, que se van alcanzando progresivamente, y que su desarrollo requiere una reflexión consciente sobre el proceso de aprendizaje y lo que éste conlleva. Esta reflexión debe servir de base para tomar decisiones sobre el mejor camino a seguir. La capacidad de aprendizaje incorpora algunas destrezas instrumentales, tales como capacidad de análisis, reflexión crítica, búsqueda de información relevante, capacidad de solucionar problemas o toma de decisiones. También se relaciona con actitudes, valores y otras competencias interpersonales, entre otros, responsabilidad y compromiso, madurez personal, flexibilidad, predisposición a adaptarse al entorno, y capacidad de comunicarse con los demás.

2.2.1.13 Liderazgo efectivo:

“El liderazgo efectivo es simplemente aquél que logra resultados. Aquél que se ve y no del cual se habla. Un líder efectivo, pone por encima de su deseo por obtener reconocimiento, la necesidad de triunfar y alcanzar el éxito tanto para sí mismo, como para los demás. (Celis, 2018, p.72).

No es posible ser un líder efectivo sin querer buscar el bien del grupo antes que el bien propio. Los “líderes” que piensan en su propio bienestar, son líderes por imposición y no por mérito. Es importante destacar que un líder no es más que una persona que sabe tomar el control de una situación para convertirla en algo mucho mejor. Y dicho control, puede incluir dirigir o motivar a otras personas para que actúen y también mejoren su posición actual. Por ejemplo, la labor de un líder militar en una guerra, puede ser tomar decisiones con base en sus tácticas y conocimientos para evitar la muerte y buscar conquistar al enemigo.

Es claro que el liderazgo supone una gran responsabilidad, con lo anterior no podría ser menos cierto, pues obedecer una orden errada por parte de un líder inepto, puede simplemente quitarle la vida a muchos. Y, sin embargo, en el mundo empresarial, a pesar de que podríamos no perder la vida, podríamos perder oportunidades de crecimiento, bienestar, calidad de vida y felicidad”.

2.2.1.14 Importancia de la competitividad:

“La competitividad se refiere a la habilidad de una empresa o profesional para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente. Se basa, fundamentalmente, en la creciente y sistemática innovación e incorporación de conocimientos en la organización, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y mantener sus ventajas comparativas. Por esta razón, para lograr el éxito en el mundo competitivo de hoy, las empresas y profesionales están obligados a definir sus estrategias e incorporar, dentro de su proceso administrativo, las herramientas

de gestión que garanticen su materialización. En tal sentido, es de vital importancia el diseño e implementación de un adecuado sistema de gestión y el desarrollo de alternativas innovadoras” (Gomez, 2005, p.244).

2.2.1.15 Habilidad de una empresa para posicionarse:

Según (Fajardo, 2008) a la hora de plasmar el concepto de Posicionamiento, la definición más extendida es la de que Posicionamiento es el lugar que ocupa nuestra marca en la mente del consumidor. Aun siendo un definición bastante ajustada y sencilla, el Posicionamiento tiene un factor que no aparece en esta definición, cual es la competencia. Y tampoco queda muy claro que queremos decir con la palabra lugar.

El Posicionamiento, por tanto, podríamos definirlo como la imagen percibida por los consumidores de mi compañía en relación con la competencia. El primer concepto de importancia es que, efectivamente, el Posicionamiento es una batalla de percepciones entre mi marca y mi compañía y la de los competidores.

Y el segundo concepto de interés, es que, al ser el ámbito de las percepciones, se juega sobre todo en la mente del consumidor. Es por ello que, en el proceso de Posicionamiento, no solo cuentan las acciones que desde la empresa desarrollemos, sino que también dependerá de los públicos de interés que afecten a nuestra comunicación y de las percepciones del consumidor, así como de las acciones desarrolladas por la competencia.

El Posicionamiento así entendido nos lleva a poner en marcha un proceso de análisis tanto interno como externo para conseguir la imagen ideal en la mente

del consumidor frente a la competencia. Una de las dudas que pueden surgir ante esta definición es la diferencia que existe entre imagen y posicionamiento.

La diferencia fundamental es que la imagen es cómo me perciben los consumidores mientras que el posicionamiento es cómo me perciben los consumidores frente a la competencia. Es la competencia el factor que hace que la imagen y el posicionamiento sean diferentes. Mi marca puede compartir factores o atributos de imagen con otras marcas, pero mi posicionamiento en la mente del consumidor siempre será diferente de esas otras marcas.

2.2.1.16 Definir estrategias de una empresa:

Para (Wiki, 2012,) podemos definir la estrategia como la Forma en la que la empresa o institución, en interacción con su entorno, despliega sus principales recursos y esfuerzos para alcanzar sus objetivos.

O también “Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa”.

Por tanto, estrategia es la búsqueda deliberada de un plan de acción que una organización realiza para crear y mantener ventajas competitivas. Se entiende por ventaja competitiva a una característica diferencial que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellas, de manera sostenible en el tiempo.

La estrategia, por lo general, se compone de elementos externos e internos. Los elementos externos se refieren a los medios para hacer que la empresa sea

efectiva y competitiva en el mercado; qué necesidades satisfacer, a qué grupos o segmentos de clientes dirigirse, cómo distinguirse de la competencia, qué productos o servicios ofrecer, cómo defenderse de movimientos competitivos de los rivales, qué acciones tomar en función de las tendencias de la industria, cambios en la economía o movimientos políticos y sociales, etc.

Los elementos internos se refieren a cómo las diferentes piezas que componen la empresa (personas, departamentos, actividades), habrán de organizarse para lograr y mantener esa ventaja competitiva. Una característica diferencial de una empresa en la creación, producción o comercialización del producto o servicio, puede ser tan determinante en la obtención de dicha ventaja como cualquiera de los elementos externos”.

2.3. Marco Conceptual

- **Agrorural**

El Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural – AGRO RURAL, es la unidad ejecutora adscrita al Viceministerio de Desarrollo e Infraestructura Agraria y Riego, que tiene por finalidad promover el desarrollo agrario rural, a través del financiamiento de proyectos de inversión pública en zonas rurales de menor grado de desarrollo económico.

- **Mercado**

El mercado es donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado

no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio.

- **Rentabilidad**

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

- **Comercio**

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles.

- **Formalización**

La formalización representa el uso de normas en una organización. La codificación de los cargos es una medida de la cantidad de normas que definen

las funciones de los ocupantes de los cargos, en tanto que la observancia de las normas es una medida de su empleo. La formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad. Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización. En resumen, la formalización es una técnica organizacional de prescribir como, cuando y quien debe realizar las tareas.

III. METODOLOGÍA

3.1 El tipo de investigación

El tipo de investigación de la presente investigación fue de tipo cuantitativo.

3.2 Nivel de investigación de la Tesis

De acuerdo a la naturaleza del estudio de la investigación, reúne por su nivel las características de un estudio Descriptivo.

3.3 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es no experimental, los diseños no experimentales no son objeto de manipulación para modificar las variables, los fenómenos son analizados en su ambiente natural. La investigación es transversal o transeccional porque la información se obtiene una sola vez.

3.4 Población y muestra

- **Ubicación espacial y temporal**

- a) Ubicación espacial: La ubicación espacial de la investigación se encuentra en el distrito de Aplao Provincia de Castilla departamento de Arequipa.

b) Ubicación Temporal: La investigación se realizó durante el desarrollo del taller de investigación.

- **Universo**

La población está constituida por las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.

- **Unidad de Análisis**

La unidad de análisis comprende a los elementos que serán medidos; dichos elementos pueden ser organizaciones, comunidades, situaciones eventos, entre otros.

En la presente investigación, la unidad de análisis está constituida por los administradores o encargados (tres por cada MYPE) del rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.

- **Población**

Puesto que la población de estudio no es tan considerable se ha visto por conveniente que la muestra sea la misma cantidad de la población (la totalidad de la población). Montero (2011) refiere que, ante el escaso número de sujetos, no será necesario extraer una muestra, se trabajará con el 100% de la población.

A continuación, en la tabla 1 se presenta la relación las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao.

Tabla 1. Relación MYPE

ITEM	RUC	RAZON SOCIAL	N° de encargados y administradores
1	20498569545	AGROPECUARIA EL AGRICULTOR E.I.R.L.	3
2	20454359462	AGROSEMILLERA SAN AGUSTIN E.I.R.L.	3
3	20413398372	AGROSOLUCIONES S.R.L.	3
4	20539411846	AGRO INSUMOS Y SERVICIOS GENERALES C & M S.R.L.	3
5	20602308503	BIOAGRO IMPORT E.I.R.L.	3
6	20272963437	AGROSURPE S.R.LTDA.	3

3.5 Definición y Operacionalización de variables

(Chiavenato, 2004) en su libro define la capacitación como: Un proceso educativo por medio del cual las personas adquieren conocimientos, habilidades y actitudes para el desempeño de sus cargos. Es un proceso educacional porque su fin es la formación y preparación de las personas. Esta orientación eminentemente hacia el desempeño del cargo ya sea actual o futura en la empresa.

Según (Porter, 2009), la competitividad se define por la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. Para comprender la competitividad, el punto de partida son las fuentes subyacentes de prosperidad que posee un país. El nivel de vida de un país se determina por la productividad de su economía, que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de sus recursos humanos, económicos y naturales. La productividad

depende tanto del valor de los productos y servicios de un país –medido por los precios que se pagan por ellos en los mercados libres– como por la eficiencia con la que pueden producirse. La productividad también depende de la capacidad de una economía para movilizar sus recursos humanos disponibles.

Tabla 2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
CAPACITACIÓN	<p>FASES</p> <p>CLASES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Transmisión de informaciones y conocimientos ➤ Desarrollo de habilidades y destrezas ➤ Desarrollo de Actitudes ➤ Capacitación para el trabajo ➤ Capacitación promocional ➤ Capacitación en el trabajo 	<p>Encuestas Estructuradas</p>	<p>Cuestionario</p>
COMPETITIVIDAD	<p>VENTAJAS COMPETITIVAS Y ESTRATEGIAS COMPETITIVAS</p> <p>ELEMENTOS CLAVES PARA LA COMPETITIVIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Calidad ➤ Productividad ➤ Calidad de servicio ➤ Imagen ➤ Flexibilidad y adaptación a los cambios ➤ Cambio e Innovación ➤ Pro actividad ➤ Capacidad de aprendizaje ➤ Liderazgo efectivo 		
	<p>IMPORTANCIA DE COMPETITIVIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Habilidad de una empresa para posicionarse ➤ Definir estrategias de una empresa 		

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tipo de técnica

El estudio utilizará la técnica: encuesta, que será aplicada al personal de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.

a) Técnica

Para el desarrollo de la investigación se recogerá información exhaustiva a través de técnicas de recolección de datos que utilizaron instrumentos específicos, la cual se detalla a continuación:

Cuestionario: Mediante esta técnica se determinará la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao Provincia de Castilla departamento de Arequipa.

b) Instrumentación

Técnica: Cuestionario

Descripción del instrumento

Los instrumentos para la recolección de la información son cuestionarios estructurados, los cuales nos permiten formular preguntas cerradas para el personal de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.

3.7 Plan de análisis

Descripción de los procesos.

Recolección y utilización de datos.

- a. Realizar un análisis inicial de la situación real que contiene el área de investigación (MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas).
- b. Elaborar los instrumentos necesarios de los análisis de la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas.
- c. Realizar la revisión de los instrumentos con un experto.
- d. Modificar y corregir errores.
- e. Contactar a las fuentes para iniciar el proceso de recopilación de información.
- f. Recopilar información.
- g. Aplicar las encuestas a los administradores o encargados del rubro agro insumos agrícolas.
- h. Detalle de datos recabados.
- i. Una vez obtenidos los datos a través de los instrumentos aplicados se procederá a analizarlos, y conseguir respuestas y teorías para las preguntas de investigación.
- j. Se procederá a codificar: Identificando temas, ideas y esquemas dentro de los datos.
- k. Se procederá a analizar las estadísticas.
- l. Se obtendrá respuestas y se procesará la información.
- m. Se creará una base de datos.

- n. Se elaborará las tablas y las figuras.
- o. Se interpretará la información.
- p. Se obtendrá las conclusiones.
- q. Se elaborará los resultados.

3.8 Matriz de consistencia

Tabla 3. Matriz de consistencia

ENUNCIADO	PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE
<p>¿Cuál es la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa, 2017?</p>	<p>El problema de la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa, 2017 se podría dar debido a la falta de capacitación que las empresas brindan a sus trabajadores ya que por ello no desarrollan sus habilidades y destrezas ni el poder para afrontar la competitividad, debido a que las, MYPE se enfrentan a grandes amenazas ya que estas se ven constantemente amenazadas y afectadas con la llegada de las nuevas organizaciones internacionales.</p>	<p>Objetivo general</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinar la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa. <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinar la caracterización de las fases de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa. ➤ Determinar la caracterización de las clases de capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa. 	<p>Capacitación</p> <p>Competitividad</p>

-
- Determinar la caracterización de los tipos de capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.
 - Determinar la caracterización de la capacitación y las ventajas competitivas y estrategias competitivas de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.
 - Determinar la caracterización de la capacitación y los elementos claves para la competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.
 - Determinar la caracterización de la capacitación y la importancia de la competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.
-

IV. RESULTADOS

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS SEGÚN OBJETIVOS PLANTEADOS EN LA INVESTIGACIÓN

4.1. Resultados

Tabla 4. ¿Usted desarrolla la transmisión de información y? conocimientos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Algunas veces	4	22,2
	Casi siempre	6	33,3
	Siempre	8	44,4
	Total	18	100,0

Fuente: Según cuestionario pregunta N° 1: ¿Usted desarrolla la transmisión de información y conocimientos?

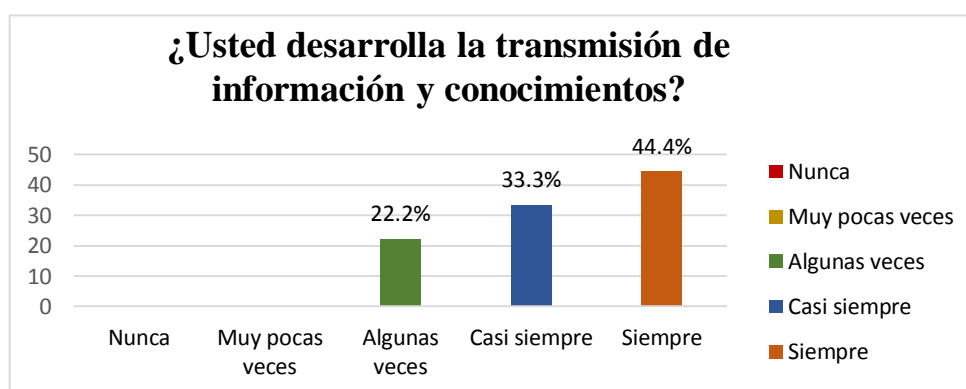


Gráfico 1 ¿Usted desarrolla la transmisión de información y conocimientos?

Fuente: Tabla 4

Interpretación:

En la tabla y figura respecto si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas desarrollan la transmisión de información y conocimientos, se observa que el 44.4% marcó que siempre, el 33.3% respondió casi siempre y el 22.2% marco la opción algunas veces.

Tabla 5. ¿Usted desarrollar sus habilidades y destrezas?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi siempre	8	44,4
	Siempre	10	55,6
	Total	18	100,0

Fuente: Según cuestionario pregunta N° 2 ¿Usted desarrollar sus habilidades y destrezas?

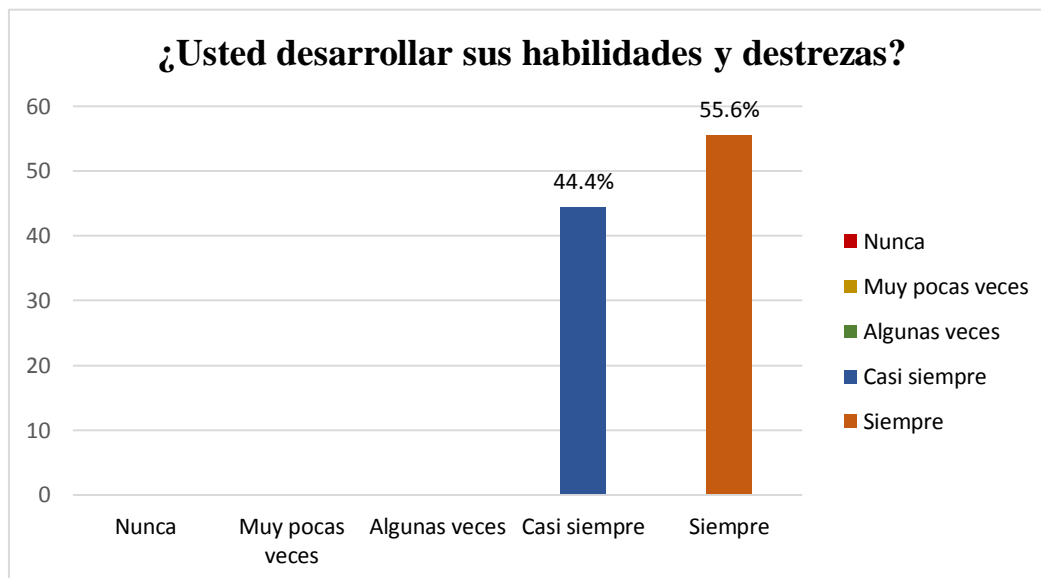


Grafico 2 ¿Usted desarrolla sus habilidades y destrezas?

Fuente: Tabla 5

Interpretación:

En la tabla y figura respecto si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas desarrollan sus habilidades y destrezas, se observa que el 55.6% marcó que siempre, y el 44.4% respondió casi siempre.

Tabla 6. ¿Usted asiste a clases de capacitación para el trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy pocas veces	8	44,4
	Algunas veces	5	27,8
	Casi siempre	5	27,8
	Total	18	100,0

Fuente: Según cuestionario pregunta N° 3 ¿Usted asiste a las clases de capacitación para el trabajo?

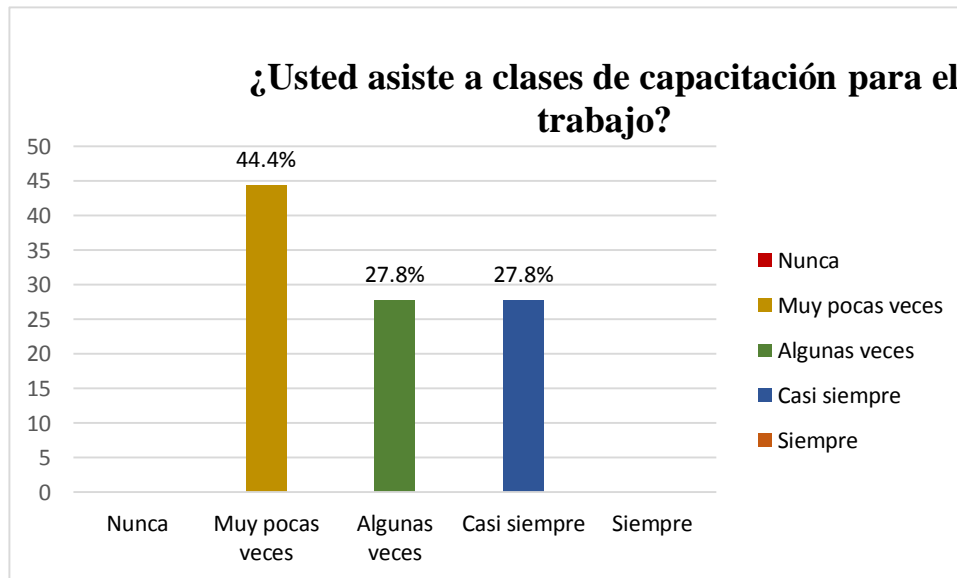


Grafico 3. ¿Usted asiste a clases de capacitación para el trabajo?

Fuente: Tabla 6

Interpretación:

En la tabla y figura respecto si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas desarrollan sus habilidades y destrezas, se observa en las siguientes encuestas que el 44.4% marcó que muy pocas veces desarrollan sus habilidades y destrezas, el 27.8% respondió algunas veces y casi siempre.

Tabla 7. ¿Usted asiste a clases de capacitación promocional?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy pocas veces	4	22,2
	Algunas veces	5	27,8
	Casi siempre	6	33,3
	Siempre	3	16,7
	Total	18	100,0

Fuente: Según cuestionario pregunta N° 7 ¿Usted asiste a clases de capacitación promocional?

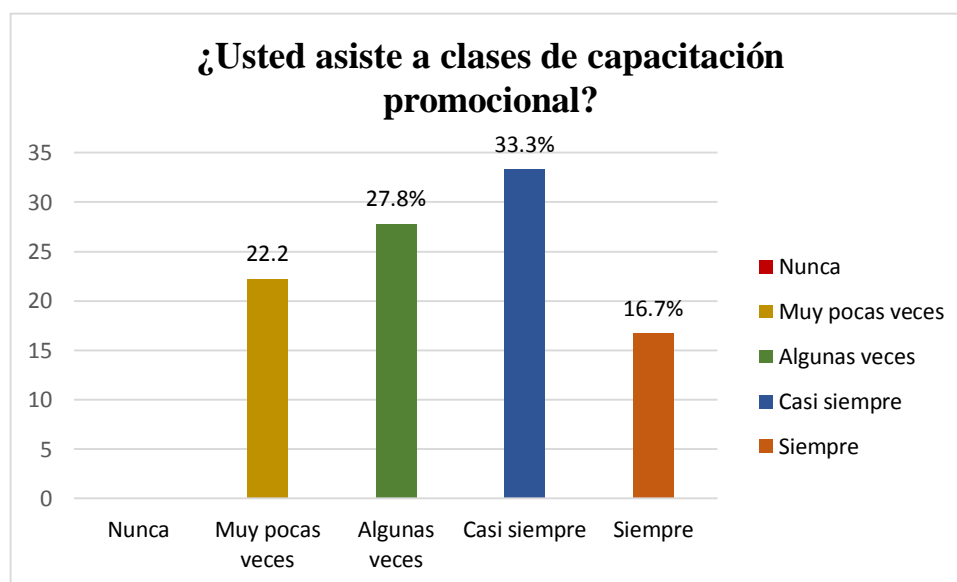


Grafico 4 ¿Usted asiste a clases de capacitación promocional?

Fuente: Tabla 7

Interpretación:

En la tabla y figura respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas asisten a clases de capacitación promocional, se observa en las siguientes encuestas que el 33.3% marcó casi siempre asisten a dichas capacitaciones, el 27.8% respondió algunas veces, el 22.2% muy pocas veces y el 16.7% siempre.

Tabla 8 ¿Usted asiste a clases de capacitación en el trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Algunas veces	5	27,8
	Casi siempre	7	38,9
	Siempre	6	33,3
	Total	18	100,0

Fuente Según cuestionario pregunta N° 5 ¿Usted asiste a clases de capacitación en el trabajo?

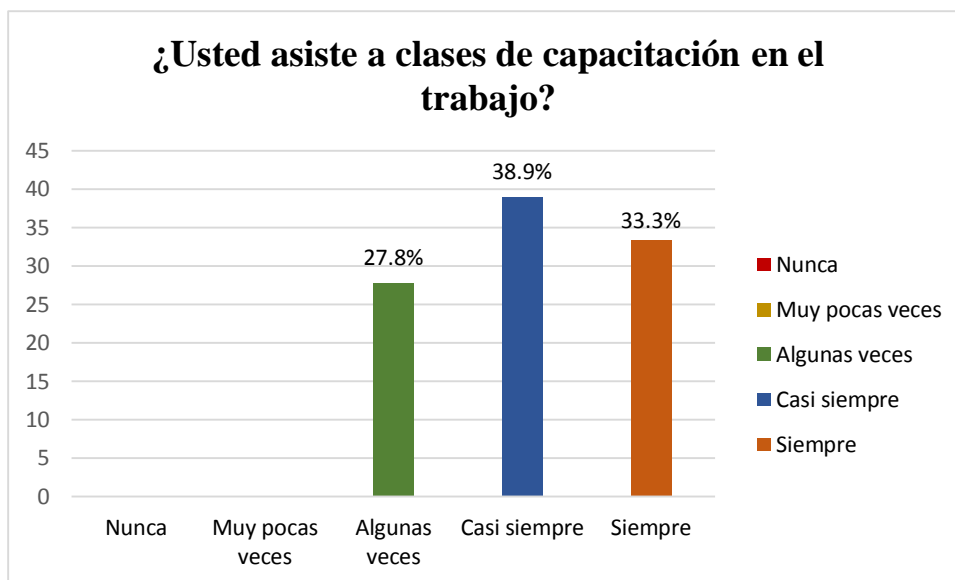


Grafico 5 ¿Usted asiste a clases de capacitación en el trabajo?

Fuente: Tabla 8

Interpretación:

En la tabla y figura respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas asisten a clases de capacitación en el trabajo, se observa en las siguientes encuestas que el 38.9% marcó casi siempre asisten a dichas capacitaciones, el 33.3% respondió que siempre asiste y el 27.8% algunas veces.

Tabla 9 ¿Usted es flexible y se adapta a los cambios?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi siempre	8	44,4
	Siempre	10	55,6
Total		18	100,0

Fuente: Según cuestionario pregunta N° 6 ¿Usted es flexible y se adapta a los cambios?

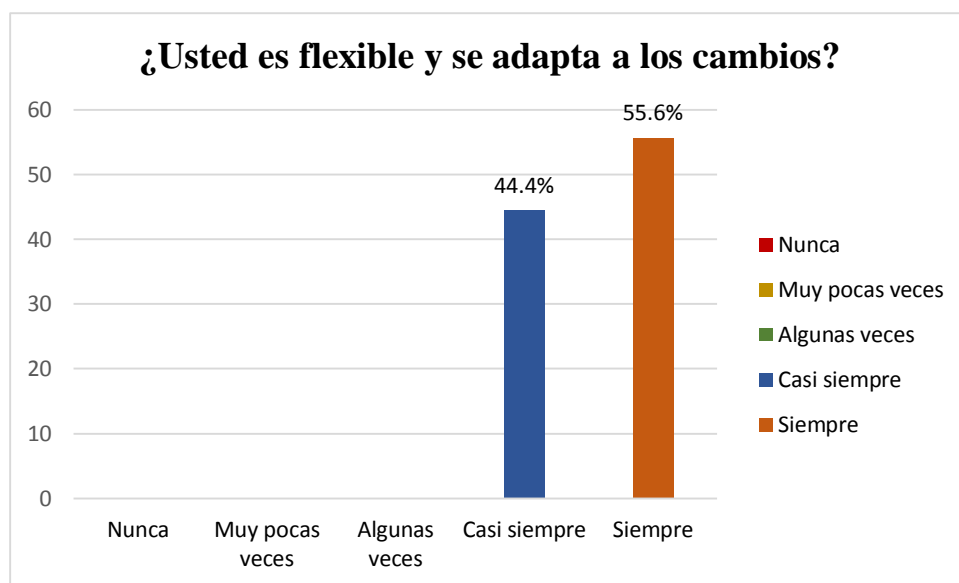


Grafico 6 ¿Usted es flexible y se adapta a los cambios?

Fuente: Tabla 9

Interpretación:

En la tabla y figura respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas son flexibles y se adaptan al cambio, se observa en las siguientes encuestas que el 55.6% marcó que siempre y el 44.4% respondió casi siempre.

Tabla 10 ¿Usted es proactivo?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi siempre	5	27,8
	Siempre	13	72,2
	Total	18	100,0

Fuente: Según cuestionario pregunta N° 7 ¿Usted es proactivo?

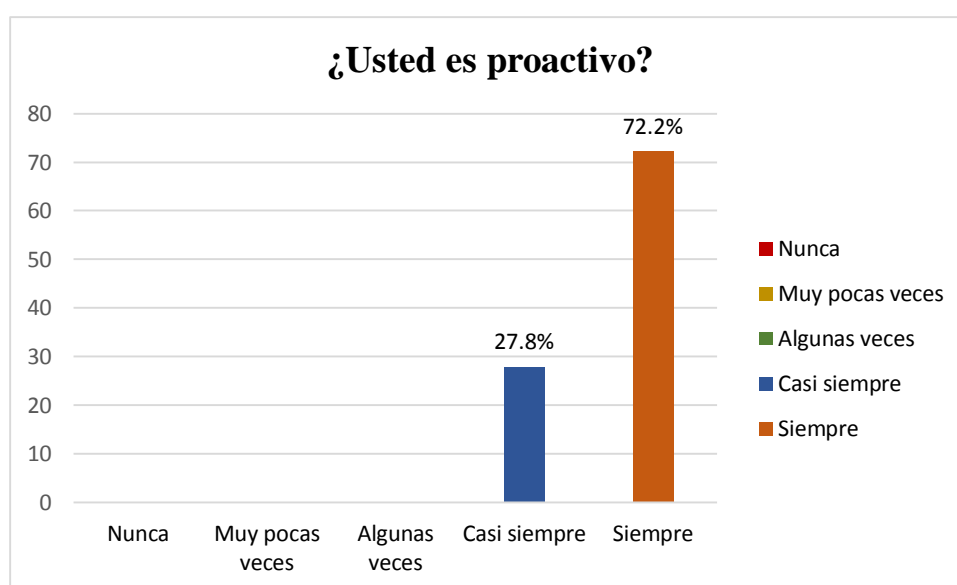


Grafico 7 ¿Usted es proactivo?

Fuente: Tabla 10

Interpretación:

En la tabla y figura respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas son proactivos, se observa en las siguientes encuestas que el 72.2% marcó que siempre lo son y el 27.8% respondió casi siempre.

Tabla 11. ¿Usted presenta un liderazgo efectivo?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi siempre	4	22,2

Siempre	14	77,8
Total	18	100,0

Fuente: Según cuestionario pregunta N° 11 ¿Usted presenta un liderazgo efectivo?

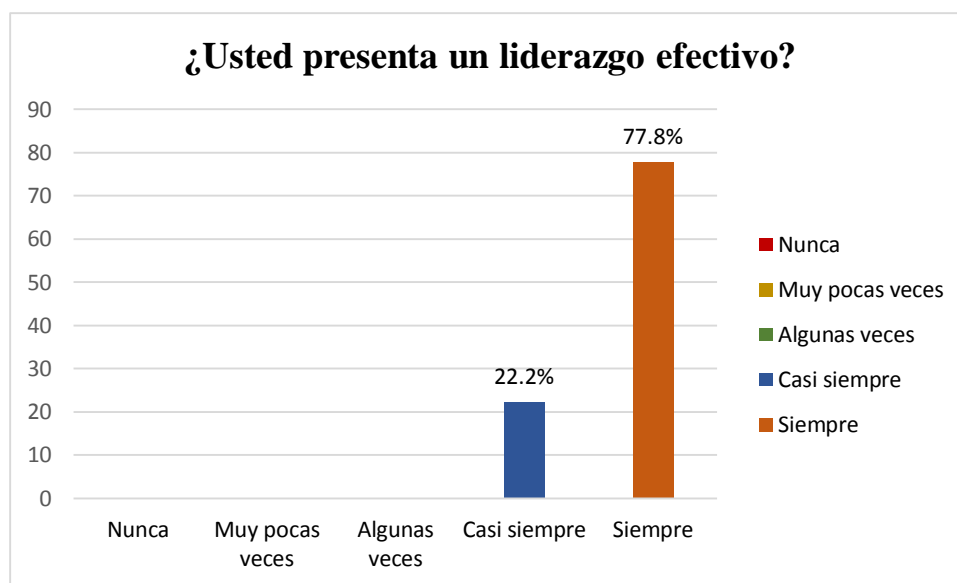


Grafico 8 ¿Usted presenta un liderazgo efectivo?

Fuente: Tabla 11

Interpretación:

En la tabla y figura respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas presentan un liderazgo efectivo, se observa en las siguientes encuestas que el 77.8% marcó que siempre son líderes efectivos y el 22.2% respondió que casi siempre lo son.

Tabla 12 ¿Usted presenta la habilidad para definir estrategias para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi siempre	6	33,3
	Siempre	12	66,7

Total	18	100,0
--------------	----	-------

Fuente: Según cuestionario pregunta N° 12 ¿Usted presenta la habilidad para definir estrategias para la empresa?

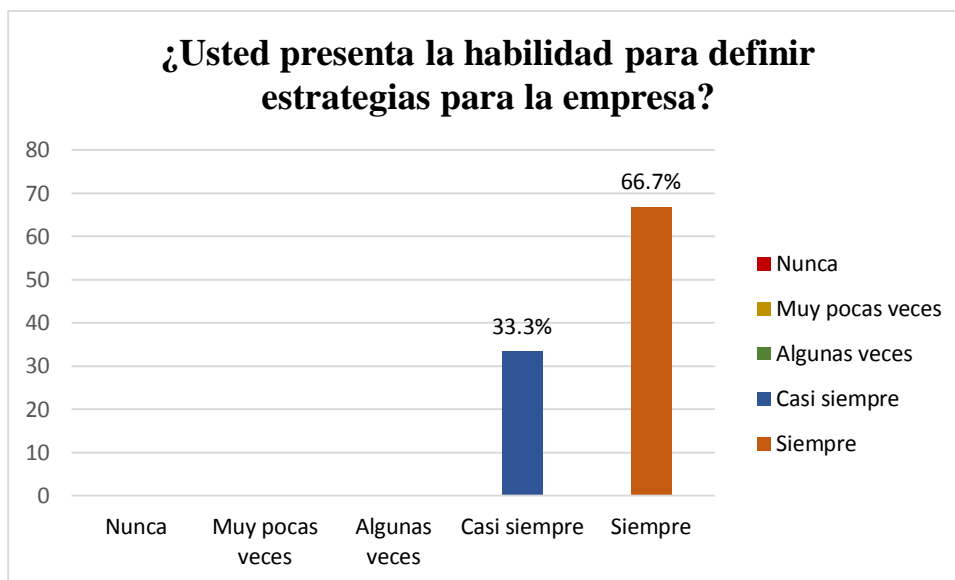


Grafico 9 ¿Usted presenta la habilidad para definir estrategias para la empresa?

Fuente: Tabla 12

Interpretación:

En la tabla y figura respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas presentan las habilidades para definir estrategias para la empresa, se observa en las siguientes encuestas que el 66.7% marcó que siempre presentan habilidades para definir estrategias y el 22.2% respondió que casi siempre presentan dichas habilidades.

4.2 Discusión de resultados

“Determinar la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa.”

En los últimos tiempos las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del rubro agro insumos agrícolas han empezado a empujar las economías de los principales países del mundo y el Perú no es la excepción. En la presente investigación los resultados obtenidos se analizaron en función a los objetivos y las respectivas dimensiones e indicadores de las variables: capacitación y competitividad

En lo que se refiere a la variable capacitación esta se ha definido como el proceso educacional por medio del cual las personas adquieren diferentes conocimientos, agudizan sus habilidades y actitudes lo cual se refleja en el buen desempeño de los cargos (Chiavenato, 2006).

CAPACITACIÓN

Según los resultados se observa en las tablas y figuras respecto si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas desarrollan la transmisión de información y conocimientos y también sus habilidades y destrezas se observa que un promedio de 50% lo hacen siempre.

Sobre si asisten a clases de capacitación en el trabajo, se observa en las siguientes encuestas que el 44.4% marcó muy pocas veces

Respecto si asisten a clases, capacitaciones promocionales o en el trabajo un promedio de 36.3% marco casi siempre su asistencia a dichas capacitaciones

Según lo mencionado anteriormente se debe realizar capacitaciones en base a necesidades concretas y específicas que le den un valor agregado al trabajador, ya que la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en beneficios para la empresa.

COMPETITIVIDAD

Según, (Gomez, 2005), la competitividad se refiere a la habilidad de una empresa o profesional para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente.

Aquí identificamos lo mencionado por los administradores o encargados.

Los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas la competitividad que ellos presentan si son flexibles y se adaptan al cambio, si son proactivos, si presentan un liderazgo afectivo y desarrollan sus habilidades para definir estrategias se observa como resultado promedio 68.07% que marcaron siempre

Respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas son proactivos, se observa en las siguientes encuestas que el 72.2% marcó que siempre

Respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas presentan un liderazgo efectivo, se observa en las siguientes encuestas que el 77.8% marcó que siempre son líderes efectivos

Respecto a si los administradores o encargados de las MYPE del rubro agro insumos agrícolas presentan las habilidades para definir estrategias para la empresa, se observa en las siguientes encuestas que el 66.7% marcó que siempre siendo un resultado regular positivo pero que con ayuda de capacitaciones se podría explotar más la competitividad de los trabajadores.

Comparando, (Nuñez, Alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador., 2013) que trabajó en una investigación que tiene por

nombre “Alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (pymes) en Ecuador.”, con nuestras interpretaciones, podemos llegar a la conclusión de que mientras la empresa, sea más grande, los créditos de préstamos son mayormente elevados y por ende la incertidumbre en el ganar o perder, es más alta; en cambio, sí son microempresas, o pequeñas empresas, las ganancias son menores, pero el avance es mucho más seguro y los préstamos crediticios son menores.

Si comparamos (Briozzo, 2016) que trabajó la investigación que lleva como nombre “Decisiones de financiamiento en pymes: ¿Existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?” en donde se analiza si existen características diferenciales entre las pequeñas y medianas empresas tanto en función de su tamaño y de su forma legal; con la accesibilidad que se pueda tener o no como pequeña o mediana empresa, la que mayor resalte será, la que tenga mejores habilidades para desarrollarse, posicionarse y sobreponerse en el mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer prósperamente.

V. CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

1. Se concluye que la caracterización de las fases de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa , se observa que el 44, 4 % de los encuestados indicaron muy pocas veces asisten a clases de capacitación por lo que vemos que hay una gran incidencia en este análisis realizado; se recomienda que los trabajadores deben asistir a sus capacitaciones continuas dando especial importancia a los temas de competitividad pudiendo así definir estrategias para la empresa.

Por otra parte el 36, 3 %, indica que casi siempre asiste a las capacitaciones promocionales o en el trabajo, por lo cual hay una gran incidencia ya que se debería llegar al 100% dado a que son capacitaciones programadas y gratuitas además se recomienda que el gobierno local, el instituto superior técnico castilla y las empresas privadas, enfoquen su importancia en reforzar los conocimientos acerca de los temas de la competitividad de las MYPE Comerciales, para que los Micro empresarios puedan enfrentar en el futuro siendo más competitivos

2. Se concluye que la caracterización de la capacitación y las ventajas competitivas y estrategias competitivas de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa. El 72.2 % de los encuestados indican que siempre son proactivos

en el trabajo; además se hace la recomendación, que el gobierno local el instituto técnico agropecuario de castilla y empresas dedicadas al desarrollo y promoción de las MYPE hagan alianzas estratégicas con otras instituciones privadas (laboratorios) y así poder beneficiar mediante la capacitación a los administradores o encargados de las MYPE.

3. De acuerdo a la caracterización de la capacitación y los elementos claves para la competitividad de las MYPE comerciales rubro agro insumos agrícolas del distrito de Aplao provincia de Castilla departamento de Arequipa, el 77,8 % de los encuestados consideran que siempre llevan un liderazgo efectivo. Entonces para que las MYPE logren tener una alta competitividad deben atenderse las necesidades de desarrollo de las capacidades del elemento más importante el personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Z (2014). (. (s.f.). La información, el conocimiento y el aprendizaje en la innovación”. Rio de Janeiro.
- Aulakh. (2000). Export strategies and performance of firms from emerging economies: evidence from Brazil, Chile and Mexico.
- Baldauf. (2000). Examining determinants of export performance in small open economies.
- Balladares, S. . (2017). planeamiento estratégico de la corporación financiera de desarrollo. Surco.
- Böhrt. (2000). “Capacitación y desarrollo de los recursos humanos”. La paz.: reflexiones integradoras.
- Bolaños. (2003). Manual para padres y educadores con enfoque . Mexico: Limusa.
- Briozzo. (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿Existen diferencias en función del tamaño y la forma legal? Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592315000790>
- Casanellas. (2014). ” Indicaciones dirigidas al alumnado para adquirir la competencia en el grado de gestión y administración pública1 “. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/58466/1/Capacidad%20de%20aprendizaje%20-%20Protocolo%20profesores.pdf>
- Casilda. (1995). Evolución y estrategias competitivas de la Banca española.
- Castillo. (2016). Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1057>
- Castro. (2010). “las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresa” . . España.
- Celis. (2018). Obtenido de <https://www.sebascelis.com/liderazgo-efectivo/>
- Chen. (1996). Competitor analysis and interfirm rivalry: Toward a theoretical Integration.
- Chiavenato. (2004). Introduccion a la teoria general de la administracion .
- Cicap. (2017). Adaptación al cambio: Una competencia necesaria para crecer profesionalmente. Obtenido de <http://www.cicap.ucr.ac.cr/web/adaptacion-al-cambio-una-competencia-necesaria-crecer-profesionalmente/>
- Fajardo, O. (2008). El concepto de Posicionamiento en las empresas y estrategias para su desarrollo. Obtenido de <https://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>

- Flores. (2014). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/251195554/El-Mundo-Avanza-a-Una-Velocidad-Acelerada-Hacia-La-Globalizacion-de-La-Economia>
- Forum, W. E. (2009). The Global Competitiveness Index.
- Gomez. (2005). Competitividad después de la devaluación. Mexico.
- Grados. (2004). Capacitación y desarrollo de personal. Mexico: Trillas.
- Jaureguiberry. (2010). ¿Que es la capacitación? . Obtenido de <http://www.fio.unicen.edu.ar/usuario/segumar/Laura/material/Que%20es%20la%20>
- Manrique. (2016). Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1049/capacitacion_competitividad_manrique_valencia_leandro.pdf
- Manrique. (2016). "Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE comerciales rubro abarrotes del mercado zonal santa rosa ,Piura al 2016 “. Piura.
- Núñez. (2013). alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10316>
- Núñez. (2013). Alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10316>
- Ñahuirima. (2015). “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, ” . Andahuaylas.
- ÑAHUIRIMA. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de andahuaylas, provincia de andahuaylas, región apurímac, 2015. Obtenido de http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pacco. (2016). Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las mypes, rubro artesanía, distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014 - 2015. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/469>
- Porter. (2009). Conceptualización y Antecedentes Teóricos. Obtenido de http://www.konradlorenz.edu.co/images/stories/suma_negocios/Vo11_No.2/6_Competitividad.pdf
- Quispe. (2016). Caracterización de la formalización y competitividad de las Mypes del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa, periodo 2014-2015. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1214>

- Roman. (2016). “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro pizzería en el centro de Piura, año 2016 . Piura.
- Siliceo. (2008). Capacitación y desarrollo de personal. Obtenido de <http://148.204.210.201/tesis/433.pdf>
- Soto. (2017). ¿Qué es ser proactivo en el trabajo? Obtenido de http://csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=
- Taype. (2012). Innovación y cambio en las organizaciones. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos105/innovacion-y-cambio-organizaciones/innovacion-y-cambio-organizaciones.shtml>
- Tello. (2014). “desarrollo de habilidades y destrezas de la lecto escritura a través del rincón de comunicación y lenguaje” . Quetzaltenango.
- Torres, V. y. (2007). Ventajas competitivas en empresas multilatinas de origen chileno . Obtenido de http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/torres_d/sources/torres_d.pdf
- Uribe. (2010). Estrategia de capacitación y desarrollo de competencias cognitivas. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1044/competitividad_capacitacion_%20roman_jibaja_maria_jesus.pdf?sequence=1&isallowed=y
- Valencia, M. (2016). Caracterización de la capacitación y competitividad en las mype comerciales rubro abarrotes del mercado zonal santa rosa - Piura al 2016. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1049/capacitacion_competitividad_manrique_valencia_leandro.pdf?sequence=4&isallowed=y
- Vara, H. A. (2010). ¿ Como hacer una tesis en ciencias empresariales? Manual Breve para los tesis de Administracion, Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing. Lima: San Martin de Porres.
- Vega, T. y. (2007). ” Ventajas competitivas en empresas multilatinas de origen chileno” . Santiago de Chile.
- Wiki, E. (2012). Estrategia empresarial. Conceptos en Proyectos de negocio. Obtenido de http://www.eoi.es/wiki/index.php/Estrategia_empresaial._Conceptos_en_Proyectos_de_negocio
- Zattar. (2014). la información, el conocimiento y el aprendizaje en la innovación. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/alexandria/article/view/3920/3894>

ANEXOS

ANEXO 1

DIMENSION	N°	ITEM	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
CAPACITACIÓN	1	¿Usted desarrolla la transmisión de información y conocimientos?	1	2	3	4	5
	2	¿Usted desarrollar sus habilidades y destrezas?	1	2	3	4	5
	3	¿Usted asiste a clases de capacitación para el trabajo?	1	2	3	4	5
	4	¿Usted asiste a clases de capacitación promocional?	1	2	3	4	5
	5	¿Usted asiste a clases de capacitación en el trabajo?	1	2	3	4	5

COMPETITIVIDAD	6	¿Usted es flexible y se adapta a los cambios?	1	2	3	4	5
	7	¿Usted es proactivo?	1	2	3	4	5
	8	¿Usted presenta un liderazgo efectivo?	1	2	3	4	5
	9	¿Usted presenta la habilidad para definir estrategias para la empresa?	1	2	3	4	5



