



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DE SERVICIO
RUBRO CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR,
CENTRO DE PIURA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

JUDITH LILIANA PAZ TEMOCHE

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DE SERVICIO
RUBRO CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR,
CENTRO DE PIURA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

JUDITH LILIANA PAZ TEMOCHE

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño

Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por protegerme durante todo mi camino y darme las fuerzas necesarias para superar cada obstaculo y dificultad a lo largo de mi vida, a mi madre que con su demostracion de una madre ejemplar, trabajadora y muy luchadora me enseñó a perseverar siempre en el cumplimiento de mis objetivos.

A todas la MYPE bajo estudio, por abirme las puertas de sus empresas, por su apoyo incondicional y por brindarme la información necesaria para poder realizar mí proyecto.

DEDICATORIA

Principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado a este momento tan importante en mi formación profesional. A mi hija Alexandrita que es mi motivación más grande para crecer día a día, su afecto y su cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo y de las ganas de buscar lo mejor para ella.

A mi madre por ser un pilar muy importante en mi vida y por demostrarme siempre su cariño y su apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones, a mi Padre por sus palabras de aliento para culminar mi carrera profesional, a mis hermanos Leydi y Gustavo que los amo infinitamente y a todas las personas que sin interés alguno estuvieron a mi lado brindándome su apoyo incondicional.

RESUMEN

La presente investigación titulada Capacitación y competitividad de las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018, tiene por objetivo, Identificar las características que presenta la Capacitación y la Competitividad en las MYPE rubro confecciones. Proviene de las líneas de investigación “Caracterización de la capacitación y la competitividad”. La metodología propuesta para ésta investigación es descriptiva, del nivel cualitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleará como tipo de recojo de datos encuestas a los representantes, trabajadores y clientes, siendo el instrumento más adecuado de medida, el cuestionario estructurado. Según la investigación realizada a las MYPE, bajo estudio casi la mitad emplea capacitaciones del Experto. Se recomienda a las MYPE bajo estudio, que deben evaluar e implementar mejores estrategias competitivas para promover una buena gestión en sus procesos ya que las técnicas que han venido aplicando han sido efectivas pero pueden mejorarse aun más, generando así un impacto positivo tanto en su ambito interno como el externo. La mayor parte de los clientes afirman que las MYPE bajo estudio cumple con sus expectativas, el grado de satisfacción percibida, se da a través de la calidad del servicio, rapidez del servicio, por lo que consideran que si se sienten satisfechos. Se recomienda que siempre deben estar midiendo el grado de satisfacción de sus clientes, ya sea a través de encuestas, por lo que estos datos, les va a permitir identificar sus fallas para poderlas corregir y lograr tener satisfechos a sus clientes.

Palabras clave: Capacitación, Competitividad, Satisfacción del Cliente.

ABSTRACT

This research entitled investigation Training and competitiveness of the MYPE of service title dressmaking of garments, of the center of Piura, year 2017, has for an object, to Identify the characteristics that the Training and the Competitiveness presents in the MYPE title make. It comes from the investigation lines “Characterization of the financing, the training, competitiveness and the profitability of the MYPE”. The methodology proposed for this one investigation is descriptive. There will be used the descriptive investigation of type, of the qualitative level, not experimental design, of cross section. Surveys will be used like type of relame person of information with the representatives and clients, being the instrument most adapted to measure, the structured questionnaire. According to the investigation realized to the MYPE, under study almost the half they use trainings of the Expert. The MYPE is recommended under study, which they must evaluate and implement better competitive strategies for a good quality management, since the skills that have come applying have been effective, generating this way to know its internal and external ambience. Most of the clients affirms that the MYPE under study, the grade of perceived satisfaction, it happens across the quality of the service, rapidity of the service, therefore they consider that if they feel satisfied. It is recommended that they must always be measuring the grade of satisfaction of its clients, be already across surveys, therefore this information, they are going to allow to identify its flaws to be able to correct them and manage to have its satisfied clients.

Keywords: Training, Competitiveness, Customer Satisfaction

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO	vii
INDICE DE TABLAS	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	13
2.1 Antecedentes	13
2.2 Marco Teórico	24
2.2.1 Capacitación	24
2.2.2 Competitividad	31
III HIPÓTESIS.....	50
IV METODOLOGÍA.....	51
4.1 Diseño de la investigación	51
4.2 Población y muestra	53
4.3 Definición y operacionalización de las variables	57
4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	59
4.5 Plan de Análisis	59

4.6 Matriz de Consistencia	60
4.7 Principio Ético	62
V RESULTADOS	63
5.1 Resultados	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	107
ANEXOS	110
Constancias de Validaciones	111
Evidencia del Turnitin	120
Matriz de operacionalización de las variables	121
Matriz de Consistencia	123
Encuesta a Trabajadores	125
Encuesta a Propietarios	127
Encuesta a Clientes	129
Libro de Códigos “T”	130
Libro de Codigos “P”	131
Libro de Códigos “C”	132

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 “Se reciben capacitaciones”</i>	63
<i>Tabla 2 “Mejora de procesos”</i>	63
<i>Tabla 3 “Necesidad de capacitación”</i>	64
<i>Tabla 4 “Capacitación por áreas”</i>	64
<i>Tabla 5 “Conocimientos y habilidades”</i>	65
<i>Tabla 6 “Resultados Positivos”</i>	65
<i>Tabla 7 “Conocimientos y práctica”</i>	66
<i>Tabla 8 “Seguridad en las Actividades”</i>	66
<i>Tabla 9 “Beneficios de la capacitación”</i>	67
<i>Tabla 10 “Mejora Continua”</i>	67
<i>Tabla 11 “Enfrentar Nuevas Necesidades”</i>	68
<i>Tabla 12” Satisfacción laboral”</i>	68
<i>Tabla 13 “Últimas Tendencias”</i>	69
<i>Tabla 14 “Compromiso Empresarial”</i>	69
<i>Tabla 15 “Expositores de calidad”</i>	70
<i>Tabla 16 “Entorno de la capacitación”</i>	70
<i>Tabla 17 “Aprendizaje asimilado”</i>	71
<i>Tabla 18 “Periodo de capacitación”</i>	71
<i>Tabla 19 “Otorga capacitaciones”</i>	72
<i>Tabla 20 “Planificación de procesos”</i>	72
<i>Tabla 21 “Grado de necesidad de la capacitación”</i>	73
<i>Tabla 22 “Capacitación por áreas”</i>	73
<i>Tabla 23 “Resultados positivos”</i>	74
<i>Tabla 24 “Mejora de los procesos”</i>	74
<i>Tabla 25 “Evaluación de los procesos de capacitación”</i>	75

<i>Tabla 26 “Aplicación de los conocimientos”</i>	75
<i>Tabla 27 “Identificación de problemas”</i>	76
<i>Tabla 28 “Procedimientos para brindar la capacitación”</i>	76
<i>Tabla 29 “Mejora continua”</i>	77
<i>Tabla 30 “Tendencias actuales”</i>	77
<i>Tabla 31 “Necesidad de capacitarse”</i>	78
<i>Tabla 32 “ Implementación necesaria”</i>	78
<i>Tabla 33 “ Periodo de capacitación”</i>	79
<i>Tabla 34 “Buena Calidad de los productos”</i>	79
<i>Tabla 35 “Preferencias de los clientes”</i>	80
<i>Tabla 36 “ Uso de tecnología”</i>	80
<i>Tabla 37 “ Buen servicio”</i>	81
<i>Tabla 38 “Seguridad esperada”</i>	81
<i>Tabla 39 “Atención recibida”</i>	82
<i>Tabla 40 “Trato del personal”</i>	82
<i>Tabla 41 “Solucion de dificultad”</i>	83
<i>Tabla 42 “Precio del servicio”</i>	83
<i>Tabla 43 “Implementacion de Tecnologia”</i>	84
<i>Tabla 44 “Nuevas tendecncias”</i>	84
<i>Tabla 45 “Variedad en el servicio”</i>	85
<i>Tabla 46 “Acabado esperado”</i>	85
<i>Tabla 47 “Valor agregado”</i>	86
<i>Tabla 48 “Diferenciación”</i>	86
<i>Tabla 49 “Calidad del servicio”</i>	87
<i>Tabla 50 “Tiempo acordado”</i>	87

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado nacional de confecciones es altamente concurrido puesto que se trata de un sector que por su demanda los niveles de competitividad tienden a extenderse y ampliarse lo que hace mostrarlo como una posibilidad viable de proyección y organización de una empresa.

Así mismo se destaca las amplias posibilidades de favorecer el posicionamiento comercial de cualquier empresa de confecciones. Aunque para ello es importante conocer que el sector de las confecciones se ha visto amenazado desde el ingreso de china al mercado de confección ya que ellos exportan a nuestro país y a varios países del mundo el modelo de ropa y diseño.

Ante la problemática investigada la presente investigación titulada “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018”, pertenece a la línea de investigación asignada por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, denominado caracterización de la capacitación, competitividad y, al campo de disciplina de la promoción de las MYPE.

La presente investigación se encuentra estructurada de la siguiente forma: en el capítulo I, se encuentra la introducción; en el capítulo II, revisión de la literatura; en el capítulo III, hipótesis; en el capítulo IV, metodología; en el capítulo V, resultados y finalmente en el capítulo VI se encuentran las conclusiones. Tiene como objetivo general, Conocer las características de la capacitación y competitividad de las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018 y objetivos específicos, (a) conocer la importancia de la capacitación en las MYPE de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura,

año 2018; (b) Determinar los tipos de capacitación que utilizan las MYPE de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018; (c) Identificar los niveles de competitividad en las MYPE de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018; (d) Describir los elementos de la competitividad en las MYPE de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2017.

Señala García (2015) que la industria de la confección de prendas de vestir en el Perú delimitado específicamente en la ciudad de Piura es una actividad ancestral que a pesar del tiempo no ha podido organizarse ni dimensionarse más allá de una MYPE, por lo que se asume que es un rubro disponible para desarrollarse y poder emprender en este giro de negocio con mejores estrategias de las MYPE ya establecidas.

Las MYPE en estudio al tener una gestión empírica, sin conocimientos científicos su crecimiento ha sido relativamente ínfimo, los problemas que se han identificado son la informalidad o en algunos casos la formalidad parcial, su baja productividad, limitadas capacidades técnicas y gerenciales, el bajo nivel de acumulación de capital, muy poco acceso al financiamiento y un escaso nivel de información de mercados, por lo que se debe insistir al gobierno central en no menospreciar el papel que desempeñan los microempresarios, los cuales tienen un rol preponderante en nuestra economía. Por otro lado, se debe establecer que este progreso se verá estancado si no se promueven medidas a favor del aumento de la productividad (mejor capacitación y educación), de dichos empresarios, de modo tal que puedan convertirse en medianos o grandes empresarios.

García (2015) manifiesta que las empresas de gran envergadura nacional e internacional dedicadas a este rubro pierden las virtudes que las micro y pequeñas empresas poseen: trajes hechos a la medida; la prenda se prueba una o varias veces hasta la total satisfacción del cliente; selección personalizada de materias primas, revisión conjunta de modelos, hasta regateo en el precio, lo que al llegar a un acuerdo se logra la satisfacción del Cliente con lo cual se logra a su vez la fidelización del mismo.

Así mismo señala que esta actividad no ha podido ampliarse más allá de los clientes iniciales, los cuales son mantenidos de generación en generación los propietarios no se han permitido la oportunidad de contar con un asesoramiento que amplíe sus horizontes con expectativas exportadoras, su diversificación en prendas y catálogos, en base a actualizaciones en técnicas de costura, marketing, competitividad.

La presente investigación se justifica ya que gracias a este estudio se ayudará a un grupo de empresas que no tienen conocimiento científico de gestión de sus MYPE, ya que en la actualidad la fabricación de prendas de vestir representa el 10% de todas las MYPE en el País. (SUNAT – PRODUCE. 2013) y el 17% de todo el sector manufacturas, en el Perú las MYPE conforman el grueso del tejido empresarial, dado que, de las empresas existentes en el país, el 98,4% son MYPE. (INEI 2004) lo que nos conlleva a deducir que este rubro se encuentra en proceso de crecimiento dando una gran alternativa de negocio para aquellos empresarios que opten por incursionar en este rubro.

Adicionalmente, se debe considerar el poco tiempo que disponen los empresarios para asistir a los cursos de capacitación. Las debilidades de las MYPE también están asociadas tanto a limitaciones en el equipamiento, como a la capacidad técnica y de gestión. Las empresas operan a escalas reducidas -altos costos unitarios de producción- y tienen dificultades para cumplir con estándares de calidad y plazos de entrega. Asimismo, enfrentan graves restricciones que les impiden desempeñar una serie de funciones aparte de las operativas, como la investigación sobre nuevas técnicas y métodos de producción, el diseño y desarrollo de nuevos productos y la capacitación especializada de su personal.

Esta investigación se sustenta con la finalidad de lograr determinar cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las Mype rubro confecciones del centro de Piura, año 2018. Esta investigación que tiene como variables de estudio la capacitación y competitividad nos sirve para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas, según lo establecido por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Nivel de ambiente externo: Se encuentra el factor político legal según el ministerio de Economía y Finanzas (MEF), constituyó el programa Especial de Apoyo Financiero a la Microempresa y Pequeña Empresa del Banco de la Nación. Así mismo la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú (APEMIPE), se espera que este programa financie a más de 100 mil microempresas y pequeñas empresas en el país.

Las MYPE rubro comercialización de prendas de vestir trabajan con los tres tipos de régimen tributarios los cuales son: El Régimen Único simplificado, El Régimen Especial de Renta y el Régimen General del Impuesto a la Renta. Por lo

mismo que son pequeñas empresas por que van acorde con su capacidad tributaria y tienen un fin lucrativo, es decir generan ganancias.

Con respecto al factor económico, según los estudios económicos del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), en el año 2016 la tasa de inflación anualizada se redujo de un 4.30% desde un 4.47% sin embargo la cifra es superior al rango de meta para el (BCRP), se tiene previsto que para este año 2018 la tasa de inflación termine en el límite superior meta de inflación en un 1 % y 3% en el transcurso del año. La variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor en Piura es de 0.82% en el mes de marzo lo más alto de lo que va del año, provocando el alza de precios afectando la cartera de los consumidores en la región de Piura. (Sánchez, 2016).

En lo que respecta a la metodología a emplear es de caracterización descriptiva, para nuestra investigación y la delimitación estará presente en el centro de Piura; el perfil que caracteriza a la población de las MYPE, las edades de los propietarios oscila entre 35 y 50 años.

Hoy en día se puede apreciar un importante impacto económico que es generado por el sector textil en los ámbitos del empleo, crecimiento PBI y generación de divisas, lo que se ha podido evidenciar en la economía peruana realizadas en las estimaciones hechas sobre la base de los resultados de años anteriores (2015 – 2016) donde se indica que el PBI del Sector Textil y el de Confecciones en su conjunto asciende a unos US\$ 1.800 millones, lo que genera un gran movimiento económico y la posibilidad de innovar en este rubro para que siga creciendo y así los propietarios de las MYPES crezcan a su vez.

Con todo el avance tecnológico del mundo globalizado y competitivo en el que vivimos, se hace notar en el mundo empresarial un gran nivel de competencia el mismo que ya no es sólo a nivel local, sino que se transforma en internacional, las evaluaciones de desempeño y capacitación proporcionan a la empresa recursos humanos altamente calificados, los mismos que se ven obligados a buscar constantemente capacitarse para estar aptos en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo y así estar a la vanguardia en razón a las oportunidades que se presenten.

Se señala que la Capacitación y Desarrollo de Personal son herramientas administrativas que conllevan al talento humano a adquirir conocimientos y habilidades esenciales para desarrollarse con un nivel altamente calificado en los diferentes cargos, proporcionando a la vez una mayor motivación que les permite identificarse y comprometerse al cumplimiento de las metas y objetivos empresariales.

Existen varios tipos de capacitación entre los cuales la capacitación técnica ocupacional en Perú se imparte a través de una red muy dispersa y amplia de instituciones educativas ya sean Institutos, Universidades, Cetpros u otros de nivel educativo superior. De todos los resultados analizados en la presente investigación se ha podido evidenciar que no existe propiamente un sistema de formación para el trabajo en las MYPES, sino más bien un conjunto de modalidades y programas bastante dispersos con alta diferenciación en términos de calidad (Latínes, 2013).

Siempre se ha escuchado que en la economía peruana las MYPE son las mayores generadoras de empleo, además de contribuir con un alto porcentaje del PBI. Sin embargo, también se conoce que es uno de los sectores con menos apoyo

por parte de los gobiernos locales o en si del estado, al identificarse la no existencia de un sistema de capacitación dirigido en todo el ámbito nacional para mejorar la competitividad de la micro y pequeña empresa en el mediano plazo.

Se conoce que las Capacitaciones se han venido utilizando mayormente han sido del experto, sin darle la importancia a aquellas que tienen que impartirse con conocimiento científico, debido a que éstas son recibidas sólo por cumplir con un requisito exigido por los clientes / usuarios ya que ellos acuden a las MYPES que son más competitivas o porque los propietarios lo consideran como parte de un gasto y no como una perspectiva de inversión al largo plazo en pro de su crecimiento. Hoy en día ya las instituciones internacionales utilizan los sistemas de Capacitación y Desarrollo como medios para actualizar a sus empleados y estimularlos a dar lo mejor de sí, ofreciendo un servicio más eficiente y eficaz, mejorando su capacidad competitiva. (Miranda, 2016)

Las MYPE forman parte de sectores dinámicos de la economía peruana pero no están aprovechando el potencial que adquirirían de entrar en el sector formal, ni están consolidándose en el mercado como una fuente competitiva para su crecimiento. (Córdova, 2012)

Se ha podido comprobar que las MYPES surgen por la falta de puestos de trabajo ya que estas personas (que generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar sus propias fuente de ingresos, ya que esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, por las grandes empresas nacionales, tampoco por las inversiones de las grandes empresas internacionales.

En el Perú, las Mypes conforman la mayor parte del giro empresarial; es por ello que, el fortalecimiento de este sector es crítico, y en donde el gobierno debe enfocar mas sus líneas de apoyo para generar una mayor economía ya que el acceso de las Mypes a los mercados de crédito es un factor crucial para el crecimiento de éstas empresas , como también del país, el 99,6% de las empresas que existen en Perú son consideradas pequeñas y medianas MYPES, según información difundida por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2013).

En el Perú existían, a junio de 2013, 1.713.272 empresas, de los cuales el 99,6% son micro, pequeñas y medianas, de acuerdo a los criterios establecidos por las nuevas categorías establecidas en la "Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial", promulgada el 1 de julio de 2013. Esta ley indica que las micro, pequeñas y medianas empresas se establecen según sus niveles de ventas anuales fijados en Unidades Impositivas Tributarias (UIT), cada una equivalente a 3.650 soles (US\$1.303). (INEI, 2013).

De esa manera, son microempresas las que alcanzan ventas anuales hasta por un monto máximo de 150 UIT, son pequeñas empresas las que tienen ventas superiores a este valor y hasta el monto máximo de 1.700 UIT, y son medianas empresas las que alcanzan ventas superiores a 1.700 UIT y hasta 2.300 UIT, lo que nos indica que las MYPES mueven gran parte de la economía Peruana.

Las microempresas y pequeñas empresas (Mypes) son de vital importancia para el crecimiento económico del Perú. Se estima que su aporte al producto bruto interno (PBI) es del 42,1%, y del 77% a la generación de empleo, lo cual con su crecimiento contribuye significativamente en la economía peruana en donde se

debería involucrar mas el apoyo de las instituciones del estado y el ámbito privado en su conjunto (Miranda, 2016).

ESÁN (2014), refiere que se refleja la elevada confianza de estos empresarios es que, según el estudio, el 92% está dentro del rango optimista, dos puntos por encima del nivel registrado en enero del 2014, los empresarios del sector servicios son los más optimistas (61%) y concedores que este sector es un buen apoyo para el crecimiento de la economía Peruana.

Según el ranking mundial elaborado por el World Economic Forum (2010), el Perú ocupa el décimo segundo lugar en competitividad en América Latina, ubicándose en el puesto 82 del ranking mundial en el año 2010. Estas cifras reflejan la necesidad de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de las empresas y contribuir en el crecimiento de su tamaño, para que las micro se conviertan en pequeñas y éstas a su vez en medianas. A pesar de esta necesidad, en nuestro país las acciones referidas a la adopción de estrategias que Mejoren el desarrollo y competitividad de las Mypes, aún se encuentran en la etapa de implementación. Hasta el momento, las acciones del gobierno no reflejan resultados positivos respecto al desarrollo de la competitividad de las Mypes.

Según GEM 2012, en el Perú, el 53% de nuevos emprendimientos (TEA) es por factor oportunidad y dado que el 23% por necesidad, debido a que esto obedece al crecimiento económico y a la mayor capacitación de los nuevos emprendedores; asimismo, los emprendimientos no formales se estarían reduciendo, aunque la mayoría sigue generando empleo informal.

Un grave problema de las MYPE en Perú es que la mayoría son de baja productividad y competitividad, lo que conlleva al atraso tecnológico y poca

capacidad para absorción de nuevas tecnologías; que en su gran mayoría es por la falta de capacitación a los trabajadores / operarios de las MYPES además del bloque hacia el sector servicios y poca vocación exportadora.

En su mayor parte, las MYPES son del tipo tradicional, es decir, basadas en servicios y producción de bienes que no incluyen mayor innovación y nuevas tecnologías. Cada año se incorporan miles de negocios nuevos como restaurantes, lavanderías, calzado u otros servicios, los cuales sin un buen direccionamiento quedan al acecho del fracaso, ya que no cuentan con las herramientas pertinentes para su crecimiento. (Miranda, 2016)

No se observa la creación de MYPE del tipo “transformacional”, basadas en nuevas tecnologías e innovación; que permitan un crecimiento sostenible a largo plazo, que aseguren mayores niveles de ingreso medio y un mayor desarrollo económico social y mejor calidad de vida, de ahí la necesidad de que el Estado y los diferentes actores del sector privado (universidades, emprendedores, industria y los inversionistas) se enfoquen en el desarrollo de emprendimientos de alto impacto, a través de la creación de los denominados Eco Sistema Emprendedor.

De acuerdo al estudio formulado por el Banco Mundial (2009), sobre el Perú, aproximadamente el 83.75% de la reducción de la pobreza fue atribuido al crecimiento económico, mientras que solo el 16.25% restante obedeció al efecto de los programas sociales. Por otra parte, el principal factor que permitió aumentar el gasto en programas sociales en casi 50% respecto al del año 2010, fue el crecimiento económico de la inversión en este sector.

Por lo que se deduce que para continuar disminuyendo la pobreza se requiere seguir con el crecimiento económico, Sin embargo, existen lugares al

interior del país donde no llega el crecimiento económico, debido a su lejanía y difícil acceso a la tecnología y al crédito. En vista de ello, el Estado ha creído conveniente idear una serie de iniciativas tendientes a incluirlos financiera y socialmente. (Vega, 2012).

Por otro lado, se puede precisar que la capacitación es una herramienta fundamental, ya que todo empresario de la micro y pequeña empresa debe ser capacitado para enfrentar con mejores posibilidades de éxito los retos de la competitividad y la globalización que se generan en el sector de la micro empresa, ya que este rubro es un eje importante en la economía se debe dar mayor énfasis para su crecimiento y su sostenibilidad a largo plazo, para ello es de vital importancia poder contar con los conocimientos mínimos de como debe ser su manejo y así evitar la frustración de un emprendedor entusiasta.(Cordova, 2012)

Actualmente las MYPE de la región Piura donde desarrollare la investigación en el rubro de confección de prendas de vestir, presentan una deficiente organización y una escasa capacitación, lo que no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores, estas limitantes en la mayoría de los casos es porque los mismos microempresarios tienen poca valoración a la capacitación y desarrollo empresarial.

La presente investigación se realiza con la finalidad de lograr determinar la influencia que tiene la capacitación en la competitividad en las MYPE de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2017. Además porque permite cumplir con un requisito que la Universidad ha establecido para la obtención del título profesional.

En la actualidad la situación de la capacitación en las MYPE, es preocupante, dado el poco el interés que muestran. La capacitación no se debe dar por cumplir con disposiciones legales, por estar de moda, por pretender obtener alguna certificación, o simplemente por dar capacitación y aparentar que se llevan a cabo programas de formación a los empleados, sin tener la certeza de que realmente sea efectiva dicha capacitación.

Finalmente, el trabajo de investigación se justifica en conformidad a la Ley Universitaria 30220, así mismo porque servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores de la ciudad de Piura y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable 1: Capacitación

Llumipanta (2014) realizó una investigación titulada “Impacto de la capacitación en la frecuencia de errores operativos en personal de servicio al cliente de una operadora telefónica año 2014”, que se presentó en la Universidad San Francisco de Quito, Quito, Ecuador; el tipo de investigación que utilizó fue el método mixto, que mezcla una investigación cuantitativa y cualitativa, cuyas principales herramientas fueron: la encuesta y la entrevista; llegó a las siguientes conclusiones: La capacitación influye de manera positiva en el personal de una organización, la misma que es fundamental para alcanzar conocimientos, habilidades y actitudes que alienten al empleado a mejorar la productividad. La empresa Claro destina tiempo y recursos al transmitir información relevante por medio de correos electrónicos que le permitan al empleado actualizar sus conocimientos sobre cambios en los procesos del sistema informático integral de la compañía, el personal de servicio al cliente debe mantenerse informado y capacitado para mantener buenos niveles de productividad, servicio al cliente y ventas.

Sabia (2013) realizó una investigación titulada “Influencia de la capacitación laboral y la evaluación de desempeño en el Clima Organizacional de hoteles 4 estrellas de Mar del Plata” que se presentó en la Universidad Nacional de Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina; el tipo de investigación que utilizó fue exploratorio transversal, que evaluó la influencia de las prácticas de recursos humanos, cuya principal herramienta fue la entrevista a los responsables del área de Recursos Humanos o jefes de personal; llegando a la principal conclusión :

que los trabajadores conocen cuáles son las expectativas de las tareas que realizan diariamente, y los planes de trabajo que las enmarcan. Así mismo se evidencian escasas posibilidades de innovación, cambio e introducción de nuevos enfoques en las formas de trabajo y en el contexto donde el mismo se desarrolla, conllevado de lo expresado en la percepción negativa que los empleados tienen del espacio físico donde desempeñan su rol. Existe una ausencia de estimulación hacia los empleados para que estos logren plantearse objetivos individuales, puedan tomar sus propias decisiones, y lleguen a ser autosuficientes dentro de la empresa. Esto también se ve expresado en la falta de planificación de las tareas y del planteo de objetivos comunes, lo cual se traduce en un nivel bajo de autorrealización.

Guerra (2010) realizó una investigación titulada “Evaluación de un programa de Capacitación para operarios de una Empresa de Confecciones de Ropa” que se presentó en la Universidad Rafael Landívar, Guatemala, Guatemala; el tipo de investigación que aplicó fue Experimental ya que con la investigación se buscó conocer la relación entre la Capacitación y la productividad de los Operarios, utilizando los instrumentos de: la entrevista, observación y el cronómetro, teniendo como principal conclusión que efectivamente el contar con un programa de capacitación mejora la actitud y desempeño de los operarios, reduciendo el desperdicio, evitando el reproceso y con prendas de mejor calidad, el programa de capacitación provee de operarios altamente calificados a diferencia de los operarios que no recibieron el programa.

Quispe (2017) realizó una investigación titulada “Caracterización del Financiamiento, La Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Confección de Prendas Deportivas del Mercado San José De La Ciudad de Juliaca 2017.” que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Juliaca, Peru; el tipo de investigación que utilizó fue del tipo descriptivo de nivel Cuantitativo teniendo una muestra poblacional de 14 microempresas, utilizando la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario; llegando a la conclusión que las características del rubro confecciones frente a la capacitación son: en su mayoría las MYPES no reciben capacitación para el otorgamiento del préstamo, la mayor parte de MYPES tuvieron un curso de capacitación, Con respecto al personal escasamente ha recibido alguna capacitación, Por lo que recomienda que se debe considerar la capacitación como una inversión muy relevante para su empresa.

Noda (2017) en su investigación titulada “Capacitación y el desempeño laboral de los trabajadores del restaurante de Mar y Piedra de la ciudad de Huánuco 2017”, de la Universidad de Huánuco, el tipo enfoque es cuantitativo, de alcance o nivel descriptivo correlacional, con un diseño no experimental transeccional, concluye que: la capacitación debería ser la prioridad en todas las organizaciones ya que el aprendizaje o la actualización de los conocimientos se aprenden, estos no brotan de la nada, sino que se fomentan dedicando constantemente tiempo, energía y recursos a la capacitación y desarrollo de los empleados”. Asimismo, indica que los trabajadores siempre logran dominar los temas abordados en las capacitaciones, ya que, generan una conducta positiva con relación al desempeño laboral.

Martell (2013) realizó una investigación titulada “Plan de Capacitación para mejorar el Desempeño de los Trabajadores Operativos del Gimnasio “Sport Club” de la Ciudad de Trujillo – 2013”, trabajo presentado en la universidad Privada Antenor Orrego Trujillo, el tipo de investigación fue descriptiva, siendo sus conclusiones: los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación no solo impactan en el ámbito económico, al mejorar la satisfacción del cliente con el desempeño de los trabajadores y fidelizarlos con la empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los clientes. Se ha demostrado que la implementación de un plan de capacitación mejora el desempeño laboral de los trabajadores operativos.

Saba (2018) realizó una investigación titulada “Caracterización Gestión de Calidad y Capacitación en las MYPE Comerciales rubro Confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018.” que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura, Peru; el tipo de investigación que utilizó fue del tipo descriptivo de nivel Cuantitativo; llegando a las siguientes conclusiones: las MYPE rubro confección de ropa para niños emplean la gestión de calidad, la cual es confiable debido a que existe una adaptación de las tendencias a la hora de confeccionar, cuentan con un sistema de seguridad, los tipos de capacitación que se pudo observar en las MYPE son la capacitación de orientación, la capacitación informal; estas ayudan a la empresa que los trabajadores sean capaces de solucionar conflictos que se presenten diariamente en su trabajo, a realizar con eficacia su labor.

Chamba (2013) en su investigación titulada: “caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2013”, que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura; el tipo de investigación fue descriptivo y llegó a las siguientes conclusiones: el 73.33 % recibieron crédito del sistema bancario; han mejorado la rentabilidad de su empresa con el financiamiento y capacitación. El 100 % indica que el desempeño de los trabajadores es bueno después de la capacitación, el 80 % de las MYPE encuestadas considera la capacitación como inversión. Por otro lado el 66.67 % de los trabajadores recibió capacitación y el 100 % de los trabajadores encuestados aplica en la empresa los conocimientos recibidos. De acuerdo a lo investigado debería darse más importancia e invertir en la capacitación ya que mejoraría el nivel de estas empresas generaría mayores ingresos, lo que también repercute en la sociedad porque tendríamos personal capacitado y calificado para desarrollar sus funciones, por ende recurso humano más eficiente.

Adanaque (2013) realizó una investigación titulada:” Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE servicio – rubro hospedaje de Piura”, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote- ULADECH-Piura, el tipo de investigación fue descriptivo, experimental de nivel cualitativa, concluyo: la capacitación de la MYPE promueve el aprendizaje práctico, dinámico y creativo y la persona desarrolla habilidades, destrezas y competencias laborales; ya que los trabajadores tienen contacto directo con los clientes y a mayor capacitación se obtendrá un mejor servicio, por lo que es muy necesario invertir e incentivar las capacitaciones en atención al cliente, ya que son una estrategia para la competitividad en el mercado empresarial.

2.1.2 Variable 2: Competitividad

Magaña (2016) realizó una investigación titulada “La Competitividad de las Agroindustrias del limón en Colima” que se presentó en la Universidad Autónoma de Querétaro, México; el tipo de investigación que empleó fue de tipo descriptivo; llegando a la conclusión :las empresas agroindustriales no están cumpliendo todos sus objetivos en base a la situación actual de la investigación por lo que es necesario generar propuestas concretas y llevarlas a la realidad en función de los factores :desempeño económico, eficiencia gubernamental, eficiencia en los negocios y la infraestructura. Se tienen ventajas comparativas reveladas en la especialización de producción y exportaciones mientras que se tienen desventajas en la participación del producto. La balanza comercial muestra que existen periodos deficitarios, pero que en los últimos cinco años se muestran exportaciones considerables en comparación a los países que se utilizaron para la comparación.

Botitano (2014) realizó una investigación titulada “Análisis de Estrategias Competitivas: Estudio de las Empresas del Sector Textil y de Confecciones de La Paz” que se presentó en la Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia; el tipo de investigación que utilizó fue del tipo exploratorio y descriptivo, para la recopilación de la información primaria utilizo la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario; llegando a la conclusión que la visión estratégica tradicional de las empresas bolivianas es la de implementación de una estrategia a corto plazo y sobre un segmento determinado como es dirigirme al sector ejecutivo, estudiantil entre otros , así mismo refiere que la elaboración de una estrategia competitiva es una práctica adoptada por diversas empresas con el objetivo principal

de posicionarse mejor en el mercado; de entre los cuales existen muchos caminos a escoger por lo que se debe optar por la diferenciación, sin embargo la implementación de estrategias están muy lejos de ser sencillas y menos aún si se quieren lograr resultados a largo plazo; una estrategia bien establecida es y será el camino lógico para la ventaja competitiva que debería ser efectuada en cualquier sector industrial.

Caresani (2013), en su tesis titulada "Modelos de conductas tecnológicas y su impacto en la competitividad empresarial. El caso de las PYME Industriales argentinas, en la Universidad Politécnica de Valencia en Argentina, tiene como tipo de metodología descriptiva, concluye que en función del grado de desarrollo organizacional alcanzado por las empresas se podrá determinar cuan más favorable se encontrarán a ofrecer un ámbito sinérgico para el desarrollo de conductas de innovación cada vez más balanceadas, que de por cierto impactarán mejor en sus desempeños competitivos tal como se ha comprobado en el presente documento.

Fajardo (2016) realizó una investigación titulada "Caracterización de la competitividad y calidad de las MYPES rubro colegios privados en tumbes, 2016" que se presentó en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; el tipo de investigación que se ha utilizado es descriptivo, de nivel cuantitativo, diseño de la investigación es no experimental; llegando a la conclusión : que 20 colegios privados del nivel secundario que están en operatividad y cumplen con todos los requisitos de ley necesarios ; para esto se ha tomado con una muestra enfocada a los docentes de los colegios secundarios 79 y padres de familia 127. Determina que al hacer empresa, en lo que es Educación se refiere a que debemos ser muy cuidadosos considerando

que todo lo se haga esté direccionado no solo al desarrollo económico de la empresa sino al mejoramiento de la Calidad de enseñanza de las MYPEs en rubro de los colegios privados.

López (2015), presenta la tesis titulada “Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2015”, en la Universidad Católica los Angeles de Chimbote, en dicha investigación se emplea la metodología descriptiva. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y las Micro y pequeñas Empresas, el 67% de las personas encuestadas del sector servicio – rubro hoteles oscilan entre edades de 45 a 65 años, el 50% de las personas encuestadas tienen estudio superior no universitario, el 33% superior universitaria y el 17% secundaria. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas: el 50% de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, tienen de 21 a más trabajadores, el 100% en las micro y pequeñas empresas del servicio – rubro hoteles, tienen de 6 a más años de existencia. Respecto a la competitividad: los empresarios encuestados manifestaron que el 100% toman como punto de partida la gestión en cuanto a la relación directa con los clientes.

Luquillas (2014), presenta su tesis titulada “Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el Distrito de La Victoria” en la Universidad San Martín de Porras de Lima – Perú, en dicha investigación se emplea la metodología no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño es el transeccional, llegando a la conclusión que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de

los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial. La gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero. Un gran número de empresas no cuenta con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la Ley N° 28015. La mayoría de las empresas no cuenta con una apropiada política empresarial, imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras.

Córdova (2016), realizó una investigación titulada “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPES de servicios rubro restaurantes Táchala - Castilla - Piura, 2018” que se presentó en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; el tipo de investigación que se ha utilizado es descriptivo, de nivel cuantitativo, diseño de la investigación es no experimental; llegando a la conclusión : En relación a las técnicas de capacitación que emplean las MYPES de servicio rubro restaurante en Táchala se determinó que aplican las técnicas de proceso para fortalecer el cambio de actitudes del personal, así también la técnica mixta específicamente en la capacitación recibida para mejorar las tareas y además la técnica de la inducción en la capacitación que les dan a los trabajadores que recién ingresan. Las MYPES deben reconocer, mejorar y fortalecer la técnica de capacitación por inducción en el trabajo, además aplicar la capacitación fuera del trabajo.

Flores, Delgado (2014), en su tesis titulada “Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de las MYPE del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado” en la Universidad de Piura de Perú. Tiene un enfoque metodológico en base al análisis cuantitativo, donde el objetivo general fue Presentar lineamientos estratégicos que permitan a las MYPE del sector Artesanal en la región de Piura, hacer frente a las nuevas tendencias del mercado, con el fin de mejorar su nivel de competitividad para su introducción y fortalecimiento a la actividad de exportación, llegando a la conclusión que existen importantes oportunidades de negocio en el campo de la exportación de productos artesanales a diferentes países del mundo.

Por otro lado se hace importante y clave definir el actor del sector que pueda tomar la batuta para impulsar la agrupación y asociatividad de los artesanos locales que permita hacerlos más fuertes y competitivos; las alianzas con los organismos claves son fundamentales; la creación de un fideicomiso con estos fines resulta clave; y si ello es con el auspicio de un organismo financiero multilateral sería mucho más recomendable. Otra importante conclusión para promover el desarrollo del sector artesanal de Piura es que se hace necesario trabajar cuatro grandes ejes que van a permitir el pretendido crecimiento de este importante sector que genera tantos puestos de trabajo para gran parte de nuestra población.

Chang (2005) realizó una investigación titulada “El sector confecciones en la ciudad de Piura: un diagnóstico de competitividad, problemática actual y perspectivas a futuro” que se presentó en la Universidad de Piura, Perú; el tipo de investigación que utilizó fue el método mixto, que mezcla una investigación cuantitativa y cualitativa, cuyas principales herramientas fueron: la encuesta y la entrevista; para identificar las MYPE se tomó información de diferentes bases de datos principalmente de SENATI, IDESI y la Municipalidad de Piura; así como información directa recogida a partir de la realidad. Se aplicó un completo cuestionario a cada uno de las empresas identificadas llegando a las siguientes conclusiones: Las MYPES de la Ciudad de Piura para llegar a un crecimiento Competitivo necesitan reestructurarse, necesariamente deben transitar de una administración familiar a una gestión administrativa acorde con los cambios que se producen en el entorno empresarial competitivo.

Asi mismo refiere que el sector textil y confecciones peruano es considerado como un sector prioritario con ventajas comparativas enormes, es uno de los sectores más competitivos en el mercado internacional; porque tiene gran potencial para ser explotado. Siendo su principal recomendación a la MYPES en estudio la formación de asociaciones lo que permitirá a los confeccionistas que la compra de materia prima, se realice en grandes lotes, con lo cual el costo de la misma se verá disminuido permitiendo mejorar su nivel de competitividad.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Capacitación

Según Hernández (2012), la capacitación es una herramienta para la administración de recursos humanos que consiste en un proceso planificado y organizado que busca mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes de las personas que elaboran dentro de la organización para el crecimiento y el desempeño todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las nuevas circunstancias y exigencias del entorno.

Para Fleitman (2013), la capacitación es un factor estratégico para las organizaciones dirigidas a preparar constantemente a los colaboradores poniendo en marcha programas de capacitación basados en determinar las necesidades de cada persona que puedan ejecutar y desarrollar mejor sus habilidades, destrezas y rendimiento para desempeñar un cargo dentro de las organizaciones.

Por su parte Carrillo (2010), la capacitación se refiere a métodos que utilizan las organizaciones para proporcionar a las personas que laboran en ella las habilidades necesarias para realizar sus trabajos, mediante cursos que los oriente y permita el buen funcionamiento y conseguir un verdadero cambio para seguir prosperando.

2.2.1.2. Características de la capacitación

Según Frigo (2008), todas las actividades de capacitación siguen los criterios operacionales y educacionales. Las principales características de un programa de capacitación por competencias son las que siguen: Las competencias que el personal tendrá que cumplir son cuidadosamente identificadas, verificadas por

expertos locales y de conocimiento público; los criterios de evaluación son derivados del análisis de competencias, sus condiciones explícitamente especificadas y de conocimiento público; la instrucción se dirige al desarrollo de cada competencia y a una evaluación individual por cada competencia; la evaluación toma en cuenta el conocimiento, las actitudes y el desempeño de la competencia como principal fuente de evidencia; La instrucción es individualizada al máximo posible.

Las experiencias de aprendizaje son guiadas por una frecuente retroalimentación; el énfasis es puesto en el logro de resultados concretos; el ritmo de avance de la instrucción es individual y no de tiempo; La instrucción se hace con material didáctico que refleja situaciones de trabajo reales y experiencias en el trabajo.

2.2.1.3. Necesidades de la capacitación

Para Vizacarra (2009), todo empresario tiene la responsabilidad de detectar los problemas provocados por la carencia de capacitación. A él le compete todas las decisiones referentes a la capacitación, bien sea que utilice o no los servicios de asesoría prestados por especialistas en capacitación. Los principales medios utilizados para efectuar el reconocimiento de necesidades de capacitación son:

- Evaluación del desempeño: Mediante ésta, no sólo es posible descubrir a los colaboradores que vienen ejecutando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino averiguar también qué sectores de la empresa reclaman una atención inmediata de capacitación.

- Observación: Verificar dónde hay evidencia de trabajo ineficiente, como daño de equipo, atraso en el cronograma, pérdida excesiva de materia prima, número elevado de problemas disciplinario, alto índice de ausentismo etc.
- Cuestionarios: Investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación que evidencien las necesidades de capacitación.
- Reuniones de Coordinación: Discusiones acerca de asuntos concernientes a objetivos organizacionales, problemas operativos, planes para determinados objetivos y otros asuntos administrativos.
- Modificación del trabajo: Cuando se introduzcan modificaciones parciales o totales en las rutinas de trabajo, es necesario capacitar previamente a los empleados en los nuevos métodos y procesos de trabajo.

2.2.1.4. Tipos de capacitación

Según Rodríguez (2009), existen diferentes tipos de capacitación las mismas que se pueden dar de varias maneras partiendo de aquellas que se imparten fuera del puesto de trabajo y de las que se imparten en el puesto de trabajo como:

- a) Capacitación en el puesto de trabajo: Va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa. Se divide a su vez en:

- Experto – aprendiz: Técnica que se utiliza una relación entre un maestro y un aprendiz. Se desarrolla bajo la guía de un trabajador experto, supervisor o también llamado formador, la cual se da en forma personalizada.
 - Capacitación de pre ingreso. Se hace con fines de selección y busca brindar al nuevo personal los conocimientos, habilidades o destrezas que necesita para el desempeño de su puesto y mayormente es grupal.
 - Capacitación de inducción. Es una serie de actividades que ayudan a integrar al candidato a su puesto, a su grupo, a su jefe y a la empresa en general.
 - Capacitación promocional. Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico como tenemos: Capacitación en el trabajo: Es una serie de acciones en caminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa.
- b) Capacitación Fuera del puesto de trabajo: Va dirigida a los trabajadores que tienen el interés de ampliar sus conocimientos o que por impartimiento específico de la empresa que desea innovar o mejorar sus competencias a través de sus colaboradores, son:

- Estudios de casos: es aquella donde los individuos estudian la información en base proporcionada a un caso específico y toman decisiones basadas en este de manera grupal.
- Conferencias: medio de comunicación de una sola vía en el que un instructor presenta información verbal a un grupo de oyentes.
- Aprendizaje en línea. Se hace uso de las herramientas que ofrece internet. El conocimiento está disponible en cualquier momento, en cualquier parte del mundo y en diferentes idiomas.

2.2.1.5. Beneficios de la capacitación

Para Guevara (2012), La capacitación constituye una de las mejores inversiones en capital humano y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización. Algunos de los beneficios, tanto para la empresa como al propio individuo podemos mencionar:

- a) Beneficios de la capacitación en las empresas:
 - Conduce a rentabilidad más alta y promueve actitudes más positivas.
 - Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
 - Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
 - Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
 - Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- b) Beneficios de la capacitación en el Individuo:
 - Ayuda para la toma de decisiones y solución de problemas.

- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.

2.2.1.6. Importancia de la capacitación

Herramienta importante para mantener motivado al personal y que éste realice sus labores de la mejor manera, es el proporcionar las facilidades para que ellos puedan mantenerse actualizados y poder continuar con su educación (Snyder, 2007).

La capacitación en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional. Por ello las empresas deben encontrar mecanismos que den a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo. Los colaboradores tienen la oportunidad aprender cosas nuevas, actualizar sus conocimientos, relacionarse con otras personas, es otras palabras, satisfacen sus propias necesidades, mediante técnicas y métodos nuevos que ayudan aumentar sus competencias, para desempeñarse con éxito en su puesto, permitiendo a su vez a las organizaciones alcanzar sus metas (Barrios, 2012).

La importancia de la capacitación radica en que ésta:

- contribuye a la organización: conduce a una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales.
- -Mejora al individuo: da lugar a que el trabajador interiorice y ponga en práctica las variables de motivación, realización, crecimiento y progreso.

- Ayuda a las relaciones humanas en el grupo de trabajo: fomenta la cohesión en los grupos de trabajo mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos (Rodríguez 2008).

2.2.1.7. Ventajas de la capacitación

Chiavenato (2009), tenemos las siguientes ventajas:

- Para la Empresa: trabaja más organizada internamente; Conlleva a maximizar los resultados; Fortalece su administración; Mayores niveles de rentabilidad.
- Para el Colaborador: se sienten más a gusto; Da mayor seguridad, evitando accidentes; Posibilita desarrollarse personal y profesionalmente; Mayores habilidades y destrezas para el desempeño.

2.2.1.8. Capacitación como inversión

La organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de sus hombres. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite ver si hay otras tareas de nivel similar que puede realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa.

Otra forma importante en que la organización protege su inversión en recursos humanos es por medio del planeamiento de carrera. Estimula las posibilidades de crecimiento personal de cada colaborador, y permite contar con cuadros de reemplazo (Frigo, 2015).

2.2.2 Competitividad

Villareal (2006), plantea que la competitividad va más allá de la productividad, representa un proceso centrado en: generar y fortalecer las capacidades productivas y organizacionales para enfrentar de manera exitosa los cambios del entorno, transformando las ventajas comparativas en competitivas, dándole sustentabilidad a través del tiempo como condición indispensable para alcanzar niveles de desarrollo elevados.

La competitividad representa un proceso para diferenciarse de una empresa con otra y lograr fortalecer las capacidades productivas y organizacionales, para enfrentar los bruscos cambios del entorno y de las ventajas competitivas obtener sustentabilidad a través del tiempo y alcanzar los niveles más altos de desarrollo.

Que una empresa logre diferenciarse de las demás deberá tener en cuenta los siguientes puntos: costo o precio, calidad, velocidad de entrega, confiabilidad de entrega, afrontar los cambios de la demanda y flexibilidad y velocidad para introducir nuevos productos.

Es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. (Porter, 2010).

Es la capacidad de obtener beneficios (utilidad) en el mercado empresarial en relación a sus competidores. La competitividad depende del valor y la cantidad del producto y que insumos son necesarios para otorgar un producto de calidad a los consumidores finales.

Hernández (2009), se refieren a la competitividad, como el estadio compartido con las mejoras continuas, por el cual deben transitar las empresas en su camino hacia el éxito, en leal y solidaria competencia con otras de su tipo, sobre la base de ofertar productos u/o servicios de elevada calidad, con precios atractivos y plazos de entrega oportunos y confiables, que le permitan de manera creciente ganar la confianza de sus clientes, tanto nacionales como extranjeros, garantía para lograr ventajas competitivas de sus productos u/o servicios en otros mercados.

Porter (2008), la Competitividad surge de la productividad por lo que las empresas emplean sus factores para producir productos y servicios valiosos. Competitividad es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios y más allá de los precios se combinan para formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es entonces el mercado. (European Management Forum, 2000).

Bisang y Gutman (2005), al realizar un estudio en los países integrantes del MERCOSUR mencionan que estos países son competitivos en su agroindustria debido a que presentan un fuerte dinamismo, convirtiéndose en ejes de acumulación y crecimiento económico. La expansión productiva y mayores niveles de competitividad estuvieron sustentados por la organización de estas producciones en tramas o complejos productivos con mínima adaptación local y un paquete tecnológico de origen externo.

Requier-Desjardins (2006), establece que uno de los objetivos primordiales de un análisis sistémico es favorecer entre los actores el “win-win” (ganar-ganar), asegurando que el sistema se fortalezca e incremente su competitividad, además de ser un modelo de desarrollo regional justo.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE 2009), mencionan como elemento primordial para la competitividad que una empresa presente costos bajos y precios de venta inferiores a los de la competencia, tal situación asegura la permanencia en los mercados tanto locales como internacionales. Para que se den los costos bajos las empresas deben maximizar sus ventajas comparativas y competitivas.

2.2.2.2 Características de la Competitividad

Según Carvajal (2016), define las siguientes características:

- **Innovación constante**

En un mundo que va a toda prisa, la innovación es un factor primordial para la competitividad, el constante cambio ayuda a mantener al cliente expectante. No necesariamente hay que lanzar un nuevo producto o servicio, se pueden generar nuevas

características, nuevas funciones, utilidades o beneficios. Puede pedir a los empleados que generen ideas para mejorar cualquier faceta del negocio.

"El camino que debe seguir toda empresa que tenga una posición de líder de mercado, es realizar una continua innovación" Philip Kotler, padre del marketing moderno.

– **Liderazgo**

No solo los productos o servicios que ofrece la empresa deben ser los mejores, se debe buscar que dentro de la misma exista una relación horizontal. Un líder debe garantizar el bienestar del otro. La estimulación es importante, al igual que trazar metas alcanzables y establecer responsabilidades que potencialicen el talento de cada uno de los empleados. La integridad, la confianza, tomar la iniciativa y la autoridad reconocida como compromiso servirán de inspiración y responsabilidad, lo que puede garantizar un trabajo realizado con el optimismo de ser el mejor.

– **Uso de Internet y las nuevas tecnologías**

El Internet se ha convertido en algo indispensable en los últimos años. Ha jugado un papel importante en los cambios sociales, culturales, y hasta económicos. Hacer buen uso de estas herramientas puede garantizar la expansión y crecimiento de una empresa y una mayor integración entre la producción, proveedores y clientes.

Investigar y hacer uso del comercio electrónico, aplicaciones y el marketing digital produce un impacto adicional, que genera recordación e identificación con la marca. El siguiente punto le explicara mejor estos aspectos.

– **Comunicación y marketing**

La comunicación es un punto clave para el crecimiento de las empresas, su gestión a través de la red supone la posibilidad de mejorar la relación cliente-marca a todo nivel. Las compañías que no potencializan su comunicación están perdiendo grandes oportunidades de crecimiento y posicionamiento.

Un buen mensaje a través de una red social puede generar un ingreso y desarrollo de la marca. El marketing se convierte en algo significativo para la empresa, el diseño, la imagen y distribución del producto son fundamentales para una mejor recepción. El marketing digital por ejemplo, es un gran aliado, páginas web, cuentas en Facebook, Twitter y la pauta en medios especializados las posibilidades son infinitas. Es importante conocer cuáles son las tendencias, medios o aplicaciones que generan más consumo.

– **Talento humano**

Ninguna empresa puede estar en pie sin un mínimo de una persona, un excelente grupo de trabajo es vital para la evolución competitiva de la organización. Todos los miembros del equipo en una empresa aportarán al éxito de la misma. Sacar el mayor provecho de sus capacidades, escuchar sus opiniones y buscar que se sientan cómodos con sus labores hará que resalte el mejor talento de cualquier organización que es el intelectual.

“Donde hay una empresa de éxito alguien tomó alguna vez una decisión valiente”. Peter Ferdinand Druker.

El compromiso y la dedicación también serán garantes del crecimiento de cualquier organización, buscando la satisfacción del factor más importante que es el cliente. Trazar objetivos y cumplirlos fomentaran el avance y funcionarán como motivación de conseguir más. Competitividad se caracteriza por emplear la constante innovación, que pueden ser servicios o productos a ofrecer para el consumidor. El desarrollo de un buen liderazgo dentro y fuera de la organización que garantiza el bienestar del otro y que potencialicen el talento de cada uno de los empleados.

Otra característica relevante es utilizar el internet y las nuevas tecnologías el uso de estas herramientas ayuda lograr una expansión y crecimiento global de una organización. También permite la compra y venta de productos vía online es decir se emplea el comercio electrónico. La comunicación es muy importante dentro y fuera de las organizaciones. La comunicación a través de mensajes, imágenes proporciona grandes beneficios y hace que el cliente mantenga una estrecha relación con la marca haciendo uso de las redes sociales. (Labarca, 2007).

Toda empresa puede ser exitosa si cuenta con un buen equipo de trabajo lo que permite que haya una evolución competitiva de la empresa aprovechando al máximo las capacidades, las opiniones y la buena comodidad que tengan hará que aflore el conocimiento intelectual de cada individuo.

2.2.2.3 El Grado de Competitividad

La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado - bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera (Pineiro, 2003).

La competitividad depende de un buen análisis de mercado para la elaboración de un producto que puede ofrecer un país. Un país puede producir bienes y servicios que requieran los mercados internacionales y a través de ello aumentar los ingresos reales de toda una nación.

Grado por el cual un país en un mundo de competencia abierta, produce bienes y servicios que satisfacen las exigencias del mercado internacional y simultáneamente expande su PIB y su PIB per cápita al menos tan rápidamente como sus socios comerciales (Pineiro, 2003).

2.2.2.4 Elementos De La Competitividad

Matiz (2000), ha examinado el concepto de competitividad, y cómo se llega a ser competitivo, nos encontramos que esto depende de la interacción de por lo menos seis grandes elementos: la gestión administrativa en sus dos áreas fundamentales de desempeño: la gestión estratégica y la gestión diaria; los aspectos relativos a la innovación y actualización tecnológica y al mejoramiento de la productividad y, finalmente, con los

temas que tienen que ver con la cultura de la organización y el manejo, desempeño y desarrollo de su personal. Veamos en detalle los componentes más significativos de cada factor.

Desde el punto de vista estratégico, formular una visión que inspire e impulse a la acción y lograr que ésta sea compartida por todos los integrantes de la empresa es el elemento de partida para enfocar e impulsar el mejoramiento de la competitividad.

La gestión diaria se constituye en el segundo puntal en búsqueda de una mayor competitividad. Debe atender tanto la ejecución de los objetivos operativos como los estratégicos. De esta manera, los otros elementos claves de la gestión diaria son: lograr la verdadera orientación de la empresa al cliente, y mejorar continuamente la calidad, que finalmente también redundan en beneficio de los clientes.

El tercer factor clave para lograr la competitividad tiene que ver con la innovación o actualización tecnológica en los equipos de manufactura y del manejo de la información, para mantenerse competitivo no basta con el mejoramiento continuo; puesto que los avances en todas las ramas de la tecnología de manufactura y en general de los equipos de operación ocurren a diario, y permanentemente ingresan al mercado compañías con procesos centrados en tecnologías de punta, uno de los retos grandes que enfrenta la administración es el de disponer de capital para cambiar o actualizar los equipos de tal manera que se puedan obtener los niveles de calidad y versatilidad requeridos por el mercado. (Cárdenas, 2010)

La productividad de los equipos tiene que ver con su eficiencia de operación, esto es con la elaboración de la cantidad de elementos por unidad de tiempo para la que está diseñada una máquina. La productividad de los procesos tiene que ver con el tiempo durante el cual se realizan y con la calidad del producto generado.

El nivel de aporte al mejoramiento de la competitividad de los cuatro elementos anteriores está íntimamente relacionado con lo relativo al manejo, desempeño y desarrollo del personal de la compañía. La ejecución de las estrategias, el mejoramiento continuo, la selección de la tecnología adecuada para competir y los mejoramientos de la productividad, se hacen con la gente.

No en vano se dice con frecuencia que el principal activo de una empresa es su gente y que en su desarrollo está la verdadera ventaja competitiva. Por lo tanto, todo comienza con la fijación y ejecución de políticas de personal claras y que estimulen claramente el desarrollo que lleva a la polifuncionalidad; que abran espacios y permitan el empoderamiento; que fomenten la creatividad porque ésta es la clave para la innovación en todos los aspectos mencionados. (Morales y Pech, 2000)

La competitividad comprende los siguientes elementos: la gestión administrativa en sus dos áreas; gestión estratégica y gestión diaria ya que la primera constituye la visión y esta sea compartida por todos los integrantes de la organización y se sientan comprometida con ella. Y la gestión diaria es ejecutar los objetivos planteados.

El tercer factor es la innovación que es la creación de nuevos bienes o servicios y la utilización de nuevas tecnologías que permitan lograr la eficiencia y eficacia de la organización y también lograr un buen manejo de información a través de programas.

Según La Comunidad Laboral Líder de Iberoamericana (2011) en un artículo publicado en su página web define seis elementos de competitividad. El objetivo principal de competir es aprender a reconocer y estimular cualidades propias. Por ello, tome en consideración las siguientes habilidades que deberá potenciar.

Toma de decisiones. La rapidez y la complejidad con que se mueve el mundo laboral obligan a los ejecutivos, cada vez más, a usar la información como una herramienta básica para tomar sus decisiones.

Diferenciación. Para distinguirse debe dar un valor agregado al producto o servicio que ofrecerá en su trabajo.

Adaptabilidad. Se refiere a su flexibilidad para manejar los cambios y funcionar con eficacia ante cualquier contexto, es decir alguna situación desconocida, así mismo es la capacidad de establecer relaciones interpersonales. (Alles, 2003).

Innovar. En términos de trabajo este concepto no solo implica tener un producto diferente, también puede dar un plus a las tareas que son parte de su día a día.

Aprender de la incertidumbre. El cambio es una constante en nuestra sociedad, como consecuencia aparece este fenómeno, del cual también debe sacar provecho.

2.2.2.5 Niveles de competitividad

Díaz-Bautista, (2006); Cilloniz; Silva, (2005); Mañallch, (2004); Cordero (2003) coinciden que la competitividad de un territorio es un proceso complejo el cual se debe de analizar bajo cuatro niveles:

(a) *Metaeconómico*: Que involucra la capacidad de una nación para ser integrada, además de todas las destrezas para conducir a la nación y comprender los patrones socioculturales, valores, organización política, jurídica y económica, en síntesis es la capacidad estratégica y política.

(b) *Macroeconómico*: Se relaciona con políticas propuestas por gobiernos, parlamentos y banco central que aseguran la estabilidad y la certeza, se da a través de control de inflación en niveles bajos, establecer políticas fiscales que estimulen la inversión, política monetaria y cambiaria que favorezca las condiciones del comercio internacional.

(c) *Mesoconómico*: Se refiere a la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos de las empresas, los elementos más importantes son las distancias, infraestructura, tecnología, educación y los recursos naturales; se da a través de la promoción económica, comercio regional, información comercial, estructura industrial y políticas apuntadas al fortalecimiento de la competitividad de algunos sectores.

(d) *Microeconómico*: Considera lo relacionado a las empresas, intervienen factores como: precios, costos, utilidades, eficiencia, calidad, rapidez de reacción, articulación en redes de colaboración mutua y competencia entre las empresas.

Según (Romo & Musik, 2005), para encontrar el sentido del término competitividad es preciso aclarar en qué ámbito se aplica: empresas, industrias, regiones o países, los cuales, además, se clasifican en una estructura de niveles concéntricos jerarquizados de competitividad.

Para (Romo y Musik 2005), la clasificación propuesta incluye niveles de análisis micro (la empresa), meso (la industria y la región) y macro (el país).

2.2.2.6 La ventaja competitiva

“Por ventaja competitiva se entiende, las características o atributos que posee un producto o una marca que le da cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos”. “La ventaja competitiva supone una habilidad o destreza especial desarrollada por la empresa que la coloca en una posición de preferencia en el mercado, una empresa competitiva es aquella que ofrece beneficios sostenidos a todos sus interesados, es decir, a sus accionistas, a sus clientes, al personal y a la sociedad en general.

Serán triunfadoras aquellas empresas que sean capaces de producir un proceso de innovación tecnológica con calidad y dinamismo. Una organización obtendrá una ventaja competitiva cuando tenga capacidad y recursos para proporcionar un valor superior al cliente, su producto sea difícil de imitar y sea capaz de múltiples aplicaciones.

Conclusiones Informe Sectorial Anual 2009.

Para que una ventaja competitiva sea realmente efectiva debe cumplir con los siguientes requisitos de la fuente antes mencionada:

- Difícil de imitar
- Única
- Posible de mantener
- Netamente superior a la competencia
- Aplicable a variadas situaciones

La ventaja competitiva se divide en externa e interna: Una ventaja competitiva es externa cuando se apoya en unas cualidades distintas del producto que constituyen un valor para el comprador, bien disminuyendo sus costos de uso, bien aumentando su rendimiento de uso; y es interna cuando se apoya en una superioridad de la empresa en el dominio de los costos de fabricación, de administración o de gestión del producto que aporta un valor al producto dándole un costo unitario inferior al del competidor prioritario.

La ventaja competitiva externa da a la empresa un poder de mercado amplificado, pudiendo dar al mercado un precio de venta superior al del competidor prioritario. La estrategia de diferenciación será la que fundamente esta ventaja competitiva.

La ventaja competitiva interna es el resultado de una mejor productividad, dando a la empresa una mayor rentabilidad y resistencia a disminuciones forzadas de precios por el mercado o competencia. (Informe Sectorial Anual 2009).

2.2.2.7 Fuerzas Competitivas

La teoría que expone Michael Porter (2008), director del Instituto de Estrategia y Competitividad de la Harvard Business School, quien es el creador de las cinco fuerzas competitivas en las cuales la mayoría de las grandes empresas a nivel mundial que sem aprecian como competitivas, las han adoptado como una de las directrices más importantes a nivel organizacional. Estas cinco fuerzas competitivas son las siguientes:

– Amenaza de nuevos competidores: Este punto se refiere a las barreras de entrada de nuevos productos/competidores. Cuanto más fácil sea entrar, mayor será la amenaza. O sea, que si se trata de montar un pequeño negocio será muy fácil la entrada de nuevos competidores al mercado.

– Amenaza de productos sustitutos: Como en el caso citado en la primera fuerza, las patentes farmacéuticas o tecnológicas muy difíciles de copiar, permiten fijar los precios en solitario y suponen normalmente alta rentabilidad. Por otro lado, mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad. Podemos citar, los siguientes factores:

- (a) Propensión del comprador a sustituir.
- (b) Precios relativos de los productos sustitutos.
- (c) Coste o facilidad del comprador.
- (d) Nivel percibido de diferenciación de producto o servicio.
- (e) Disponibilidad de sustitutos cercanos.
- (f) Suficientes proveedores.

– El poder de negociación de los clientes: Si los clientes son pocos, están muy bien organizados y se ponen de acuerdo en cuanto a los precios que están dispuestos a pagar se genera una amenaza para la empresa, ya que estos adquirirán la posibilidad de plantarse en un precio que les parezca oportuno pero que generalmente será menor al que la empresa estaría dispuesta a aceptar. Además, si existen muchos proveedores, los clientes aumentarán su capacidad de negociación ya que tienen más posibilidad de cambiar de proveedor de mayor y mejor calidad, por esto las cosas cambian para las empresas que le dan el poder de negociación a sus clientes.

– El poder negociador de los proveedores: El “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que estos disponen ya sea por su grado de concentración, por las características de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc. La capacidad de negociar con los proveedores, se considera generalmente alta por ejemplo en cadenas de supermercados, que pueden optar por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría indiferenciados. Algunos factores asociados a la segunda fuerza son:

- (a) Cantidad de proveedores en la industria.
- (b) Poder de decisión en el precio por parte del proveedor.
- (c) Nivel de organización de los proveedores

– Análisis de la competencia: Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad define la rentabilidad de un sector: mientras menos competidores se encuentren en un sector.

2.2.2.8 Factores Determinantes la Competitividad

Porter (2005), De acuerdo a la información recopilada a lo largo de este estudio, muchos de los autores coinciden en varios factores que pueden determinar la competitividad de una empresa. Entre los más nombrados están:

- (a) **Producción:** que abarca todos los procesos productivos o de servicios que realizan las empresas para poder brindar satisfacción a los clientes. Realzan los puntos críticos del mismo y la gestión que se realiza en cada uno de ellos.
- (b) **Marketing:** Todo lo relacionado con las estrategias de publicidad y comunicación de la empresa, canales de distribución y diferentes estrategias adoptadas para llegar al público final.
- (c) **Administración:** Elementos de gestión interna en cuanto al personal de la empresa.
- (d) **Finanzas:** Abarca todos los aspectos contables que una empresa pueda utilizar, como lo son estados de resultado y análisis de ratios financieros.
- (e) **Tecnología:** Tiene que ver con la adopción de nuevos sistemas tecnológicos que colaboren en las diferentes áreas de la empresa, ya sea en producción, gestión, atención al cliente, entre otras.
- (f) **Calidad:** Considera el producto final y la aceptación que tiene este en el mercado y su respectiva retroalimentación. Guarda, Rapiman, Rebién y Solis (2006) extraído de *Competitividad en las Empresas Turísticas de la Ciudad de Valdivia, Región de los Lagos*.

2.2.2.9 Estrategias Competitivas de Michael e. Porter.

Las ventajas competitivas es el término de estrategia competitiva, que consiste en la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia. Su finalidad es establecer una posición rentable frente a las fuerzas que rigen la competencia en la industria, (Porter, 2006).

La estrategia competitiva consiste en ser diferente. Significa elegir deliberadamente un conjunto de actividades diferentes para prestar una combinación única de valor, es decir, la esencia de la estrategia está en las actividades, en la decisión de realizarlas de manera diferente que los rivales, Porter, (2006). Para alcanzar una posición en el sector Michael E. Porter releva tres estrategias genéricas para lograr esa posición.

La primera estrategia de liderazgo en costos y consiste en que la organización o empresa se propone convertirse en el fabricante de costo más bajo de su industria.

La segunda, es la estrategia de diferenciación a través de esta estrategia la empresa intenta distinguirse dentro de su sector en algunos aspectos ampliamente apreciados por los compradores. Escoge unos o más atributos que juzgue importantes y adopta un posicionamiento especial para atender esas necesidades y ve premiada su singularidad con un precio más alto.

La tercera, la estrategia de concentración la cual se basa en la elección de un estrecho ámbito competitivo dentro de un sector industrial. La empresa selecciona un segmento o grupo de segmentos del sector y adapta su estrategia para atenderlos excluyendo los restantes, (Porter, 2006).

2.2.2.10 Etapas

Eumed (2004) Describe que las etapas de evolución de la competitividad son cuatro, cada una de ellas tiene un nombre específico y una serie de características que las distinguen estas son:

a. Incipiente.

La empresa es altamente vulnerable a los cambios del medio ambiente como funciona de manera autodefinida, actúa según las presiones del mercado o bien a capricho y estado de humor de sus dueños, la aplicación de los principios de competitividad es prácticamente nula y tiene poco control sobre su destino, reaccionando más bien por intuición a los cambios del medio ambiente y por ende se desorienta y se desconcierta con todo lo que sucede, tanto interna como externamente.

b. Aceptable.

Se han subsanado los principales puntos de vulnerabilidad contándose con los cimientos adecuados para hacer un buen papel ante los ojos del público consumidor y la competencia. Los principios de competitividad se aplican aceptablemente, y aunque no se dominan totalmente, es claro que para seguir compitiendo se requiere fortalecerlos, el equipo directivo se hace responsable del futuro de su organización y dirige su destino hacia donde visualiza lo que mejor le conviene, representando esto una gran ventaja para la empresa.

c. Superior.

La empresa comienza a ocupar posiciones de liderazgo y se caracteriza por el grado de innovación que mantiene dentro de su mercado. Domina los principios de competitividad, se mantiene despierta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio del medio ambiente.

Aunque de manera equilibrada pone atención a los diez principios de competitividad, da mayor énfasis al de cultura organizacional para lograr homogeneizar el pensamiento, sentimiento y accionar de todo su personal.

d. Sobresaliente.

Cuando la empresa que se encuentra en esta etapa es considerada como visionaria, por la generación de tecnología directiva a un ritmo acelerado, sirviendo de benchmarking al resto de la industria, pues ella es la que va generando los cambios y las demás se van adaptando a ellos.

En esta etapa, la organización vive en una amenaza constante por parte de los competidores de las etapas anteriores, pues tratan de encontrarle debilidades y huecos en el mercado.

Los principios de competitividad se aplican con alta eficiencia y todos los miembros de la empresa tienen una real convicción de ellos. Están en la posibilidad de compartir su tecnología directiva con otras empresas.

III HIPÓTESIS

Los estudios descriptivos permiten medir de forma independiente las variables, aun cuando no se formule hipótesis alguna, pues éstas aparecen enunciadas en los objetivos de la investigación, es decir cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente. Por consiguiente, en este tipo de estudio no se formulan hipótesis, sin embargo, es obvia la presencia de variables (Arias, 2006).

La presente investigación es de tipo descriptivo y según autor en líneas arriba menciona que en este tipo de estudios no se requieren de hipótesis.

IV METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

4.1.1 Tipo de investigación

Gómez (2009) señala que bajo la perspectiva cuantitativa, la recolección de datos es equivalente a medir, de acuerdo con la definición clásica del término, medir significa asignar números a objetos y eventos de acuerdo a ciertas reglas. Muchas veces el concepto se hace observable a través de referentes empíricos asociados a él.

Por otro lado Peñuelas (2010), señala que el nivel de investigación es cuantitativo porque se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo.

Por lo tanto esta investigación es de tipo cuantitativo, porque examina los datos de manera científica, recoge y analiza los resultados de las encuestas aplicadas así como también define estadísticamente a la variable capacitación y la variable competitividad de las MYPE de Servicio rubro confecciones del centro de Piura, año 2017.

4.1.2 Nivel de investigación

Tamayo (2008) concluye que la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”.

Es por esto que esta investigación es de nivel descriptivo porque se especifica los aspectos más relevantes de las variables objeto de estudio en las MYPE de Servicio rubro confecciones del centro de Piura, año 2017.

4.1.3 Diseño de investigación

Los autores Hernández; Fernández y Baptista (2006) muestran que el diseño no experimental “es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”, es decir las variables no se van a manipular solo se van a observar.

Por otro lado Hurtado (2010) dice “en el diseño transeccional el investigador estudia el evento en un único momento de tiempo”, es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado.

Según el autor Santa Paella y Martins (2010), define: que el diseño no experimental es aquel que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable, es decir el investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes sino que observa los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado para luego analizarlos. Es decir este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen.

Por lo tanto esta investigación es no experimental porque no se pueden manipular las variables, los datos a reunir se obtendrán del personal que labora en las MYPE a investigar y transeccional ya que se recolección de datos se realizara en un solo tiempo.

4.2 Población y muestra

Según Arias (2006) la define a la población como el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes.

La población de la investigación está conformada por 4 MYPES de servicio del rubro confecciones del centro de Piura, cada una conformada por 3 trabajadores, por lo tanto es una población finita. Así para estudiar a la variable capacitación se acudirá a fuentes primarias de información como son los propietarios y trabajadores de las MYPE bajo estudio. Mientras que para el estudio de la variable competitividad se acudirá a los clientes que concurren a las MYPE antes mencionadas.

Unidades de análisis: las MYPE bajo estudio:

- Confecciones “Nelly”
- Confecciones “Paris”
- Confecciones “Blanquita”
- Confecciones Edith”

Características de los trabajadores

VARIABLES	CRITERIO DE INCLUSIÓN	CRITERIO DE EXCLUSIÓN
CAPACITACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> – Trabajadores permanentes. – Trabajadores promovidos. – Más de 3 meses laborando. – Residentes en Piura. 	<ul style="list-style-type: none"> – Trabajadores temporales. – Recién contratado. – Que tengan menos de 3 meses laborando.
COMPETITIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> – Los clientes deben cumplir con estas características: – Edad: 18 – 65 años – Género: Femenino – Masculino – Nivel Socioeconómico: Medio – Alto – Lugar de residencia: Piura. 	<ul style="list-style-type: none"> – Clientes de poca frecuencia en los negocios. – clientes que no se encuentren en la capacidad de proporcionar información.

Elaboración propia.

Así mismo Arias (2006) manifiesta que se entiende por población al “Conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas, las conclusiones de la investigación, esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio” La población para la variable Competitividad de esta investigación es infinita, ya que es imposible tener un Ramos, (2016) señalan que para el cálculo de esta muestra se aplicaran los siguientes datos:

Z = valor estadístico	2.58
p= Prevalencia esperada	0.175
q=1- P (Si p = 0.5, entonces q= 0.5)	0.825
e= Margen de Error	0.01
Nivel de Confianza (99%)	0.99

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z(2) \times p \times q}{e(2)}$$

$$n = \frac{2.58(2) \cdot 0.175 \times 0.825}{0.01(2)}$$

$$n = 96 \text{ clientes}$$

Criterios de exclusión variable Capacitación

En la aplicación de la encuesta en lo que respecta a los trabajadores, no se debe de incluir:

- Trabajadores temporales.
- Personal Recién contratado.
- Personal por Locación.
- Que tengan menos de 3 meses laborando.

Criterios de exclusión variable Competitividad

En lo que respecta a la encuesta aplicada a los clientes, no se incluyen a:

- Clientes con poca frecuencia al negocio.
- Clientes que no se encuentren en la capacidad de proporcionar
- Los niños, por ser menores de edad.

4.3 Definición y operacionalización de las variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN						
Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Escala	Metodología
CAPACITACIÓN	Es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, así como mejorar la calidad de los procesos como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas .	Importancia	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor compromiso. • Mejora el desempeño. • Potencia los conocimientos 	La dimensión denominada “Importancia” se medirá con los indicadores mayor compromiso, mejora el desempeño y potencia los conocimientos, la técnica de la Encuesta y se empleara como instrumento el cuestionario.	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Descriptiva – Cuantitativa – No experimental – Corte transversal
		Tipos	<ul style="list-style-type: none"> • Experto – Aprendiz. • Inductiva. • Promocional. • De caso. 	La dimensión denominada “tipos” se medirá con los indicadores experto – aprendiz, inductiva, promocional y de caso, la técnica de la Encuesta y se empleara como instrumento el cuestionario.	Nominal	

COMPETITIVIDAD	Es la capacidad de una organización de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno teniendo incidencia en la forma de plantear y desarrollar elementos y estrategias para la mejora de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa (Porter, 2010)	Niveles	<ul style="list-style-type: none"> • Metaeconómico. • Macroeconómico • Mesoconómico. • Microeconómico. 	La dimensión “Niveles” se medirá con sus indicadores: Metaeconómico, Macroeconómico, Mesoconómico y Microeconómico con el método de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala Nominal y Ordinal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nominal ▪ Ordinal 	<ul style="list-style-type: none"> – Descriptiva – Cuantitativa – No experimental – Corte Transversal
		Elementos	<ul style="list-style-type: none"> – Gestión estratégica – Diferenciación – Innovación – Adaptabilidad 	La dimensión “Elementos” se medirá con sus indicadores: Gestión estratégica, Diferenciación, Innovación, y Adaptabilidad con el método de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nominal ▪ Ordinal 	

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Según Tamayo (2008), nos dice que la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”.

En esta investigación se aplicara una encuesta con ayuda de un instrumento como el cuestionario pre-diseñado, los datos se obtienen a partir de realizar unas preguntas dirigidas a la muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. Esta técnica es cuantitativa dado que los datos se recopilan sobre una parte de la población y se elabora en función a las variables, Capacitación y competitividad de las MYPE de Servicio rubro confecciones del centro de Piura, año 2017.

4.5 Plan de Análisis

Debido a que la investigación es descriptiva se aplicará la estadística descriptiva en la que se calcularan; frecuencias, porcentajes, medias; se hará uso de Excel los datos se representaran en tablas y gráficos.

4.6 Matriz de Consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
“Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de piura, año 2018”.	¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018?	General: Identificar las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018. (a) Conocer la Importancia de la capacitación en las Mype de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018. (b) Determinar los Tipos de capacitación que	Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) “La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de	Capacitación	Importancia	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor compromiso. • Mejora el desempeño. • Potencia los conocimientos. 	Encuesta	Cuestionario
					Tipos	<ul style="list-style-type: none"> • Experto – Aprendiz. • Inductiva. • Promocional. • De caso 	Encuesta	Cuestionario

	<p>utilizan las MYPE de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018.</p> <p>(c) Identificar los Niveles de la competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018.</p> <p>(d) Describir los elementos de la Competitividad que están aplicando las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018.</p>	<p>cualquier fenómeno que se analice”; por lo tanto esta investigación no lleva hipótesis.</p>	<p>Competitividad</p>	<p>Niveles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metaeconómico • Macroeconómico • Mesoconómico • Microeconómico 	Encuesta	Cuestionario
				<p>Elementos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión estratégica ▪ Diferenciación ▪ Innovación ▪ Adaptabilidad 	Encuesta	Cuestionario

4.7 Principio Ético

Según Xalapa (2007) muestra que los principios éticos don imperativos de tipo general que nos orienta acerca de que hay un bueno y realizable en una acciones y de malo y evitable en otras”. Es un imperativo universal que prescribe determinadas acciones “en razón de determinadas características descriptivas que siempre que se den y en igualdad de circunstancias, obligan a actuar obedeciendo a ese principio universal”. La información será recopilada sin ser manipulada, pues se respeta la propiedad intelectual.

La presente investigación está basada en principios éticos profesionales como: el Referenciar sin ocultar la naturaleza del autor, el año, la fecha; gracias a la información obtenida en los libros a través de lo plasmado por autores reconocidos ha sido posible realizar esta Investigación.

V RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1
“Se reciben capacitaciones”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	64.29%
NO	5	35.71%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores.
Elaboración propia.

En la tabla 1 denominada “se reciben capacitaciones” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 64.29% afirma que si ha recibido capacitaciones dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar la calidad del servicio, mientras tanto el 35.71% sostuvo que hasta el momento no han sido participes de alguna capacitación.

Tabla 2
“Mejora de procesos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	100%
NO	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 2 denominada “Mejora de los Procesos” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% menciona que la capacitación es importante y necesaria para mejorar procesos, generar habilidades y prepararnos para ofrecer un mejor servicio.

Tabla 3
“Necesidad de capacitación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	85,71%
NO	2	14,29%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 3 denominada “necesidad de capacitación” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 85,71% sostuvo que la capacitación se debe dar cada cierto periodo puesto que ayuda a adaptar nuevos conocimientos y tecnología para ofrecer nuevas formas de atención, no obstante el 14,29% menciona que conocen el trabajo que realizan debido al tiempo que llevan laborando por tanto la capacitación no es necesaria.

Tabla 4
“Capacitación por áreas”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	100%
NO	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores.
Elaboración propia.

En la tabla denominada “capacitación por áreas” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% recalca que realizar una capacitación fortalece las habilidades y conocimientos de acuerdo al área donde se trabaje, puesto que los temas están orientados al mismo.

Tabla 5
“Conocimientos y habilidades”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	71,43%
NO	4	28,57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 5 denominada “conocimientos y habilidades” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 71,43% infirió que conocen todo lo referente al giro del negocio, ya que experiencias pasadas abalan sus habilidades para la venta y atención al cliente, por otro lado un 28,57 hace hincapié que falta una mayor preparación para afrontar los desafíos de la competencia.

Tabla 6
“Resultados Positivos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	78,57%
NO	3	21,43%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 6 denominada “resultados positivos” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 78,57% hace mención que las capacitaciones de las cuales han sido participes les ha sido de mucha ayuda para saber actuar frente a los diferentes tipos de clientes y generar una buena relación con el mismo, por lo contrario el 21,43% nos informa que la capacitación no ha influenciado en sus actos de atención al cliente.

Tabla 7
“Conocimientos y práctica”

categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	100%
NO	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 7 “conocimientos y practica” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% manifestó que lo recepcionado en las capacitaciones que se le otorgan ayuda a descubrir nuevas cosas y que consecuentemente se lleva a la práctica para comprobar sus efectos frente al entorno de trabajo.

Tabla 8
“Seguridad en las Actividades”

categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	92,86%
NO	1	7,14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 8 “seguridad en las actividades” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 92,86% manifestó que a través de las capacitaciones, se aclaran procesos y se trata de disminuir errores es por ello que permite que exista seguridad y confianza a la hora de realizar la tareas dentro del trabajo; un 7,14% menciona que la seguridad no se debe a esos factores.

Tabla 9
“Beneficios de la capacitación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	64,29%
NO	5	35,71%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores.
Elaboración propia.

En la tabla 9 “beneficios de la capacitación” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 64,29% respondió que de cada capacitación que se dicta siempre se rescata la información brindada gestionada desde sus puntos de vista para ejercer su desarrollo práctico, mientras tanto el 35,71% tiene una posición opuesta al indicar que no captan perfectamente la información que se brinda.

Tabla 10
“Mejora Continua”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	85,71%
NO	2	14,29%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 10 “mejora Continua” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 85,71% sostuvo que las empresas de hoy en día tienden a capacitar a su personal para realizar mejoras dentro de las diferentes áreas que la empresa englobe, no obstante el 14,29% menciona que ayuda a los colaboradores a obtener mayores conocimientos pero que ello no indica que haya mejoras continuas.

Tabla 11
“Enfrentar Nuevas Necesidades”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	57,14%
NO	6	42,86%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la Tabla 11 denominada “enfrentar nuevas necesidades” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 71,43% afirma su compromiso con la empresa y que mediante la programación de cursos de capacitación podrán enfrentarse a los nuevos desafíos del mercado y a satisfacer las necesidades de los clientes, EL 28,57% indica que no se sienten preparados para asumir este retos puesto que las capacitaciones brillan por su ausencia.

Tabla 12
“Satisfacción laboral”

categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	92,86%
NO	1	7,14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 12 denominada “satisfacción laboral” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 92,86% menciona sentirse cómodos en su área de trabajo, puesto que es experiencia la que ganan y en lo que más conocen, sin embargo el 7,14% no se encuentra conforme con la labor que desempeña.

Tabla 13
“Últimas Tendencias”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	100%
NO	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 13 denominada “últimas tendencias” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% coincide de que pertenecer a este rubro de ventas de prendas de vestir es mantenerse informado sobre las últimas tendencias, para de esta manera comunicar e informar adecuadamente a nuestros clientes.

Tabla 14
“Compromiso Empresarial”

Ítem o categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	42,86%
NO	8	57,14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 14 denominada “compromiso empresarial” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 42,86% increpa que recibir diversas capacitaciones les ayuda en su desempeño de manera positiva logrando que parte del éxito debe a su trabajo que realiza, mientras que un 57,14% responden que sienten que sus labores no se ven retribuidas por el éxito que la empresa alcance gracias en una parte a su buen desempeño.

Tabla 15
“Expositores de calidad”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	07	50,00%
NO	07	50,00%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 15 denominada “expositores de calidad” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50, % afirma que las personas que las han capacitados han sido personas con mucha experiencia las cuales han compartido, mientras que el 50% manifiesta que las capacitaciones deben ser impartidas por personas altamente capacitadas que los cuales contribuyan a prepararse en la moda actual.

Tabla 16
“Entorno de la capacitación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	85,71%
NO	2	14,29%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 16 denominada “entorno de la capacitación” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 85,71% destaca el papel que cumple el ambiente donde se lleva a cabo la charla, un lugar amplio y fresco, por el contrario el 14,29% asegura que las charlas que ha recibido se han efectuado en entornos no tan agradable.

Tabla 17
“Aprendizaje asimilado”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nada	0	0
Poco	0	0
Regular	3	21,42%
Suficiente	11	78,57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 17 denominada “aprendizaje asimilado” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 78,57% asumen que las capacitaciones que se les brindan son importantes y le ha sido de gran ayuda, el otro porcentaje que equivale al 21,42% la información la capta deficientemente de manera regular.

Tabla 18
“Periodo de capacitación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	0	0
Trimestral	0	0
Semestral	4	28,57%
Anual	10	71,43%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia.

En la tabla 18 denominada “periodo de capacitación” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 71,43% indica que las capacitaciones se realizan anualmente, mientras que el 28,57% informa que las capacitaciones que ellos reciben se dan semestralmente.

Tabla 19
“Otorga capacitaciones”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	75,00%
NO	1	25.00 %
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 19 denominada “otorga capacitaciones” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 75.00% afirma que si otorga capacitaciones dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar la calidad del servicio, mientras tanto el 25.00% sostuvo que hasta el momento no ha otorgado alguna capacitación.

Tabla 20
“Planificación de procesos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	75,00%
NO	1	25.00 %
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 20 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 75.00% afirma que si planifica los procesos de capacitaciones dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar la calidad del servicio, mientras tanto el 25.00% sostuvo que hasta el momento no otorga alguna capacitación.

Tabla 21
“Grado de necesidad de la capacitación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 21 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100.00% afirma que si otorga cree importante la necesidad de otorgar capacitaciones a sus colaboradores.

Tabla 22
“Capacitación por áreas”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia..

En la tabla 22 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100.00% afirma que si es necesaria la segmentación de las áreas para poder realizar las capacitaciones según las actividades que desempeñan los trabajadores

Tabla 23
“Resultados positivos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	75,00%
NO	1	25.00 %
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 23 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes el 75% afirma que si obtuvieron resultados positivos, mientras el 25% manifiesta que no medio el resultado.

Tabla 24
“Mejora de los procesos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	75,00%
NO	1	25.00 %
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 24 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 75.00% afirma que si se mejoran los procesos con la capacitación y el 25.00 % dice que no cree necesario recibir capacitación para mejorar sino con constancia de supervisión.

Tabla 25
“Evaluación de los procesos de capacitación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50.00%
NO	2	50.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 25 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50.00% afirma que si se mejoran los procesos con la capacitación y el 50.00 % dice que no cree necesario recibir capacitación para mejorar sino con constancia de supervisión.

Tabla 26
“Aplicación de los conocimientos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50.00%
NO	2	50.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 26 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50.00% afirma que sus trabajos si aplican sus nuevos conocimientos en relación con la capacitación y el 50.00 % dice que no lo percibe ya que trabajan en base a resultados y es mediante una constancia en la supervisión.

Tabla 27
“Identificación de problemas”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 27 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100.00% afirma que si se identificación los problemas frecuentes que se presentan y los toman en cuenta para tratarlos en sus procesos de la capacitación

Tabla 28
“Procedimientos para brindar la capacitación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	25.00%
NO	3	75.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 28 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 25.00% afirma que si se realiza procedimientos para realizar o llevar a cabo los procesos con la capacitación y el 75.00 % dice que no cree necesario realizar procesos capacitación para mejorar sino con constancia de supervisión.

Tabla 29
“Mejora continua”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 29 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100.00% afirma que con una capacitación permanente si se lograría una mejora continua en el desarrollo de los procesos de elaboración de las prendas.

Tabla 30
“Tendencias actuales”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 30 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100.00% afirma que las tendencias actuales de la capacitación mejorarían sus competencias y por ende beneficiarían a sus clientes.

Tabla 31
“Necesidad de capacitarse”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50.00%
NO	2	50.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 31 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50.00% afirma que si se mejoran los procesos con la capacitación y el 50.00 % dice que no cree necesario recibir capacitación para mejorar sino con constancia de supervisión.

Tabla 32
“Implementación necesaria”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50.00%
NO	2	50.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 32 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50.00% afirma que si se mejoran los procesos con la capacitación y el 50.00 % dice que no cree necesario recibir capacitación para mejorar sino con constancia de supervisión.

Tabla 33
“Periodo de capacitación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	1	25.00%
Trimestral	0	0
Semestral	2	50,00%
Anual	1	25,00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 33 observamos que de una muestra de 4 propietarios de MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 25,00% indica que las capacitaciones se realizan anualmente, el 50,00% otorgan capacitación semestralmente mientras que el 25,00% informa que las capacitaciones que ellos otorgan se dan mensualmente.

Tabla 34
“Buena Calidad de los productos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 34 observamos que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100,00% afirma que si se mejoran los procesos con la capacitación y el conocimiento en cuanto a la calidad de los productos.

Tabla 35
“Preferencias de los clientes”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50.00%
NO	2	50.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la Tabla 35 observamos que de una muestra de 4 propietarios que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50% se preocupa y conoce las preferencias de sus clientes mientras que el otro 50% aun no conoce o le es indiferente conocer las preferencias de sus clientes.

Tabla 36
“Uso de tecnología”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50.00%
NO	2	50.00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 36 observamos que de una muestra de 4 propietarios que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50% hace uso de nueva tecnología y el otro 50% aun no implementa nueva tecnología en sus procesos de producción.

Tabla 37
“Buen servicio”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	96	100.00%
NO	0	00.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 37 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% considera que recibe un buen servicio, de ello es su frecuencia a estos centros.

Tabla 38
“Seguridad esperada”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	71	74.00%
NO	25	26.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 38 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 74% considera que si reciben un servicio de calidad, mientras que el 26% refiere que en algunas oportunidades han tenido que corregir algunos detalles pero que los han sabido corregir.

Tabla 39
“Atención recibida”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	63	66.00%
NO	33	34.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 39 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 66% considera que la atención recibida es de calidad, mientras que el 34% refiere que se han sucedido algunos inconvenientes por lo que no califica la atención del personal como de calidad

Tabla 40
“Trato del personal”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	71	74.00%
NO	25	26.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 40 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 74% considera que si reciben un buen trato por parte de los trabajadores de las Mype, mientras que el 26% refiere que en algunas oportunidades han tenido dificultades que los trabajadores no les han podido solucionar.

Tabla 41
“Solucion de dificultad”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	71	74.00%
NO	25	26.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 41 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 74% manifiesta que siempre han resultado sus dificultades inmediatamente si se hubiesen presentado, mientras que el 26% refiere que si las han resuelto pero no en los plazos esperados.

Tabla 42
“Precio del servicio”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	96	100.00%
NO	0	00.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 42 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% manifiesta estar conforme con los precios estipulados por los propietarios ya son estos mismos los que les dan la posibilidad de regatear dicho precio, hasta llegar a un acuerdo de ambas partes.

Tabla 43
“Implementacion de Tecnologia”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	56	58.00%
NO	40	42.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 43 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 58% precisa que si se debe de implementar nueva tecnología para mejorar sus productos, mientras el 42% manifiesta que no cree conveniente dicha implementación debió a que ello generaría un incremento en el precio de los servicios.

Tabla 44
“Nuevas tendencias”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	65	68.00%
NO	31	32.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 44 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 68% refiere que el servicio recibido si esta acorde a las nuevas tendencias ya que son ellos mismos los que solicitan el diseño del producto en base a sus preferencias, mientras el 32% manifiesta que en cuanto a ultimas tendencias de moda no están actualizados, ya que se debería incorporar al servicio catalogos con diseños actuales.

Tabla 45
“Variedad en el servicio”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	81	84.00%
NO	15	16.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 45 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 84% manifiesta que si encuentran variedad de los productos, mientras el 16% refiere que en algunas oportunidades no han encontrado el producto que han buscado.

Tabla 46
“Acabado esperado”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	81	84.00%
NO	15	16.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 46 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 84% manifiesta satisfacción en los acabados de sus productos, mientras el 16% refiere que en ocasiones no han cumplido con sus expectativas.

Tabla 47
“Valor agregado”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	33	34.00%
NO	63	66.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 47 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 34% manifiesta conformidad en el servicio recibido, mientras el 66% refiere que no han podido percibir que a su servicio recibido les otorguen un valor agregado.

Tabla 48
“Diferenciación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	80	83.00%
NO	16	17.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 48 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 83% manifiesta que su elección es por la existencia de una diferencia sea en calidad, precio o atención, mientras el 17% refiere que no ha percibido una marcada diferenciación.

Tabla 49
“Calidad del servicio”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	96	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 49 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% refiere que siempre eligen a la misma empresa por considerar calidad del servicio recibido.

Tabla 50
“Tiempo acordado”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	70	73.00%
NO	26	27.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPES
Elaboración propia.

En la tabla 50 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 73% manifiesta que siempre se ha cumplido con la entrega en los tiempos acordados, mientras el 27% refiere que se ha dado en alguna oportunidad entregas fuera de las fechas esperadas.

5.2. Analisis de los resultados.

Análisis e interpretación de la tabulación del cuestionario aplicado a los trabajadores del rubro Confecciones.

En la tabla 1, denominada “Se recibe Capacitación” se ha determinado que el 57.14% afirma que si ha recibido capacitaciones dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar la calidad del servicio, mientras tanto el 42.86% sostuvo que hasta el momento no han sido participes de alguna capacitación. Lo que coincide con el autor Siliceo (2004) cuando habla del desentendimiento de las capacitaciones en las MYPES, Lo que se puede evidenciar en la tesis de Guerra (2010), en donde llega a la conclusión que los Programas de capacitación mejoran la actitud y desempeño de los operarios, reduciendo el desperdicio, evitando el reproceso y con prendas de mejor calidad, el programa provee de operarios altamente calificados a diferencia de los operarios que no recibieron el programa. Por otro lado según Chiavenato (2007) la capacitación es el proceso educativo a corto plazo, aplicando de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. Por lo expuesto anteriormente por el autor, según el segundo objetivo específico “Conocer la importancia de la capacitación que reciben los colaboradores de las MYPE rubro Confecciones, del Centro de Piura, 2018” y los datos mostrados en la tabla las deberían brindar algún tipo de capacitación a sus colaboradores.

Este resultado me ayudará a acercarme a mi objetivo específico de conocer la importancia de la capacitación.

En la tabla 2, denominada “Mejora de procesos” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% menciono que la capacitación es importante y necesaria para mejorar procesos, generar habilidades y prepararnos para ofrecer un mejor servicio. Según Llumipanta (2014), la capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores, además se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas dentro de la empresa las habilidades que necesitan para realizar su trabajo.

Este resultado contribuye a mi objetivo de determinar Importancia de la capacitación en las MYPE de servicios rubro confeccion de prendas de vestir del centro de piura, año 2018.

En la tabla 3, denominada “Necesidad de capacitación” se ha determinado que, el 85,71% de los trabajadores sostuvo que la capacitación se debe dar cada cierto periodo puesto que ayuda a adaptar nuevos conocimientos y tecnología para ofrecer nuevas formas de atención, no obstante el 14,29% menciono que conocen el trabajo que realizan debido al tiempo que llevan laborando por tanto la capacitación no es necesaria.

Según Vizacarra (2009), la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, las MYPE deben preocuparse por capacitar a sus colaboradores, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia.

En la tabla 4, denominada “Capacitación por áreas” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% recalca que realizar una capacitación por áreas específicas fortalece las habilidades y conocimientos de acuerdo al área donde se trabaja. Lo que coincide con el autor Chang (2005) cuando habla de los tipos de capacitación según la necesidad de la organización.

Este resultado contribuye a mi objetivo de conocer los tipos de capacitación que reciben los colaboradores de las Mypes de Confecciones.

En la tabla 5, denominada “Conocimientos y Habilidades” se ha determinado que, el 71,43% infirió que si consideran que sus conocimientos son los necesarios para poder desempeñarse bien en su ámbito de trabajo, ya que en los resultados obtenidos se evidencia sus habilidades como es la satisfacción del cliente; por otro lado un 28,57 hace hincapié que les hace falta recibir nuevos conocimientos y así poder afrontar los desafíos de la competencia. Lo que coincide con el autor Siliceo (2004) cuando habla de los conceptos básicos de las capacitaciones en las MYPES.

Este resultado me ayudará a acercarme a mi objetivo general de conocer las características de la capacitación en los colaboradores de las MYPE rubro confecciones.

En la tabla 6, denominada “Resultados Positivos” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 78,57% hace mención que las capacitaciones de las cuales han sido participes les ha sido de mucha ayuda para saber actuar frente a los diferentes tipos de clientes y generar una buena relación con el mismo, por lo contrario el 21,43% nos informa que la capacitación no ha influenciado en sus actos de atención al cliente. Lo que coincide con el autor Chiavenato (2007) cuando habla del efecto que tiene la capacitación.

Este resultado contribuye a mi objetivo de conocer la importancia de la capacitación permanente en los colaboradores.

En la tabla 7, denominada “Conocimientos y Practica” se observa que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% manifestó que si se llevan a la práctica los nuevos conocimientos que adquirieron. Lo que coincide con el autor Quispe (2017) cuando habla de la necesidad de las capacitaciones en las MYPES.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 8, denominada “Seguridad en las Actividades” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 92,86% manifestó que a través de las capacitaciones, se aclaran procesos y se trata de disminuir errores es por ello que permite que exista seguridad y confianza a la hora de realizar la tareas dentro del trabajo; un 7,14% menciona que la seguridad no se debe a esos factores.

En la tabla 9, denominada “Beneficios de la capacitación” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 64,29% respondió que de cada capacitación que se dicta siempre se rescata la información brindada gestionada desde sus puntos de vista para ejercer su desarrollo práctico lo que es beneficioso en el desenvolvimiento de sus actividades, mientras tanto el 35,71% tiene una posición opuesta al indicar que no captan perfectamente la información que se les brinda ya que son implementos actuales. Lo que coincide Chiavenato (2007) cuando habla de la importancia que tiene la capacitación en cuanto a los procesos.

Este resultado contribuye a mi objetivo de conocer los tipos de capacitación que reciben los colaboradores de las MYPE de servicio rubro confecciones.

En la tabla 10, denominada “Mejora Continua” se ha determinado que el 85,71% sostuvo que las empresas de hoy en día tienden a capacitar a su personal para realizar mejoras dentro de las diferentes áreas que la empresa englobe, no obstante el 14,29% menciona que ayuda a los colaboradores a obtener mayores conocimientos pero que ello no indica que haya mejoras continuas. Lo que coincide con el autor Quispe (2017) cuando habla de los tipos de capacitación según la necesidad de la organización.

Este resultado contribuye a mi objetivo de describir los elementos de la competitividad las Mypes de Confecciones.

En la tabla 11, “Enfrentar Nuevas Necesidades” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 71,43% afirma su compromiso con la empresa y que mediante la programación de cursos de capacitación podrán

enfrentarse a los nuevos desafíos del mercado y a satisfacer las necesidades de los clientes, EL 28,57% indica que no se sienten preparados para asumir este reto puesto que las capacitaciones brillan por su ausencia. Lo que coincide con el autor Quispe (2017) cuando habla de la necesidad de las capacitaciones en las MYPES.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 12, denominada "Satisfacción laboral" se ha determinado que el 92,86% menciona sentirse cómodos en su área de trabajo, puesto que es experiencia la que ganan y en lo que más conocen, sin embargo el 7,14% no se encuentra conforme con la labor que desempeña. Lo que coincide con el autor Chiavenato (2007) cuando habla de la importancia que tiene la capacitación en cuanto a los procesos.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad en las Mypes de Confecciones.

En la Gráfica tabla 13, denominada "Últimas tendencias" observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% coincide de que pertenecer a este rubro de ventas de prendas de vestir es mantenerse informado sobre las últimas tendencias, para de esta manera satisfacer adecuadamente a nuestros clientes en cuanto a sus preferencias. Lo que coincide con el autor Chiavenato (2007) cuando habla de la importancia que tiene la capacitación en cuanto a los procesos.

Este resultado contribuye a mi objetivo de Describir los elementos de competitividad en las Mypes de Confecciones

En la tabla 14, denominada "Compromiso empresarial" se ha determinado que el 42,86% increpa que recibir diversas capacitaciones les ayuda en su desempeño

de manera positiva logrando que parte del éxito debe a su trabajo que realiza, mientras que un 57,14% responden que sienten que sus labores no se ven retribuidas por el éxito que la empresa alcance gracias en una parte a su buen desempeño.

En la tabla 15, denominada “Expositores de calidad” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 85,71% afirma que las personas de la ponencia se veían preparadas y con dominio del tema, mientras que el 14,29% menciona lo contrario que faltaba abarcar mayores temas.

En la tabla 16, denominada “Entorno de la capacitación” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 85,71% destaca el papel que cumple el ambiente donde se lleva a cabo la charla, un lugar amplio y fresco, por el contrario el 14,29% asegura que las charlas que ha recibido se han efectuado en entornos no tan agradable. Lo que coincide con el autor Decenzo (2003) cuando habla de la necesidad de las capacitaciones en las MYPES.

Este resultado contribuye a mi objetivo de conocer características de la capacitación en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 17, denominada “Aprendizaje asimilado” observamos que de una muestra de 14 trabajadores que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 78,57% asumen que las capacitaciones que se les brindan son importantes y le ha sido de gran ayuda, el otro porcentaje que equivale al 21,42% la información la capta deficientemente de manera regular.

En la tabla 18, denominada “Periodo de capacitación” se ha determinado que el 71,43% indica que las capacitaciones se realizan anualmente, mientras que el 28,57% informa que las capacitaciones que ellos reciben se dan semestralmente. Lo que coincide con el autor Guerra (2010) cuando habla de los programas de capacitación según la necesidad de la organización.

Análisis e interpretación de la tabulación del cuestionario aplicado a los propietarios del rubro Confecciones.

En la tabla 19, denominada “Otorga capacitaciones” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 75.00% afirma que si ha brindado capacitaciones dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar la calidad del servicio, mientras tanto el 25.00% sostuvo que se encuentran en proyecto de poder implementar programas de capacitación. Lo que coincide con el autor Siliceo (2004) cuando habla del desentendimiento de las capacitaciones en las MYPES.

Este resultado me ayudará a acercarme a mi objetivo de Describir los elementos de competitividad en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 20, denominada “Planificación de procesos” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 75% afirma que si ha planificado sus procesos de capacitaciones dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar puntualmente, mientras tanto el 25% sostuvo que hasta el momento no han implementado capacitaciones. Lo que coincide con el autor Chiavenato (2007) cuando habla del efecto que tiene la capacitación.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los Niveles de

competitividad en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 21, denominada “Mejorar los procesos” se ha determinado que el 100% si cree necesario realizar capacitaciones para que sus procesos mejoren. Lo que coincide con el autor Chiavenato (2007) cuando habla del efecto que tiene la capacitación.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los Niveles de competitividad en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 22, denominada “Capacitación por Áreas” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% afirma que si es necesaria la segmentación de las areas para poder realizar las capacitaciones según las actividades que desempeñan los trabajadores. Lo que coincide con el autor Decenzo (2003) cuando habla de la necesidad de las capacitaciones en las MYPES.

Este resultado contribuye a mi objetivo de describir los elementos de competitividad en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 23, denominada “Resultados positivos” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 75% afirma que si ha percibido mejores resultados en su microempresa en cuanto a la mejora de la calidad del servicio, mientras tanto el 25% sostuvo que hasta el momento no han sido participes de alguna capacitación.

Lo que coincide con el autor Decenzo (2003) cuando habla de la necesidad de las capacitaciones en las MYPES.

Este resultado contribuye a mi objetivo de determinar los tipos de capacitación en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 24, denominada “Mejora de los procesos” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 75% afirma que si ha recibido capacitaciones dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar la calidad del servicio, mientras tanto el 25% sostuvo que hasta el momento no han sido participes de alguna capacitación. Lo que coincide con el autor Robbins (2003) cuando habla de los tipos de capacitación según la necesidad de la organización.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad de las Mypes de Confecciones.

En la tabla 25, denominada “Evaluación de los procesos de capacitación” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50.00% afirma que si evalúa los temas de capacitación dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar la calidad del servicio, mientras tanto el 50.00% sostuvo que hasta el momento no han sido participes de alguna capacitación. Lo que coincide con el autor Robbins (2003) cuando habla de los tipos de capacitación según la necesidad de la organización.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad en las Mypes de Confecciones.

En la tabla 26, denominada “Aplicación de los conocimientos” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50.00% afirma que si ha percibido que sus colaboradores aplican los nuevos conocimientos, mientras tanto el 50.00% sostuvo

que hasta el momento no han percibido mejoras por capacitación. Lo que coincide con el autor Chiavenato (2007) cuando habla de la importancia que tiene la capacitación en cuanto a los procesos.

Este resultado contribuye a mi objetivo de describir los elementos de competitividad de las MYPE de servicio rubro confecciones.

En la tabla 27, denominada “Identificación de problemas” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100.00% afirma que si han identificado dificultades dentro de su microempresa y en la medida de sus posibilidades lo han resuelto satisfactoriamente.

En la tabla 28, denominada “Procedimientos para brindar la capacitación” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 25% afirma que si ha establecido el tipo de procedimiento para poder efectuar sus capacitaciones, mientras tanto el 75% sostuvo que hasta el momento no han integrado procesos de capacitación.

En la tabla 29, denominada “Mejora continua” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% afirma que si ha recibido capacitaciones dentro de su centro de trabajo con el propósito de mejorar la calidad del servicio. Lo que coincide con el autor Chiavenato (2007) cuando habla de la importancia que tiene la capacitación en cuanto a los procesos.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad.

En la tabla 30, denominada “Tendencias actuales” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% afirma que si considera importante estar actualizados con las nuevas tendencias ya que de esta forma se podrá satisfacer al cliente en cuanto a sus preferencias. Lo que coincide con el autor Chiavenato (2007) cuando habla de la importancia que tiene la capacitación en cuanto a los procesos.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad.

En la tabla 31, denominada “Necesidad de capacitarse” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50% afirma que si están definidas sus necesidades de capacitación, específicamente de las areas que se requieren prioritariamente capacitarse, mientras el 50% sostuvo dentro de su proyecto de implementación de capacitación considerará las areas especificas que lo requieran.

En la tabla 32, denominada “Implementación necesaria” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50.00% afirma que si cumplen con prestar las herramientas necesarias para el desarrollo de las capacitaciones, mientras que el 50.00% sostuvo que hasta el momento no han sido participes de programas de capacitación en sus microempresas.

En la tabla 33, denominada “Periodo de capacitación” se observa que de una muestra de 4 propietarios de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 25.00% afirma que otorga capacitaciones de forma semestral, el 50.00% otorga capacitaciones en forma anual, mientras tanto el

25% refiere aun estar en proyecto de implementación de programas de capacitación a sus colaboradores.

En la tabla 34, denominada “Buena Calidad de los Productos” se Observa que de una muestra de 4 propietarios que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100.00% si se preocupa por buscar y verificar que los materiales a utilizar sean los apropiados que cumplan con la calidad esperada por sus clientes. Lo que coincide con el autor Porter (2007) cuando habla de la importancia del poder de negociación de los proveedores.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad.

En la tabla 35, denominada “Preferencias de los clientes” se Observa que de una muestra de 4 propietarios que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50% manifiesta que su personal si conoce y cumple con las preferencias de sus clientes, mientras que el otro 50% refiere que son ellos los que transmiten las preferencias de los clientes.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad.

En la tabla 36, denominada “Uso de tecnología” se Observa que de una muestra de 4 propietarios que laboran en las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 50% afirma que si requiere invertir en nueva tecnología lo que su implementacion contribuiría a estar a la vanguardia 50% manifiesta que no cuentan con el presupuesto necesario para poder adquirir nueva

tecnología así mismo refieren que si sería de mucha importancia para su crecimiento. Lo que tiene referencia con Paul Krugman (2008) cuando refiere que la implementación de tecnología de punta contribuye a tener ventajas competitivas.

Este resultado contribuye a mi objetivo de identificar los niveles de competitividad.

Análisis e interpretación de la tabulación del cuestionario aplicado a los Clientes del rubro Confecciones.

En la tabla 37 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% considera que recibe un buen servicio, de ello es su frecuencia a estos centros; lo que coincide con Martell (2013) en su investigación que al mejorar el desempeño de los colaboradores se consigue la satisfacción del cliente, lo que también tiene un impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas

En la tabla 38 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 74% considera que si reciben un servicio de calidad, mientras que el 26% refiere que en algunas oportunidades han tenido que corregir algunos detalles pero que los han sabido corregir; Chang (2005) que para mejorar la competitividad del sector de confecciones se debe optar por la innovación lo que contribuirá para brindar un servicio de calidad.

En la tabla 39 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 66% considera que la atención recibida es de calidad, mientras que el 34% refiere que se han sucedido algunos inconvenientes por lo que no califica la atención del personal como de calidad

En la tabla 40 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 74% considera que si reciben un buen trato por parte de los trabajadores de las Mype, mientras que el 26% refiere que en algunas oportunidades han tenido dificultades que los trabajadores no les han podido solucionar.

En la tabla 41 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 74% manifiesta que siempre han resuelto sus dificultades inmediatamente si se hubiesen presentado, mientras que el 26% refiere que si las han resuelto pero no en los plazos esperados.

En la tabla 42 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% manifiesta estar conforme con los precios estipulados por los propietarios ya son estos mismos los que les dan la posibilidad de regatear dicho precio, hasta llegar a un acuerdo de ambas partes.

En la tabla 43 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 58% precisa que si se debe de implementar nueva tecnología para mejorar sus productos, mientras el 42% manifiesta que no cree conveniente dicha implementación debió a que ello generaría un incremento en el precio de los servicios.

En la tabla 44 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 68% refiere que el servicio recibido si esta acorde a las nuevas tendencias ya que son ellos mismos los que solicitan el diseño del producto en base a sus preferencias, mientras el 32% manifiesta que en cuanto a ultimas tendencias de moda no están actualizados, ya que se debería incorporar al servicio catalogos con diseños actuales.

En la tabla 45 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 84% manifiesta que si encuentran variedad de los productos, mientras el 16% refiere que en algunas oportunidades no han encontrado el producto que han buscado.

En la tabla 46 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 84% manifiesta satisfacción en los acabados de sus productos, mientras el 16% refiere que en ocasiones no han cumplido con sus expectativas.

En la tabla 47 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 66% manifiesta conformidad en el servicio recibido, mientras el 33% refiere que no han podido percibir que a su servicio recibido les otorguen un valor agregado.

En la tabla 48 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 83% manifiesta que su elección es por la existencia de una diferencia sea en calidad, precio o atención, mientras el 17% refiere que no ha percibido una marcada diferenciación.

En la tabla 49 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 100% refiere que siempre eligen a la misma empresa por considerar calidad del servicio recibido.

En la tabla 50 observamos que de una muestra de 96 Clientes de las MYPES de prendas de vestir en el centro de Piura, obtuvimos los siguientes resultados, el 73% manifiesta que siempre se ha cumplido con la entrega en los tiempos acordados, mientras el 27% refiere que se ha dado en alguna oportunidad entregas fuera de las fechas esperadas.

VI. CONCLUSIONES

Respecto a conocer la importancia de la capacitación en las MYPE de confecciones del centro de Piura, se concluye que las MYPE en estudio no le dan el grado de importancia que tiene la capacitación, ya que el desarrollo de las actividades que realizan los colaboradores están en función a la indicación de los propietarios los mismos que cuentan con un conocimiento técnico el cual fue adquirido a través de la experiencias y la practica en la misma empresa.

El tipo de capacitación que reciben los colaboradores de las MYPES bajo estudio son por parte del Experto es decir este personal cuenta con los conocimientos suficientes para compartirlo con el resto de colaboradores, lo que significa que se obtiene un desempeño bueno, es por ello que recomiendo que se utilice permanentemente este tipo de capacitación con la finalidad de potenciar en los colaboradores su desarrollo, y alcanzar un nivel de compromiso, obteniendo mejores resultados.

Se Identifica que el nivel de Competitividad de las MYPES en estudio esta vinculado con en Nivel Microeconomico ya que en la actualidad los propietarios orientan sus estrategias a un segmento de mercado especifico en donde los clientes manifiestan estar satisfechos con el servicio brindado ya que cumple con las expectativas de los clientes, así mismo resaltan preferencia por la actitud que se está presentando ante algún inconveniente lo cual hace que se logre un nivel de competitivo que se diferencian a otros.

Los elementos competitivos que se presentan en la MYPES bajo estudio son la adaptabilidad y la diferenciación, lo que significa que con ello ayudan al negocio a adaptarse a nuevas tendencias y necesidades del cliente permitiéndole sobresalir en el transcurso del tiempo, logrando ganar más mercado, así mismo se observa que en la actualidad se ha obtenido la aceptación y fidelización por parte de los clientes como se observa en los resultados señalados en las encuestas en este caso las tiendas comerciales y han sabido manejar las amenazas que han presentado la competencia que tienen las boutique.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antonio, M. H. (2006). “*Fundación premio nacional de tecnología*”. Obtenido de Mexico: [HTTP://WWW.Fpnt.Org.Mx/Boletin/ Septiembre _2010 /Pdf/Innovacion_De_Procesos.Pdf](http://www.fpnt.org.mx/boletin/septiembre_2010/pdf/innovacion_de_procesos.pdf)
- Arias, F. (2006). “*El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*”. (5°. ed.) . Caracas - Venezuela: Episteme.
- Ayala, E. E. (2008). “*Tesis doctorales de ciencias sociales*”. Obtenido de [HTTP://WWW.Eumed.Net/Tesisdoctorales/2010/Eea/Competiti Vidad.Htm](http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2010/eea/competitividad.htm)
- Boscherine, F. (2000). “*Territorio, conocimiento y competitividad de las empresas*”. Madrid.
- Cali, F. M. (2000). Obtenido de [HTTP://WWW.Matizyasociados.Com /Wpcontent/Uploads/2014 /01/Elecompe.Pdf](http://www.matizyasociados.com/wpcontent/uploads/2014/01/elecompe.pdf)
- Cisneros. (2014). *Caracterización de formalización y competitividad en la empresa de transportes Cesleste y Servicios s.a. Piura*: Universidad Católica los Angeles.
- Coello. (2014). “*Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de nuevo Chimbote*”. Chimbote.
- Eumed. (2014). “*Etapas de evolución de la competitividad*”. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/alv/6.htm>
- Flores, G. J., & Delgado, J. S. (2014). “*Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de las MYPE del sector artesanal en la región de Piura, frente a*

las nuevas tendencias del mercado". Obtenido de http://pirhua.udel.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1864/AE_270.pdf?sequence=1

Hernández (2007). *"Metodología de la Investigación"* Ed. McGraw-Hill Interamericana Cuarta Edición.

Jimenez. (2014). *"Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las MYPE - rubro Boticas A.A H.H Santa Rosa- Piura"*. Piura.

Jorge, B. (2010). *"Índice regional de competitividad para un país"*. Mexico.

Leal, G. (2002). *"Gestión ambiental y competitividad"*. Europa.

Marquez. (2012). *"Propuesta de reducción del tiempo de atención al cliente en el servicio de farmacia de una clínica particular de Lima centro"*. Lima.

Martell, S. (2013). Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del gimnasio Sport Club. Trujillo : Universidad Privada Antenor Orrego

Mena, B. M. (2005). *"La competitividad después de la devaluación"*. Obtenido de <http://www.econlink.com.ar/files/competitividad-devaluacion.pdf>

Moreno. (2012). *"Medición de la atención y satisfacción al cliente en el restaurante la cabaña don parce presentada en la universidad de Piura Udep"*. Piura.

Peña, D. M. (2013). *"Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las MYPE rubro boticas A.A. H. H Santa Rosa- Piura 20013"*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034218>

- Porter, E. M. (2010). "*Ser competitivo*". Obtenido de ser competitivo. Obtenido de <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/ser-competitivo#gs.b593uOU>
- Porter, M. (2010). *Estrategias competitivas*. Mexico: Cideditor.
- Rivera, F. (2011). Obtenido de <HTTP://Fernandorivero.Com/2011/10/28/Caracteristicas-Delcompromisolaboral>
- Ruiz, B. G. (2013). "*Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del gimnasio Sport Club*". Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Santana. (2010). "*Innovación y competitividad en la industria azucarera de México*". Mexico: Centro de investigaciones economicas administrativas y sociales de Mexico.
- Santander. (2010). "*Estrategias para inducir la formalidad de la MYPE de la industria gráfica - offset por medio de gestión competitividad*". Lima Perú.
- Valdez, M. M. (2005). *Guia para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Obtenido de <HTTP://WWW.fpnt.org.mx/boletin>

ANEXOS

Constancias de Validaciones

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Edilte Cruz Bautista, identificado con DNI 02847742.
MAGÍSTER EN Dirección y Gestión Empresarial :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario y matriz operacionalización de variables; elaborado por: **JUDITH LILIANA PAZ TEMOCHE** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación "**CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DE SERVICIO RUBRO CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2016**", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente a los instrumentos presentados se le recomendó al (la) estudiante tener en cuenta las recomendaciones realizadas con la finalidad de optimizar los resultados.

Por lo que se procede a dar la conformidad a la presente validación

Piura, 12 de Setiembre del 2016.



Edilte Cruz Bautista
CLAD 6007

Ítems relacionados con la Variable CAPACITACION – dirigida a Trabajadores	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Ha recibido algún tipo de Capacitación por parte de la Mype en la que se encuentra laborando?	X							X
2. ¿Cree necesaria la capacitación para mejorar los Procesos?	X							X
3. ¿Cree que usted necesita capacitación?	X							X
4. ¿Cree necesaria la capacitación por áreas de trabajo?	X							X
5. ¿Considera que tiene todos los conocimientos y habilidades para desempeñar su trabajo?	X							X
6. ¿Ha notado resultados positivos posteriores a las capacitaciones otorgadas?	X							X
7. ¿Pone en práctica los conocimientos adquiridos de las capacitaciones recibidas?	X							X
8. ¿Sus conocimientos le dan seguridad para hacer su trabajo?	X							X
9. ¿Logras captar cosas importantes y/o nuevas en la capacitación?	X							X
10. ¿Cree importante la capacitación para obtener una mejora continua?	X							X
11. ¿Cree estar lo suficientemente capacitado para enfrentar las necesidades de los clientes?	X							X
12. ¿Se encuentra satisfecho con su desarrollo dentro de su área de trabajo?	X							X
13. ¿Cree interesante estar actualizado de las tendencias de hoy en día?	X							X
14. ¿Considera que la capacitación recibida le permite sentirse parte importante del éxito de la marca?	X							X
15. ¿Las personas que le han otorgado capacitación han demostrado dominio del tema?	X							X
16. ¿El ambiente en donde se le ha otorgado la capacitación ha sido agradable?	X							X
17. ¿Cuánto aprendes con la Capacitación?	X							X
18. ¿Cada que tiempo se otorgan capacitaciones a sus trabajadores?	X							X

image2018-08-17-104435-1.jpg


 Luz Cruz Bautista
 CLAD 6007

Ítems relacionados con la Variable CAPACITACION – dirigida a Propietarios	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿En su organización se otorgan capacitaciones?	X							X
2. ¿Planifican los procesos de Capacitación?	X							X
3. ¿Cree necesaria la capacitación para mejorar los Procesos?	X							X
4. ¿Cree necesaria la capacitación por áreas de trabajo?	X							X
5. ¿Ha notado resultados positivos posteriores a las capacitaciones otorgadas?	X							X
6. ¿Han mejorado los procesos de producción con la Capacitación?	X							X
7. ¿Se evalúa la aplicación de los procesos y/o procedimientos dados en la capacitación?	X							X
8. Sus colaboradores ¿Logran aplicar lo impartido en las capacitaciones otorgadas?	X							X
9. ¿Puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?	X							X
10. ¿Están establecidos los procedimientos para una capacitación?	X							X
11. ¿Cree Importante la capacitación para obtener una mejora continua?	X							X
12. ¿Cree interesante estar actualizado de las tendencias de hoy en día?	X							X
13. ¿Están definidas las necesidades de capacitación?	X							X
14. ¿Cuenta con implementación necesaria para otorgar capacitaciones?	X							X
15. ¿Cada que tiempo se otorgan capacitaciones a sus trabajadores?	X							X
16. ¿Revisa la calidad de los productos que adquieren con sus proveedores?	X							X
17. ¿Su personal cumple con los requerimientos de sus clientes?	X							X
18. ¿Considera que la empresa requiere de implementar su servicio con una mayor tecnología?	X							X


 Mirtha Cruz Bautista
 CLAD 6607

Ítems relacionados con la Variable COMPETITIVIDAD – dirigida a Clientes	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Considera que la calidad de los servicios recibidos es buena?	X							X
2. ¿La calidad del servicio recibido le da la seguridad que usted busca?	X							X
3. ¿Considera que la atención recibida es de calidad?	X							X
4. ¿Recibe un trato por parte del personal?	X							X
5. ¿Si observa alguna dificultad con el producto le otorgado alguna solución?	X							X
6. En relación al precio considera que esta acorde al servicio recibido	X							X
7. ¿Considera que la empresa requiere de implementar su servicio con una mayor tecnología?	X							X
8. ¿Cree usted que el servicio recibido esta acorde a las nuevas tendencias?	X							X
9. ¿Encuentra una amplia variedad en el servicio?	X							X
10. ¿En relación a acabado es el que esperaba?	X							X
11. ¿Siente que al servicio recibido le otorgan un valor agregado?	X							X
12. ¿El producto se diferencia de la competencia?	X							X
13. ¿Elige a esta empresa por su calidad?	X							X
14. ¿El tiempo de entrega del servicio es siempre el acordado?	X							X


 DR. Cruz Bautista
 CIAD 0007

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Ginocetto Vela, identificado con DNI 08867433 MAGÍSTER EN ADU y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario y matriz operacionalización de variables; elaborado por: **JUDITH LILIANA PAZ TEMOCHE** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación **"CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DE SERVICIO RUBRO CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2016"**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente a los instrumentos presentados se le recomendó al (la) estudiante tener en cuenta las recomendaciones realizadas con la finalidad de optimizar los resultados.

Por lo que se procede a dar la conformidad a la presente validación

Piura, 12 de Setiembre del 2016.



Lic. Adm. Carlos Ginocetto Vela
GLACI 0000

Ítems relacionados con la Variable CAPACITACION – dirigida a Trabajadores	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Ha recibido algún tipo de Capacitación por parte de la Mype en la que se encuentra laborando?	/			/		/		/
2. ¿Cree necesaria la capacitación para mejorar los Procesos?	/			/		/		/
3. ¿Cree que usted necesita capacitación?	/			/		/		/
4. ¿Cree necesaria la capacitación por áreas de trabajo?	/			/		/		/
5. ¿Considera que tiene todos los conocimientos y habilidades para desempeñar su trabajo?	/			/		/		/
6. ¿Ha notado resultados positivos posteriores a las capacitaciones otorgadas?	/			/		/		/
7. ¿Pone en práctica los conocimientos adquiridos de las capacitaciones recibidas?	/			/		/		/
8. ¿Sus conocimientos le dan seguridad para hacer su trabajo?	/			/		/		/
9. ¿Logras captar cosas importantes y/o nuevas en la capacitación?	/			/		/		/
10. ¿Cree importante la capacitación para obtener una mejora continua?	/			/		/		/
11. ¿Cree estar lo suficientemente capacitado para enfrentar las necesidades de los clientes?	/			/		/		/
12. ¿Se encuentra satisfecho con su desarrollo dentro de su área de trabajo?	/			/		/		/
13. ¿Cree interesante estar actualizado de las tendencias de hoy en día?	/			/		/		/
14. ¿Considera que la capacitación recibida le permite sentirse parte importante del éxito de la marca?	/			/		/		/
15. ¿Las personas que le han otorgado capacitación han demostrado dominio del tema?	/			/		/		/
16. ¿El ambiente en donde se le ha otorgado la capacitación ha sido agradable?	/			/		/		/
17. ¿Cuánto aprendes con la Capacitación?	/			/		/		/
18. ¿Cada que tiempo se otorgan capacitaciones a sus trabajadores?	/			/		/		/


 Lic. Adm. Carlos H. Sirocchio Vega
 CLAB 0001

Ítems relacionados con la Variable CAPACITACION – dirigida a Propietarios	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿En su organización se otorgan capacitaciones?	/			/		/		/
2. ¿Planifican los procesos de Capacitación?	/			/		/		/
3. ¿Cree necesaria la capacitación para mejorar los Procesos?	/			/		/		/
4. ¿Cree necesaria la capacitación por áreas de trabajo?	/			/		/		/
5. ¿Ha notado resultados positivos posteriores a las capacitaciones otorgadas?	/			/		/		/
6. ¿Han mejorado los procesos de producción con la Capacitación?	/			/		/		/
7. ¿Se evalúa la aplicación de los procesos y/o procedimientos dados en la capacitación?	/			/		/		/
8. Sus colaboradores ¿Logran aplicar lo impartido en las capacitaciones otorgadas?	/			/		/		/
9. ¿Puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?	/			/		/		/
10. ¿Están establecidos los procedimientos para una capacitación?	/			/		/		/
11. ¿Cree importante la capacitación para obtener una mejora continua?	/			/		/		/
12. ¿Cree interesante estar actualizado de las tendencias de hoy en día?	/			/		/		/
13. ¿Están definidas las necesidades de capacitación?	/			/		/		/
14. ¿Cuenta con implementación necesaria para otorgar capacitaciones?	/			/		/		/
15. ¿Cada que tiempo se otorgan capacitaciones a sus trabajadores?	/			/		/		/
16. ¿Revisa la calidad de los productos que adquieren con sus proveedores?	/			/		/		/
17. ¿Su personal cumple con los requerimientos de sus clientes?	/			/		/		/
18. ¿Considera que la empresa requiere de implementar su servicio con una mayor tecnología?	/			/		/		/


 Lic. Adm. Carlos H. González Yegor
 CLABE 0808

Ítems relacionados con la Variable COMPETITIVIDAD – dirigida a Clientes	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita mas ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Considera que la calidad de los servicios recibidos es buena?	/			/		/		/
2. ¿La calidad del servicio recibido le da la seguridad que usted busca?	/			/		/		/
3. ¿Considera que la atención recibida es de calidad?	/			/		/		/
4. ¿Recibe un trato por parte del personal?	/			/		/		/
5. ¿Si observa alguna dificultad con el producto le otorgado alguna solución?	/			/		/		/
6. En relación al precio considera que esta acorde al servicio recibido	/			/		/		/
7. ¿Considera que la empresa requiere de implementar su servicio con una mayor tecnología?	/			/		/		/
8. ¿Cree usted que el servicio recibido esta acorde a las nuevas tendencias?	/			/		/		/
9. ¿Encuentra una amplia variedad en el servicio?	/			/		/		/
10. ¿En relación a acabado es el que esperaba?	/			/		/		/
11. ¿Siente que al servicio recibido le otorgan un valor agregado?	/			/		/		/
12. ¿El producto se diferencia de la competencia?	/			/		/		/
13. ¿Elige a esta empresa por su calidad?	/			/		/		/
14. ¿El tiempo de entrega del servicio es siempre el acordado?	/			/		/		/


 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega
 CLAR 2008

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Manuel G. Meinno Hinojosa, identificado con DNI 02659237
MAGÍSTER EN Ciencias Políticas :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario y matriz operacionalización de variables; elaborado por: **JUDITH LILIANA PAZ TEMOCHE** a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación "**CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DE SERVICIO RUBRO CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2016**", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente a los instrumentos presentados se le recomendó al (la) estudiante tener en cuenta las recomendaciones realizadas con la finalidad de optimizar los resultados.

Por lo que se procede a dar la conformidad a la presente validación

Piura, 12 de Setiembre del 2016.



Firma

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Meinno Hinojosa
CLAD 05962

Evidencia del Turnitin



- Ejercicios
- Estudiantes
- Boleth de notas
- Bibliotecas
- Calendario
- Discusión
- Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > TALLER CO CURRICULAR > 1ENTREGA

Acerca de esta página

Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

1ENTREGA

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▼

Entregar archivo

Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitente

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cunyarache Chinin ...	CUNYARACHE CHINININ	0%		*		987773839	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Paz Temoche Paz Temo...	PAZ TEMOCHE	0%		*		987787902	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Saavedra Mendoza Saa...	SAAVEDRA MENDOZA	0%		*		987785588	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Ayosa Chumacero Ayos...	AYOSA CHUMACERO	4%		*		987782885	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Avila Mendoz...	MENDOZA AVILA	6%		*		987782319	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Jaramillo Valle Jara...	JARAMILLO VALLE	7%		*		987775534	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Castro De Mújica Cas...	CASTRO DE MÚJICA	9%		*		987998059	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Medina Chunga Medina...	MEDINA CHUNGA	13%		*		987777570	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Montalban Ramos Mont...	MONTALBAN RAMOS	13%		*		987778544	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Minga Inga Minga Ing...	MINGA INGA	14%		*		987772891	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Gonzales Carrión Gon...	GONZALES CARRIÓN	15%		*		987786284	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valdiviezo Robledo V...	VALDIVIEZO ROBLEDO	17%		*		987785155	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Crisanto Yacila Cris...	CRISANTO YACILA	19%		*		987789509	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valverde Juarez Valv...	Valverde Juarez	24%		*		987998282	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Delgado Nanquen Delg...	DELGADO NANQUEN	27%		*		987785955	05-ago.-2018

Matriz de operacionalización de las variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Escala	Metodología
CAPACITACIÓN	Es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, así como mejorar la calidad de los procesos como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas .	Importancia	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor compromiso. • Mejora el desempeño. • Potencia los conocimientos 	La dimensión denominada “Importancia” se medirá con los indicadores mayor compromiso, mejora el desempeño y potencia los conocimientos, la técnica de la Encuesta y se empleara como instrumento el cuestionario.	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> – Descriptiva – Cuantitativa – No experimental – Corte transversal
		Tipos	<ul style="list-style-type: none"> • Experto – Aprendiz. • Inductiva. • Promocional. • De caso. 	La dimensión denominada “tipos” se medirá con los indicadores experto – aprendiz, inductiva, promocional y de caso, la técnica de la Encuesta y se empleara como instrumento el cuestionario.	Nominal	

COMPETITIVIDAD	Es la capacidad de una organización de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno teniendo incidencia en la forma de plantear y desarrollar elementos y estrategias para la mejora de negocios, (Porter, 2010)	Niveles	<ul style="list-style-type: none"> • Metaeconómico. • Macroeconómico • Mesoconómico. • Microeconómico. 	La dimensión “Niveles” se medirá con sus indicadores: Metaeconómico, Macroeconómico, Mesoconómico y Microeconómico con el método de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala Nominal y Ordinal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nominal ▪ Ordinal 	<ul style="list-style-type: none"> – Descriptiva – Cuantitativa – No experimental – Corte Transversal
		Elementos	<ul style="list-style-type: none"> – Gestión estratégica – Diferenciación – Innovación – Adaptabilidad 	La dimensión “Elementos” se medirá con sus indicadores: Gestión estratégica, Diferenciación, Innovación, y Adaptabilidad con el método de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nominal ▪ Ordinal 	

Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
“Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de piura, año 2018”.	¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018?	General: Identificar las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018. (a) Conocer la Importancia de la capacitación en las Mype de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018. (b) Determinar los Tipos de capacitación que	Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) “La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de	Capacitación	Importancia	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor compromiso. • Mejora el desempeño. • Potencia los conocimientos. 	Encuesta	Cuestionario
					Tipos	<ul style="list-style-type: none"> • Experto – Aprendiz. • Inductiva. • Promocional. • De caso 	Encuesta	Cuestionario

		<p>utilizan las MYPE de servicios rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018.</p> <p>(c) Identificar los Niveles de la competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018.</p> <p>(d) Describir los elementos de la Competitividad que están aplicando las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018.</p>	<p>cualquier fenómeno que se analice”; por lo tanto esta investigación no lleva hipótesis.</p>	Competitividad	Niveles	<ul style="list-style-type: none"> • Metaeconómico • Macroeconómico • Mesoconómico • Microeconómico 	Encuesta	Cuestionario
					Elementos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión estratégica ▪ Diferenciación ▪ Innovación ▪ Adaptabilidad 	Encuesta	Cuestionario

Encuesta a Trabajadores



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA: CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DE PRENDAS DE VESTIR DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2015

Como Alumna de administración de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Universidad Católica Los Angeles De Chimbote- Piura del curso Tesis , me encuentro realizando un trabajo de investigación de las características de la **Capacitación** y **Competitividad** de las **Mypes de Prendas de Vestir del Centro de Piura**, año **2018**, en este sentido conocedora de su espíritu de cooperación le solicitamos a responder las siguientes preguntas.

<u>ESCALA</u>	<u>SI</u>	<u>NO</u>
	1	2

<u>CUESTIONARIO DE CAPACITACIÓN PARA LOS TRABAJADORES</u>	<u>SI</u>	<u>NO</u>
1. ¿Ha recibido algún tipo de Capacitación por parte de la Mype en la que se encuentra laborando?		
2. ¿Cree necesaria la capacitación para mejorar los Procesos?		
3. ¿Cree que usted necesita capacitación?		
4. ¿Cree necesaria la capacitación por áreas de trabajo?		
5. ¿Considera que tiene todos los conocimientos y habilidades para desempeñar su trabajo?		
6. ¿Ha notado resultados positivos posteriores a las capacitaciones otorgadas?		
7. ¿Pone en práctica los conocimientos adquiridos de las capacitaciones recibidas?		
8. ¿Sus conocimientos le dan seguridad para hacer su trabajo?		
9. ¿Logras captar cosas importantes y/o nuevas en la capacitación?		
10. ¿Cree Importante la capacitación para obtener una mejora continua?		
11. ¿Cree estar lo suficientemente capacitado para enfrentar las necesidades de los clientes?		

CUESTIONARIO DE CAPACITACIÓN PARA LOS TRABAJADORES	SI	NO
12. ¿Se encuentra satisfecho con su desarrollo dentro de su área de trabajo?		
13. ¿Cree interesante estar actualizado de las tendencias de hoy en día?		
14. ¿Considera que la capacitación recibida le permite sentirse parte importante del éxito de la marca?		
15. ¿Las personas que le han otorgado capacitación han demostrado dominio del tema?		
16. ¿El ambiente en donde se le ha otorgado la capacitación ha sido agradable?		

<u>ESCALA</u>	<u>NADA</u>	<u>POCO</u>	<u>REGULAR</u>	<u>SUFICIENTE</u>
	<u>1</u>	<u>2</u>	3	4

<u>CUESTIONARIO DE CAPACITACIÓN PARA LOS TRABAJADORES</u>	<u>NADA</u>	<u>POCO</u>	<u>REGULAR</u>	<u>SUFICIENTE</u>
17. ¿Cuánto aprendes con la Capacitación?				

<u>ESCALA</u>	<u>MENSUAL</u>	<u>TRIMESTRAL</u>	<u>SEMESTRAL</u>	<u>ANUAL</u>
	<u>1</u>	<u>2</u>	3	4

<u>CUESTIONARIO DE CAPACITACIÓN PARA LOS TRABAJADORES</u>	<u>MENSUAL</u>	<u>TRIMESTRAL</u>	<u>SEMESTRAL</u>	<u>ANUAL</u>
18. ¿Cada que tiempo se otorgan capacitaciones a sus trabajadores?				

GRACIAS POR SU COLABORACION!!

Encuesta a Propietarios



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

ENCUESTA: CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DE PRENDAS DE VESTIR DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2018

Como Alumna de administración de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote- Piura del curso Tesis II, me encuentro realizando un trabajo de investigación de las características de la **Capacitación y Competitividad de las Mypes de Prendas de Vestir del Centro de Piura**, año **2018**, en este sentido conocedora de su espíritu de cooperación le solicitamos a responder las siguientes preguntas.

<u>ESCALA</u>	<u>SI</u>	<u>NO</u>
	1	2

CUESTIONARIO DE CAPACITACIÓN PARA LOS PROPIETARIOS	SI	NO
1. ¿En su organización se otorgan capacitaciones?		
2. ¿Planifican los procesos de Capacitación?		
3. ¿Cree necesaria la capacitación para mejorar los Procesos?		
4. ¿Cree necesaria la capacitación por áreas de trabajo?		
5. ¿Ha notado resultados positivos posteriores a las capacitaciones otorgadas?		
6. ¿Han mejorado los procesos de producción con la Capacitación?		
7. ¿Se evalúa la aplicación de los procesos y/o procedimientos dados en la capacitación?		
8. Sus colaboradores ¿Logran aplicar lo impartido en las capacitaciones otorgadas?		
9. ¿Puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?		
10. ¿Están establecidos los procedimientos para una capacitación?		
11. ¿Cree Importante la capacitación para obtener una mejora continua?		

CUESTIONARIO DE CAPACITACIÓN PARA LOS PROPIETARIOS	SI	NO
12. ¿Cree interesante estar actualizado de las tendencias de hoy en día?		
13. ¿Están definidas las necesidades de capacitación?		
14. ¿Cuenta con implementación necesaria para otorgar capacitaciones?		

ESCALA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
	1	2		4

CUESTIONARIO DE CAPACITACIÓN PARA LOS PROPIETARIOS	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
15. ¿Cada que tiempo se otorgan capacitaciones a sus trabajadores?				

CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD PARA LOS PROPIETARIOS	SI	NO
16. ¿Revisa la calidad de los productos que adquieren con sus proveedores?		
17. ¿Su personal cumple con los requerimientos de sus clientes?		
18. ¿Considera que la empresa requiere de implementar su servicio con una mayor tecnología?		

GRACIAS POR SU COLABORACION!!

Encuesta a Clientes



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

ENCUESTA: CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DE PRENDAS DE VESTIR DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2018

Como Alumna de administración de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Universidad Católica Los Angeles De Chimbote- Piura del curso Tesis II, me encuentro realizando un trabajo de investigación de las características de la **Capacitación y Competitividad de las Mypes de Prendas de Vestir del Centro de Piura**, año **2018**, en este sentido conocedora de su espíritu de cooperación le solicitamos a responder las siguientes preguntas.

ESCALA	SI	NO
	1	2

CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD DE LOS CLIENTES	SI	NO
1. ¿Considera que la calidad de los servicios recibidos es buena?		
2. ¿La calidad del servicio recibido le da la seguridad que usted busca?		
3. ¿Considera que la atención recibida es de calidad?		
4. ¿Recibe un trato por parte del personal?		
5. ¿Si observa alguna dificultad con el producto le otorgado alguna solución?		
6. En relación al precio considera que esta acorde al servicio recibido		
7. ¿Considera que la empresa requiere de implementar su servicio con una mayor tecnología?		
8. ¿Cree usted que el servicio recibido esta acorde a las nuevas tendencias?		
9. ¿Encuentra una amplia variedad en el servicio?		
10. ¿En relación a acabado es el que esperaba?		
11. ¿Siente que al servicio recibido le otorgan un valor agregado?		
12. ¿El producto se diferencia de la competencia?		
13. ¿Elige a esta empresa por su calidad?		
14. ¿El tiempo de entrega del servicio es siempre el acordado?		

GRACIAS POR SU COLABORACION!!

Libro de Códigos “T”

PREGUNTA ENCUESTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	4
2.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
3.	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
4.	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	4	3
5.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
6.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	4	4
7.	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	3	3
8.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
9.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	4	4
10.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
11.	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	3	3
12.	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	4	4
13.	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	4
14.	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	3	3
TOTAL	<u>SI</u> <u>09</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>14</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>12</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>14</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>10</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>11</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>14</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>13</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>09</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>12</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>08</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>13</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>14</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>08</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>07</u> <u>14</u>	<u>SI</u> <u>12</u> <u>14</u>	*	**
	<u>NO</u> <u>05</u> <u>14</u>	<u>N</u> <u>0</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>00</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>04</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>03</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>00</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>01</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>05</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>06</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>01</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>00</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>06</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>07</u> <u>14</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>14</u>		

*PREGUNTA 17 : NADA(0/14) POCO (0/14) REGULAR(3/14) SUFICIENTE(11/14)

**PREGUNTA 18: MENSUAL(0/14) TRIMESTRAL(0/14) SEMESTRAL(4/14) ANUAL(10/14)

Libro de Codigos “P”

PREGUNTA ENCUESTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	1	2	2
3.	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	4	1	2	2
4.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1
TOTAL	<u>SI</u> <u>03</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>03</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>04</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>04</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>03</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>03</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>02</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>02</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>04</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>01</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>04</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>04</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>02</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>02</u> <u>04</u>	* —	<u>SI</u> <u>04</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>02</u> <u>04</u>	<u>SI</u> <u>02</u> <u>04</u>
	<u>NO</u> <u>01</u> <u>04</u>	<u>N</u> <u>0</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>00</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>00</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>01</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>01</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>04</u>	<u>N</u> <u>0</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>03</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>00</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>00</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>04</u>		<u>NO</u> <u>00</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>04</u>	<u>NO</u> <u>02</u> <u>04</u>

*PREGUNTA 15: MENSUAL (0/4) TRIMESTRAL (0/4) SEMESTRAL (1/4) ANUAL (2/4) NUNCA (1/4)

Libro de Códigos “C”

Pregunta Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9.	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2
10.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11.	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
12.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13.	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1
14.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
15.	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2
16.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17.	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
18.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19.	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1
20.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
21.	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2
22.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23.	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
24.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25.	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1
26.	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1
27.	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2
28.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29.	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
30.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31.	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1
32.	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1
33.	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2
34.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35.	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
36.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37.	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1
38.	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1
39.	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2
40.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41.	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
42.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43.	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
44.	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1
45.	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2
46.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47.	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
48.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49.	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1
50.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1

Pregunta Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
51.	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
52.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53.	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
54.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55.	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
56.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
57.	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2
58.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59.	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
60.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61.	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1
62.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
63.	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
64.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
65.	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2
66.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67.	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
68.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
69.	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2
70.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
71.	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1
72.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
73.	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
74.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
75.	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2
76.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77.	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
78.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
79.	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
80.	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1
81.	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
82.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
83.	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
84.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
85.	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
86.	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1
87.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
88.	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
89.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
90.	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1
91.	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1
92.	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
93.	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
94.	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
95.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
96.	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1
TOTAL	SI : 96/96 NO: 00/96	SI : 71/96 NO: 25/96	SI : 63/96 NO: 33/96	SI : 71/96 NO: 25/96	SI : 71/96 NO: 25/96	SI : 96/96 NO: 00/96	SI : 56/96 NO: 40/96	SI : 65/96 NO: 31/96	SI : 81/96 NO: 15/96	SI : 81/96 NO: 15/96	SI : 63/96 NO: 33/96	SI : 80/96 NO: 16/96	SI : 96/96 NO: 00/96	SI : 70/96 NO: 26/96

USER: 45757402

Nro: 082018-00006931
Fecha: 17-08-2018 18:34

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) PAZ TEMOCHE JUDITH LILIANA, con código de matrícula 0811151037, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

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

PIURA, 17 DE AGOSTO DEL 2018.


UNIVERSIDAD CATOLICA
LOS ANGELES-CHIMBOYE

Giuliana Lisbeth Moseot Carbajal
UNIDAD DE CAJA PIURA


UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOYE
PIURA, PERU

Srta. Ana Silvia Zhuyes Guevara
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

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