



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES
RUBRO FERRETERÍA - TALARA, AÑO 2014.**

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

AUTOR:

JUAN CARLOS CÓRDOVA VILCHEZ

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA-PERÚ

2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES
RUBRO FERRETERÍA - TALARA, AÑO 2014.**

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

AUTOR:

JUAN CARLOS CÓRDOVA VILCHEZ

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA-PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR Y ASESORA

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgr. Víctor Helio Patiño Niño
Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño
Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque me ha guiado en cada paso que doy
y ayudado a culminar con éxito esta etapa de mi
vida y brindarme la sabiduría e inteligencia para poner
en practica mis conocimientos por el bien de la sociedad.

A mis padres, que con su muestra de
ejemplo en perseverancia me enseñaron a
no rendirse fácilmente y con sus consejos
a salir adelante.

A la Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño
Que me brindó todo el apoyo necesario para la
realización de mi trabajo de tesis.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios por dirigirme
por buen camino, superando los obstáculos
que se presentan, dándome las fuerzas necesarias
para seguir adelante y no dejarme caer.

De igual manera estas tesis se la dedico a mi
familia por su ayuda y constante cooperación, por
apoyarme y educarme con buenos valores sobre
todo animarme en los momentos más difíciles.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería – Talara, año 2014”, tuvo como objetivo general: determinar las características de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería – Talara, año 2014. Se emplearon dos variables capacitación y competitividad. En la metodología la investigación su nivel es descriptivo, con un diseño no experimental, transversal, para el recojo de la información en cuanto a la variable capacitación se escogió 5 MYPE de una población de 14 trabajadores, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas y de una población infinita para la variable competitividad se tomó una muestra de 384 clientes aplicando la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 15 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados: Las MYPE comerciales del rubro ferretería no están logrando los resultados deseados esto se debe a que sus colaboradores necesitan ser capacitados y de esa manera potenciar cada una de sus habilidades lo que les permitirá llegar a ser más competitivos en este mercado que atraviesa constantes cambios.

Palabras claves: Capacitación, competitividad, MYPE

SUMMARY

The present research work called "Characterization of the training and competitiveness of the commercial MYPEs hardware store - Talara, year 2014", had as general objective: to determine the characteristics of the training and competitiveness of the commercial MYPE hardware store -Talara, year 2014 . Two variables training and competitiveness were used. In the research methodology, its level is descriptive, with a non-experimental, transversal design, for the collection of information regarding the training variable, 5 MYPE were chosen from a population of 14 workers, to whom a questionnaire of 15 was applied. closed questions and an infinite population for the competitive variable, we took a sample of 384 clients applying the survey technique and as a tool a questionnaire of 15 questions. Obtaining the following results: The commercial MYPE of the hardware sector are not achieving the desired results, this is due to the fact that their collaborators need to be trained and in this way strengthen each one of their skills which will allow them to become more competitive in this market. goes through constant changes.

Keywords: Training, competitiveness, MYPE

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR Y ASESORA.....	i
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
RESUMEN	iv
SUMMARY	v
CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN LITERATURA.....	14
2.1. Antecedentes.....	14
2.2. Bases Teóricas	29
2.2.1. Capacitación.....	29
2.2.2. Competitividad.....	36
III. HIPÓTESIS	44
IV. METODOLOGÍA.....	45
4.1 Diseño de la investigación.....	45
4.2 Población y muestra	46
4.3 Criterios de inclusión:.....	47
4.4 Criterios de exclusión:.....	47
V. RESULTADOS	56
VI. CONCLUSIONES.....	74
Referencias.....	78
ANEXOS.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Relación de MYPE	47
Tabla 2 Definición y operacionalización de variables	48
Tabla 3 Matriz de consistencia	53
Tabla 4 Edad de colaboradores	56
Tabla 5 Estado civil	56
Tabla 6 Grado de instrucción	56
Tabla 7 Cargo que desempeña	57
Tabla 8 Tipo de liderazgo	57
Tabla 9 Capacitación de preingreso	57
Tabla 10 Capacitación de ingreso	57
Tabla 11 Adapatación rápida al proceso de capacitación	58
Tabla 12 Capacitación a sus trabajadores para mayor rendimiento	58
Tabla 13 Capacitación continua para estabilidad del mercado	58
Tabla 14 Comunicación entre colaboradores	58
Tabla 15 Beneficios a los trabajadores	59
Tabla 16 Posibilidad de una mejor categoría a la actual	59
Tabla 17 Tarea establecida	59
Tabla 18 Cumpliendo metas	59
Tabla 19 Ofertas para atraer clientes	60
Tabla 20 Son amables los trabajadores en cuanto a su atención	60
Tabla 21 Dispuestos a pagar un porcentaje mayor al precio	60
Tabla 22 Implementación de uniformes	61
Tabla 23 Diferenciación de las otras MYPE	61
Tabla 24 El servicio y producto es innovar	61
Tabla 25 Califique la MYPE en que rango se encuentra	61
Tabla 26 En cuanto a los recursos,siempre encuentra productos en stock	62
Tabla 27 Expansión de la MYPE	62
Tabla 28 MYPE con precios bajos	62
Tabla 29 Necesidades en cuanto a su satisfacción	62
Tabla 30 Precios en comparación con otras MYPE	63
Tabla 31 Calidad optima en cuanto al producto	63
Tabla 32 Los intereses de los consumidores	63
Tabla 33 Encuentra lo que necesita	63

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación proviene de la línea de investigación denominada: caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería -Talara, año 2014. La mayoría de microempresas piuranas presentan limitaciones en su desempeño como consecuencia de la baja calificación del empresario y de los trabajadores, además de los escasos activos fijos que poseen, generando una baja productividad, productos de baja calidad, altos niveles de desperdicios, lo que finalmente se traduce en altos niveles de subempleo, informalidad y pobreza para los trabajadores de este sector, afectando a la rentabilidad. Sin embargo, las microempresas muestran ventajas como: capacidad de adaptación, flexibilidad, contacto directo entre el empresario y el cliente y entre el empresario y sus trabajadores.

El presente trabajo de investigación se ha estructurado de la siguiente forma:

Capítulo I: Introducción, Capítulo II Revisión literaria, Capítulo III Hipótesis, Capítulo IV Metodología, Capítulo V Resultados, Capítulo VI Conclusiones. La investigación denominada “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014”, se enmarca en la línea de investigación Caracterización del financiamiento, la capacitación, competitividad y la rentabilidad de las MYPE y “Gestión de calidad y formalización de las MYPE en Perú

Por lo anteriormente expresado, la propuesta del problema de investigación es el siguiente: En Perú, actualmente existe un importante crecimiento de MYPE las cuales conforman el grueso del tejido empresarial, dado que, de las empresas existentes en el país, el 98,4% son MYPE; las mismas que aproximadamente generan el 42% de la producción nacional, proporcionando el 88% del empleo privado del país. Estos datos estarían implicando que, los rendimientos y/o productividad de las MYPE son bajos, en contraposición a las medianas y grandes empresas, ya que sólo el 1.6% (que representan dichas empresas) estarían generando el 58% de la producción nacional. Moreno (2016)

Por lo tanto, sería importante conocer a qué se debe la baja productividad de las MYPE. En este trabajo de investigación se buscará conocer dicha problemática. También cabe señalar que, otra limitación para el desarrollo de las MYPE radica en las múltiples dificultades que deben enfrentar para acceder a los servicios de desarrollo empresarial y tecnológico. La existencia de una gran variedad de sectores y sub sectores en las MYPE, así como el relativo bajo nivel educativo de los micros y pequeños empresarios, constituyen los principales impedimentos para la formación de capacidades gerenciales. Adicionalmente, se debe tener en cuenta también el poco tiempo que disponen los empresarios para asistir a los cursos de capacitación.

Actualmente las empresas se enfrentan a un entorno caracterizado por grandes y profundos cambios de entorno, además de los retos propios de los emprendedores. Debido a los cambios que están teniendo lugar y que afectan a la empresa, se debe considerar que las estrategias formuladas e implantadas anteriormente, en circunstancias diferentes a las actuales, pueden no ser adecuadas o incluso perjudicial.

Actualmente la calidad del servicio ferretero, va dirigido a las distintas personas que requieren de estos productos. La mayoría de estas MYPE que están en el mercado, muchas de ellas de origen familiar ,iniciaron con muy pocos productos, básicamente se dedicaron a la venta de materiales de construcción o a la prestación de servicios relacionados a estos productos, las MYPES que ejercen este tipo de servicio tienen mucha influencia en la gente de los lugares más urbanos, ya que empiezan como pequeñas tiendas instaladas en las viviendas en las que se ofrecen enseres del hogar como utensilios: martillo, focos, alambre, etc; es decir suministros para los hogares.

Las MYPE que desempeñan este tipo de servicio tienen mucha influencia en la gente y se ve que en Perú y específicamente en Talara, la expansión del mercado ferretero pareciera tener explicación en el crecimiento del sector construcción y el desarrollo de muchos programas de vivienda. Los pequeños negocios ferreteros lograron introducir en el mercado los mismos productos pero a la vez han marcado en la mente de los consumidores que sus productos tienen, además, la ventaja de que sus precios son menores.

Además de la calidad de los productos y los precios menores también tienen como ventaja adicional el servicio a domicilio, en el momento de la solicitud. Para sobrevivir y poder contrarrestar la agresiva campaña de las grandes cadenas del negocio ferretero, las pequeñas ferreterías han tenido que agruparse en muchos casos, algo así como la unión hace la fuerza, al modo de feria popular. Si bien las MYPES representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas. Sánchez (2007)

El ingreso al mercado ferretero de las grandes cadenas iba a eliminar a los pequeños negocios del rubro. La amenaza comercial se fue diluyendo en los últimos años, porque los clientes buscan al maestro ferretero de barrio, antes que a un empleado de una gran tienda de marca. El consumidor sabe que ese pequeño vendedor tiene un conocimiento especializado. Sin embargo, las MYPE enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Vargas (2018)

Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas. Ovens (2005)

En Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPE en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú y el 80.96% de la población económicamente activa. MTPE (Ministerio de trabajo Y Promocion del empleo, 2007)

La MYPE denominada “DON CASTILLO”, constituida de conformidad con las Leyes del país, de domicilio en José Abelardo Quiñones J-3 cuya actividad principal es el ejercicio del comercio general exponiendo al público artículos de toda clase ,especialmente los relacionados con la ferretería involucrando también las ramas de cosas para la construcción y ferretería en general, con sus accesorios y piezas de recambio, insumos y materias primas de toda clase.

La MYPE denominada “ARALPRCOYA”, se formó en con todos los reglamentos establecidos de las MYPES, en el domicilio de Jorge Chávez A-10, cuya función es de brindar productos de calidad a buenos precios, que sean accesibles a los compradores y cuenta con un ferretero que conoce muy bien lo que ofrece y que le brinda soluciones al cliente.

La MYPE denominada “El rey David”, está establecida en el domicilio Jorge Chávez C-14, brinda productos de construcción civil y herramientas para el hogar de buena calidad, cuenta con tres trabajadores incluido el dueño (administrador) y dos colaboradores.

La MYPE denominada “Comercial Leo “, se ubica en la av. B-NRO 98 A(Lateral) la cual brinda productos y servicios de construcción y ferretería dándoles la información necesaria a sus clientes para una buena inversión en cuanto al levantamiento de sus casas y modificación de la misma.

La MYPE denominada “El Eléctrico”, se encuentra ubicada en Mártires Petroleros Talara, esta ofrece diferentes tipos de productos y herramientas que están al alcance del bolsillo de sus clientes, tiene a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar.

En cuanto a la mejora de las condiciones de financiamiento para las MYPE, mediante la mayor disponibilidad de recursos y propuestas de reformas transversales, el Gobierno, por medio de la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide), creará el Fondo Crecer, que estará orientado a cubrir las necesidades de financiamiento de las empresas del segmento MYPE y medianas empresas. Este fondo contará con recursos financieros que ascienden a más de 1,000 millones de soles, una parte será destinada a financiar créditos y otra parte será orientada a constituir un fondo de garantía para portafolio de créditos MYPE. Se destaca que el fondo de garantía tendrá un

apalancamiento de 10 veces y permitirá la emisión de garantías de hasta por más de 6,000 millones de soles. Dependiendo del éxito de esta estrategia de apoyo financiero a este grupo, la disponibilidad de recursos podría ampliarse. Gutiérrez (2018)

La evolución de la micro y pequeña empresa (MYPE), orienta nuestra misión como ente promotor de su financiamiento y desarrollo, así como de las entidades micro financieras. En tal sentido, se ha desarrollado estrategias para su crecimiento, así como una oferta de productos y servicios financieros que permitan atender los requerimientos específicos del sector, con la finalidad de lograr negocios más productivos, competitivos y activos en el sistema financiero nacional. Tamayo (2016)

Mientras se aprueba la nueva Ley de las MYPE, lo primero que tiene que hacer el Congreso de la Republica es prorrogar, mediante ley, los beneficios de actual Ley de MYPE, para que las Micro y Pequeñas Empresas sigan gozando de dichos beneficios y no se perjudiquen pasando al Régimen General. El promedio de la morosidad de las micro y pequeñas empresas es la mitad del promedio del sistema financiero debido a la oferta / demanda y al lento avance de las micro finanzas. Con respecto a los trabajadores, las MYPE informales, les pagan por debajo del sueldo mínimo vital, trabajan más de ocho (8) horas sin remuneración adicional, no les pagan CTS, vacaciones ni gratificaciones. Latínez (2013)

El emprendedor de las MYPE, se caracteriza por no tener un plan de negocios, cuando contrata al poco personal, lo hace sin conocer exactamente qué funciones asignarle, pues generalmente, es el propietario quien realiza todas las funciones convirtiéndose en multifuncional. Por otro lado, este emprendedor, se caracteriza por no calcular correctamente el tiempo y no llevar un control de sus ingresos y egresos y consumen los ingresos en cuestiones personales, ajenas al negocio. Además el 91% de

los emprendedores peruanos esperan recuperar rápidamente el monto invertido en un tiempo máximo de 2 años (Terán Sánchez, 2011).

Estas características son comunes en los empresarios MYPE, sin embargo no buscan formas de solucionar sus problemas, a pesar del apoyo brindado por las entidades gubernamentales, además son reacios a la asociación debido a la falta de confianza y de dirigentes comprometidos a impulsar el apoyo que busque el beneficio del grupo y no intereses personales.

Las MYPE no tienen poder de negociación con los proveedores, dado el bajo volumen de compra y el reducido capital, así como el escaso apoyo de las entidades financieras, convirtiendo al microempresario en un cliente poco importante para el proveedor. En consecuencia, el poder de negociación, es bajo y el microempresario debería adecuarse a los requisitos exigidos por el proveedor. Sin embargo el proveedor está interesado en seguir creciendo y para ello necesita nuevos clientes, probablemente establezca una buena relación comercial con su cliente; por lo general el proveedor es poderoso cuando son pocos proveedores y tienen altos niveles de inversión, la calidad del servicio o producto que ofrece no puede ser fácilmente sustituido. (Villarán, 2009).

En cuanto al poder de negociación de los clientes, es importante conocer las necesidades y las características de sus clientes para evaluar cuál es el poder de negociación que se tiene frente a los proveedores. Los compradores como fuerza competitiva pueden solicitar reducciones en los precios, demandar mayor calidad o más servicios, y enfrentar a los competidores entre ellos, todo a expensas de la rentabilidad de la industria. El poder de cada grupo de compradores depende de su situación en el mercado y de la importancia de sus compras comparadas con el total de ventas de la industria. Sin embargo en las MYPE piuranas no cuentan con esta

ventaja ya que no poseen capacidad de endeudamiento y por lo tanto la compra del producto viene siendo en cantidades reducidas, lo que mayormente toman como ventaja es la estrategia de diferenciación de productos. Mendoza (2008)

Al mismo tiempo la rivalidad entre competidores se presenta en forma de competencia de precios, publicidad, introducción de nuevos productos y aumento de servicios y garantías a los clientes. La rivalidad surge de la presión u oportunidad percibida por algunos competidores por mejorar su posición en el mercado. El grado con que la competencia está creando nuevos productos, bajando precios e incrementando su publicidad tiene un impacto significativo en la rentabilidad de la industria. Por otro lado, se encuentra la amenaza de productos o servicios sustitutos que se convierte en un desafío que no proviene de un competidor conocido, sino de una empresa que produce otro producto que tiene la misma función.

En este punto se analizan los factores político-legales que afectan a la ferretería, cómo se relaciona con el gobierno, las actitudes de los consumidores hacia la industria y la política fiscal entre otras variables. Está constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Administración Tributaria, Superintendencia de Registros Públicos, Ministerios de Industria, Turismo, Ministerios de la Producción. Estas instituciones cumplen ciertas funciones, para ejercerlas, emiten normas y regulaciones, así el Estado interviene en la economía mediante la política monetaria y fiscal, así como mediante regulaciones de distintos mercados como el laboral (sueldos mínimos, derechos y obligaciones del trabajador y empresario, contratación temporal, etc.) y los mercados financieros. Así por ejemplo, para su formalización, se debe contar con la Minuta de Constitución Social; donde las

MYPE solo necesitan presentar una Declaración de Voluntad de Constitución de microempresa o pequeña empresa. No es indispensable la presentación de la Minuta de Constitución ante Notario Público.

Por otro lado con respecto a la tributación, debe elegir el Régimen tributario más conveniente entre el Nuevo RUS (Régimen Único Simplificado), Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) y el Régimen General. En cuanto a beneficios del Régimen Especial, se tiene que la microempresa que se acoge a él debe cumplir con: remunerar a sus trabajadores con por lo menos la remuneración mínima vital, S/. 750,00 (setecientos cincuenta y 00/100 nuevos soles), derecho de descanso vacacional de por lo menos quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios, jornada de trabajo de 8 horas diarias ó 48 semanales, descanso semanal y descanso por días feriados: 24 horas. Miranda (2011).

Con respecto al factor económico, se tiene que analizar la forma cómo la empresa se inserta a la sociedad y la producción y distribución de los bienes y servicios. Así se considerará la evolución de los sueldos y salarios que actúa sobre la capacidad de consumo; la tasa de inflación y su evolución, que suele presionar a la baja sobre las utilidades de las empresas y sobre el poder adquisitivo de las personas; el hecho de que la economía esté en un ciclo de expansión, crecimiento o recesión incide considerablemente en las expectativas de las empresas y en sus proyectos de inversión. Así, según el Banco Central de Reserva de Perú, la tasa de inflación es de 2.68% y la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor en Piura es de 0.24 igual al promedio nacional (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2013), Otro factor influyente está el tamaño del mercado, el nivel de desarrollo, las telecomunicaciones, el estado de la red vial, las disponibilidades de factores físicos y financieros, la tasa de

interés. Con respecto a este último factor, se tiene que la tasa de interés se mantienen desde el 2011 en 4.25%. BCRP (2013)

Las MYPE tienen limitada capacidad financiera, el capital inicial es escaso mayormente se originan en medios sociales bajos, la falta de crédito constituye un cuello de botella para su desarrollo ya que su ahorro familiar es insuficiente, la dificultad del acceso al crédito está asociada con el riesgo que la concesión del préstamo implica, los pequeños montos que solicitan y el basto número de empresas prestatarias hace que los costos administrativos del funcionamiento para este tipo de empresarios, sean significativamente elevados, exigencia de las garantías exageradas, las MYPE, no son atendidas por parte del Estado, en términos de líneas y porcentajes de créditos, uno de los supuestos principales del antiguo paradigma es que ellas, al tener bajos ingresos no pueden pagar los altos costos reales que llevan consigo los pequeños préstamos considerando el objetivo de estos créditos para las personas de bajos ingresos. Por todo ello, los bancos manifiestan poco interés en las MYPE Tevés (2011)

Con respecto a los factores socioculturales, se incluye las pautas culturales dominantes, el nivel educativo, la tasa de crecimiento de la población, la distribución por edades, la movilidad; el nivel de formación general y específica; los sistemas de valores y creencias, las normas de conducta que influyen en la demanda de ciertos sectores. Los valores ecológicos son otro aspecto de importancia creciente, reflejo del nivel de desarrollo y de educación de la sociedad actual. Respetar las condiciones físico-ambientales, bioclimáticas, los recursos naturales en general, es hoy fundamental para gran número de actividades y empresas.

La competencia son ferretería Virginia, Cerámicas Celima y la mayoría de personas optan por ir a la ciudad de Piura porque es allí donde se encuentran los grandes distribuidores de materiales ferreteros tales proveedores, dado el bajo volumen de compra y el reducido capital, así como el escaso apoyo de las entidades financieras, convirtiendo al microempresario en un cliente poco importante para el proveedor. Una ferretería debe de tener un amplio surtido sobre todo en lo referente a la construcción, también debe de tener artículos para el hogar, jardinería, plomería, electricidad y muchos artículos más.

Distribuidora Norte Pacasmayo SRL. (DINO) es la subsidiaria comercial de Cementos Pacasmayo S.A.A, DINO ha experimentado un crecimiento sólido y sostenido que le ha permitido ubicarse en su sector como la empresa líder a nivel nacional, siendo la principal empresa distribuidora de cemento y demás líneas de productos para la construcción básica, en el norte del país.

Parte de la oferta que ofrece DINO es el soporte profesional de pre y post venta al servicio de los constructores para brindarles asesoría profesional gratuita y amplia información de nuestros productos. Sin embargo en las MYPE piuranas no cuentan con esta ventaja ya que no poseen capacidad de endeudamiento y por lo tanto la compra del producto viene siendo en cantidades reducidas, lo que mayormente toman como ventaja es que utilizan muchos de ellos la estrategia de diferenciación de productos. DINO (2015)

SIDERPERU es la primera empresa del acero en el Perú. Posee un Complejo Industrial ubicado en la ciudad de Chimbote, instalado en un extenso terreno de aproximadamente 600 hectáreas y cuenta con una capacidad de producción superior a las 650 mil toneladas de acero. Produce y comercializa productos de acero de alta

calidad, destinados a los sectores de construcción, minero e industrial; tanto en el mercado local como extranjero. Cuenta con la certificación ISO 9001-2008. La compañía forma parte de Gerdau desde 2006, líder en la producción de aceros largos en el Continente Americano y una de la principales proveedoras de aceros largos especiales del mundo. SIDERPERU (2012)

Corporación Aceros Arequipa S.A. son una empresa modelo, con capital y personal íntegramente peruano, comprometida con el país, que ha logrado introducir al Perú en el siglo XXI del acero, liderando un sector altamente competitivo, con la satisfacción de haber conseguido una fórmula calidad-precio-servicio acorde con los niveles más altos de exigencia del mercado internacional.

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería – Talara, año 2014? , problemática que existe en Talara y que gracias a la Universidad los Ángeles de Chimbote, sede Piura, escuela de Administración, se buscará dar solución a la problemática antes identificada. y para dar respuesta a la problemática se planteó el siguiente objetivo general: determinar cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014; además se consideran los siguientes objetivos específicos: (a) Identificar los tipos de capacitación en las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014; (b) determinar el nivel de capacitación del personal de las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014; (c) determinar cuál es la importancia de la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretero - Talara, año 2014 (d) Conocer la ventaja competitiva en las MYPE comerciales rubro ferretero - Talara, año 2014.

La siguiente investigación se elabora con la finalidad de lograr determinar las características de la capacitación en la competitividad de las MYPE en comercio de materiales ferreteros de talara, Además porque permite cumplir con un requisito que la ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional. En la Región Piura, el rubro ferretero tiene un porcentaje significativo en el crecimiento y desarrollo económico, llegando alcanzar altos estándares de aceptación por el público general ya que son muy concurridos y algunos pensaron que el ingreso al mercado ferretero de las grandes cadenas iba a eliminar a los pequeños negocios del rubro. Se equivocaron. Esa amenaza comercial se fue diluyendo en los últimos años.

En Perú las MYPE conforman el 99,6% del país, según información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). El reporte indica que en Perú existían, a junio de 2013, 1.713.272 empresas, de las cuales el 99,6 % son micro, pequeñas y medianas. Las micro y pequeñas empresas (MYPE) actualmente juegan un rol importante en la economía no solo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado (más del 70% de peruanos trabajan en una MYPE), además por su contribución al Producto Bruto Interno (valor de bienes y servicios finales producidos dentro del territorio nacional, el 42% es producido por las MYPE). Terrones (2013)

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

II. REVISIÓN LITERATURA

2.1. Antecedentes

(Henrique Gonzales, Urbina Lopez, & Lopez, 2013), en una investigación “Plan de Capacitación para el fortalecimiento del recurso humano en las pequeñas empresas del sector ferretero del Municipio de San Salvador” año 2013 de la Universidad de El Salvador, busca elaborar un plan de capacitación que permita fortalecer al sector ferretero de la pequeña empresa del municipio de San Salvador por medio del fortalecimiento del recurso humano, proporcionándole herramientas que contribuyan al desarrollo de las ferreterías y así superar sus áreas vulnerables en cuanto a recurso humano se refiere.

Para la realización del estudio se utilizó el Método Científico Hipotético – Deductivo. El tipo de investigación es descriptivo y correlacional, no experimental. Utilizando fuentes de información como la encuesta, investigación documental, entrevista y observación directa e instrumentos como el cuestionario y guía de preguntas. La muestra está conformada por 24 propietarios de las pequeñas empresas ferreteras del Municipio de San Salvador.

De acuerdo con la información recabada el equipo investigador concluye que las pequeñas empresas del sector ferretero del Municipio de San Salvador, carecen de una estructura organizativa formal, tampoco cuentan con una filosofía empresarial visible que permita conocer el rumbo de la empresa. Los empleados consideran que recibir capacitación les motiva, sin embargo, en las ferreterías no se cuenta con planes de capacitación. Es por ello que se recomienda crear planes de capacitación constantes y dar a conocer a los empleados la misión, visión y valores a fin de que ellos contribuyan

al logro de los objetivos. Asimismo, se debe fomentar el trabajo en equipo y así lograr mejores resultados.

(Jinez Valdiviezo, 2016) realizó una investigación titulada “Elaboración y socialización de un plan de capacitación con el propósito de mejorar el clima laboral de los empleados en la empresa “Ferretería Unifer” ubicado en el distrito metropolitano de Quito para el año 2015-2016, en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, en la que indica que la guía del plan de capacitación servirá para que el departamento de recursos humanos tenga a su disposición una herramienta que sirva de apoyo en sus labores más aún cuando se trata de manejo de personal y su entorno laboral. La presente investigación busca que la empresa obtenga una ventaja competitiva con respecto a la competencia, con una nueva visión hacia el futuro y con una propuesta atractiva con actividades interesantes para los trabajadores.

La metodología aplicada es de tipo descriptiva y evaluativa. La recolección de datos se realizará mediante la encuesta, para determinar la situación actual y establecer procedimientos que ayuden a mejorar el clima laboral. La población está constituida por 16 empleados de la empresa.

De acuerdo con la información analizada se puede decir que, el plan de capacitación a largo plazo dará como resultado un clima laboral adecuado, con un personal motivado para realizar su trabajo, fortaleciendo la comunicación y las buenas relaciones personales. Asimismo, permitirá una atención adecuada del cliente brindando confianza y seguridad, esto se va a lograr manteniendo al personal capacitado y a gusto en sus funciones y en la empresa de esta forma se busca fidelizar a los clientes. Se recomienda así que la empresa incentive a los trabajadores para que se sientan a gustos y den lo mejor de sí, recompensando su esfuerzo por medio de incentivos.

(Arcos Santos, 2014) con su investigación “Diseño de un plan de capacitación para las PYME en servicio al cliente, para el Sector Norte de Quito” año 2014 de la Universidad Tecnológica Equinoccial, tiene como fin establecer la necesidad que tienen las PYME de desarrollar planes de capacitación, los cuales juegan un rol importante dentro de la organización ya que permite especializar en diversas áreas las destrezas laborales dando lugar al crecimiento personal de sus colaboradores y generando oportunidades que permitan el desarrollo de las PYME mediante el perfeccionamiento del desempeño laboral.

La investigación es de carácter cuantitativo-inductivo-descriptivo. La técnica e instrumento de investigación a utilizar es la encuesta. La muestra estuvo conformada por 236 colaboradores de diferentes PYME.

Una vez analizados los datos se llega a la conclusión que la gran mayoría de colaboradores de las diferentes PYME no han recibido capacitación por parte de la organización para la que están desempeñándose, ya que no cuentan con la información suficiente y competente para dar un buen servicio al cliente, lo que perjudica su trabajo por la falta de especialización teniendo como consecuencia un bajo desarrollo empresarial. Se recomienda diseñar un plan de capacitación dinámico y práctico que permita captar la mayor concentración de los asistentes y que permita un mejor aprendizaje por parte del colaborador y esto se vea reflejado en la atención brindada al cliente.

(Casimiro Castillo, 2015) Con la investigación titulada “Caracterización del financiamiento y capacitación de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías – Huarney” año 2015 de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, busca promover el desarrollo, la formalización y la competitividad de las MYPE en la región. Y dar más énfasis en un tema poco valorado por los

microempresarios se trata de la capacitación, la escasez de esta no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores.

En el contexto de la investigación, el diseño utilizado es no experimental – descriptivo. La población del estudio estuvo constituida por un total de 40 micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro ferreterías. Para el recojo de información se utilizó la técnica de la encuesta a todos los representantes de las MYPE y como instrumento un cuestionario estructurado.

Una vez analizados los resultados se llegó a la conclusión que los microempresarios le están dando muy poca importancia a la capacitación, lo que implica que por una falta de conocimiento de gestión y manejo empresarial no pueden dirigir un negocio con planes estratégicos precisos. Es así como se recomienda que la legislación debe facilitar programas de financiamiento y capacitación para que mejoren su productividad y sean más competitivas en el mercado.

(Rodriguez Huamán, 2016) “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías de Huaraz”, año 2016 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tiene por objetivo dar respuesta a una problemática que se está presentando en las MYPE, que es la baja productividad. Dichas empresas muestran una serie de dificultades a nivel organizacional, que están relacionadas con los aspectos económicos, financieros y administrativos, los cuales son el motivo principal para impedir el desarrollo de las MYPE. Asimismo, la capacitación de los trabajadores que en la mayoría de los casos es nula y en otras ocasiones deficientes, no les permite a las MYPE ser lo suficientemente competitivas en el mercado.

En la presente investigación se utilizará una metodología de tipo cuantitativo de nivel descriptivo, cuyo diseño es no experimental. La población y muestra está

conformada por representantes legales de las empresas ferreteras, siendo así 20 micro y pequeñas empresas objeto de estudio. Para la recolección de datos se utilizará la técnica de la encuesta y su instrumento será el cuestionario estructurado de 23 preguntas.

Con los resultados obtenidos se pudo determinar que un adecuado programa de financiamiento, así como el desarrollo de capacitaciones hacen posible maximizar la rentabilidad de empresa alcanzando de esa manera elevados niveles de desarrollo y por lo tanto hacerla mucho más competitiva. Se recomienda implementar un plan de capacitación en temas de inversión de crédito financiero, manejo y administración empresarial con el fin de lograr brindar un mejor servicio al cliente.

(Chavez Aponte, 2016) con su investigación “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad MYPE sector comercio rubro ferreterías Distrito de Tumbes, año 2016 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, pretende conocer de qué manera las MYPE se pueden ver beneficiadas al tener un buen financiamiento para el desarrollo de sus actividades y de qué manera el contar con capacitaciones constantes al personal les permitirá mejorar los procesos, habilidades y por lo tanto lograr ventajas competitivas.

La investigación es de tipo descriptiva, con un enfoque cuantitativo. Utilizando un diseño no experimental. La población está constituida por 16 MYPE del sector comercio rubro ferreterías ubicadas en el Distrito de Tumbes, conformada por 16 gerentes y 32 colaboradores. Se hizo uso de encuestas y como instrumento de medición de datos el cuestionario.

Se determinó que una estrategia de inversión mejora la rentabilidad de la organización, además de permitirles un mejoramiento en su estructura. Asimismo, la capacitación que 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, lleva a una mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo que les permitirá a las MYPE poder generar un valor agregado.

(Carmen, 2013), con una investigación titulada “Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las MYPE del sector comercio-rubro venta de artículos de Ferretería de la Ciudad de Sullana” año 2013 de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, pretende identificar ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento y la capacitación en el accionar de las MYPE.

La metodología empleada fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo. La población estuvo conformada por las MYPE del rubro venta de artículos de ferretería, teniendo como muestra 40. La técnica utilizada para la recolección de datos fue el cuestionario.

Luego de analizar cada uno de los datos obtenidos se concluye que en su mayoría los representantes legales son adultos varones, se dedican al empleo por más de 3 años, iniciaron con capital propio, cuentan con un máximo de 5 trabajadores y la gran parte obtuvo crédito del banco. Sin embargo, uno de los problemas que aún no les permite lograr los resultados deseados es la falta de un plan de capacitación que potencie las habilidades de sus colaboradores.

(Chiroque Zapata, 2013) con su investigación “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado modelo de Piura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, busca identificar las limitaciones que tienen las MYPE para lograr un adecuado desarrollo y poder competir en el mercado.

Se hace uso de una metodología en el nivel descriptivo – no experimental. La muestra está constituida por 30 empresas del sector comercio rubro artículos de ferretería del Mercado Modelo de Piura. La técnica aplicada es la revisión bibliográfica y documental además de encuestas. El instrumento fue un cuestionario.

Se llega a la conclusión que las MYPE juegan un rol muy importante en la economía del país, sin embargo, aún siguen enfrentando algunos problemas entre ellos la informalidad y el escaso poder de financiamiento. Además, la mayoría de los colaboradores sólo poseen conocimientos básicos y no dan relevancia a la formación y capacitación. Deben tener en cuenta que el grado de capacitación que tengan y una evaluación constante y progresiva a este sector permitirá generar grandes beneficios económicos.

(Julcahuanga Domínguez, 2013) tituló su investigación “Evaluación de las estrategias de capacitación del programa de capacitación laboral juvenil Projovent, para la inserción laboral de jóvenes entre 16 y 24 años en la ciudad de Piura” año 2013 de la Pontificia Universidad Católica del Perú de Lima, ha tenido como objetivo determinar el grado de incidencia del proceso de selección de entidades de capacitación, estrategias de capacitación y el currículo desarrollado del programa PROJOVEN en Piura, así como proponer alternativas que contribuyan a elevar el nivel de inserción laboral.

La investigación hace uso de una metodología descriptiva, con un estudio cualitativo desarrollado en el ámbito de la Región Piura, cuyos resultados han sido recolectados a través de entrevistas y encuestas a jóvenes beneficiarios, directores de entidades de capacitación, funcionarios del programa y empresarios que colaboran.

Con el análisis de los resultados se pudo conocer que las estrategias de selección de las Entidades de capacitación ECAPs por parte del programa Projovent, exige a las

instituciones postulantes cumplir con los siguientes requisitos estipulados en los convenios tales como: infraestructura, equipamiento, laboratorios, talleres, insumos y materiales adecuados en cantidad y calidad sin embargo existe deficiencia en la capacidad de gestión de los directivos para las gestiones de inserción laboral, en los equipos, maquinas e insumos que no ha permitido realizar una eficiente y eficaz capacitación.

Asimismo, las estrategias de capacitación con las que cuentas actualmente no se están cumpliendo en su totalidad. Es por ello, que se recomienda sugerir a las autoridades de las ECAPs brindar jornadas de capacitación a los docentes encargados de desarrollar los cursos. Además de elaborar un Plan de supervisión, seguimiento y monitoreo dirigido a las ECAP y jóvenes capacitados con la finalidad de evaluar la capacitación y posteriormente para identificar el nivel de inserción laboral de los beneficiarios.

(Mejía Meza, 2016) Realizo una investigación titulada “Propuesta para mejorar el servicio al cliente de las empresas de ferretería y tlapalería de la heroica ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad”, año 2016, en la Universidad Tecnológica de la Mixteca. La finalidad del proyecto evidentemente es el mejoramiento del clima laboral, la guía del plan de capacitación servirá para que el departamento de recursos humanos tenga a su disposición una herramienta que sirva de apoyo en sus labores más aun cuando se trata del manejo de personal y su entorno laboral.

La metodológica empleada es de tipo Descriptiva- Evaluativa porque una vez elaborado el plan de capacitación y que el mismo se encuentre funcionando, se realizara una evaluación del desempeño antes y después de la aplicación de este proyecto.

Se concluye que las actividades enfocadas para enriquecer las relaciones interpersonales y la comunicación entre empleador y empleados brindará un clima laboral de armonía enfocado en cumplir con los objetivos empresariales, siendo indispensable mantener al personal motivado, contento para que rindan de mejor manera y mejore la productividad y el clima laboral. Se recomienda la implementación del plan de capacitación para mejorar el clima laboral, incentivando a los trabajadores para el cumplimiento de las metas y objetivos por parte de la empresa.

(Martínez Sevilla, Vásquez Gutiérrez, & Gutiérrez Rizo, 2014) Con su investigación “Estrategias competitivas de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 con respecto a las otras Ferreterías ubicadas en el Distrito N° 1 en la ciudad de Estelí” año 2014 de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Unan – Managua, busca demostrar la situación actual en que se encuentra la empresa, reflejando tanto sus fortalezas como sus debilidades. Esta investigación permite profundizar en la realidad y buscar estrategias para mejorar su competitividad en atención al cliente, publicidad, promociones e incentivos a sus colaboradores.

Según el uso del conocimiento es una investigación aplicada de tipo cuantitativa. La muestra estuvo conformada por 28 empresas ferreteras, consultando a propietarios y responsables de las ferreterías. La recolección de datos se hizo a través de las encuestas y las entrevistas.

De acuerdo con el análisis de cada uno de los datos obtenidos se concluye que la aplicación de las estrategias competitivas influye positivamente en los volúmenes de venta, ya que si se ponen en práctica se logrará un posicionamiento como empresa líder en el mercado ferretero. Se recomienda así realizar un análisis de mercado y redefinir las estrategias competitivas con las que ya se cuenta y las políticas de ventas

con las que ya se cuenta para obtener una mayor rentabilidad, además de capacitar al recurso humano.

(Amaya Zeas, Pozo Sevilla, & Zelaya Obando, 2015) tituló su investigación “Competitividad de las empresas comercializadoras de materiales de construcción legalmente constituidas en la ciudad de Estelí” año 2015 de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Unan- Managua, busca ayudar a las empresas comercializadoras a conocer su competencia, y poder identificar los factores a mejorar, identificar las fortalezas y debilidades que poseen para perfeccionar su capacidad competitiva, además dispondrán de mayor conocimiento de su posicionamiento en el mercado, lo que les va garantizar su supervivencia y viabilidad en el mercado de los materiales de construcción.

La metodología a utilizar en la investigación es de tipo cuantitativo. La muestra está conformada por 30 empresas. La recolección de datos se hizo a través de encuestas y entrevistas.

Una vez analizados los datos que se obtuvieron, se llega a la conclusión que las principales estrategias competitivas utilizadas son: buena atención al cliente, implementación de incentivos, diversificación de materiales y beneficios adicionales, lo que permite obtener una mejor captación de clientes y fidelizar a los que ya se poseen. Se recomienda realizar capacitación constante al personal de venta a fin de brindar una mejor asesoría a los clientes e implementar nuevas estrategias como la comercialización de materiales modernos y realizar un seguimiento permanente a sus clientes esto los llevará a poder competir en el mercado de manera exitosa y hacerle frente a los cambios que se presentan.

(Silva Ascencios, 2016) Realizo una investigación titulada “La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro ferretería, de la avenida marco puente llanos de la cuadra 1 a la 10, del distrito de Ate, Provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2015“, en el año 2016 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La presente investigación se realizó con el fin de mejorar la situación actual de las MYPE, buscando así reflejar sus fortalezas y debilidades en cuanto a su gestión competitiva; así mismo, se propondrá estrategias que potencien la competitividad de las mismas.

La metodología para la presente investigación fue de diseño no experimental – Transversal. De tipo cuantitativa – descriptiva, para el recojo de la información en el cual se aplicaron cuestionarios mediante la técnica de la encuesta.

Se concluye que más de la mitad de población de las MYPE encuestadas no tienen personal capacitado y no cuentan con un local adecuado para el rubro ferretería y que esto afecta en la competitividad de su empresa.

(Tapia Monzon, 2013) realizó la investigación “Caracterización de la competitividad en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del mercado Las Malvinas de Chimbote, año 2013 en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, permitirá conocer las características que desarrollan las MYPE para ser cada vez más competitivas entre ellas y poder enfrentarse a los grandes mercados internacionales.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó un diseño No experimental-transversal-descriptivo. La población estuvo integrada por 120 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería. Se utilizó la técnica de la encuesta, teniendo como instrumento el cuestionario.

Una vez obtenidos los resultados se concluyó que las MYPE de este sector se consideran competentes porque ofrecen precios bastante accesibles a sus clientes, pero tienen en cuenta que necesitan aplicar nuevas estrategias para que su negocio logre ser aún más competitivo y logre establecerse en este mercado tan globalizado. Además de continuar capacitando a su personal con el fin de potenciar cada una de sus habilidades.

(Pinche de Gómez, 2016) Tituló su investigación “incidencia del financiamiento, la capacitación y la competitividad en la rentabilidad de las MYPE del sector comercial ferretero del Distrito de Iquitos” año 2016, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, analiza la estrecha relación existentes entre los “microempresarios emergentes” y sus heterogéneos niveles de formación educativa empresarial. Dicha relación es clave para explicar el nivel de éxito alcanzado en sus emprendimientos, así como su permanencia en la economía frente a la creciente competitividad.

La metodología de la presente investigación de tipo cuantitativa, nivel descriptivo con un diseño no experimental-descriptivo-transversal. La población y muestra estuvo conformada por 32 MYPE del sector comercial ferretero del Distrito de Iquitos. Se hizo uso de la observación, entrevista y la encuesta para la Obtención de los datos para la investigación. El instrumento para obtener los datos fue el cuestionario.

De acuerdo con la investigación realizada se llega a la conclusión que las MYPE del sector ferretero evidencian un sector dinámico y con gran apertura a distintos inversionistas sin distinción de edad y preparación profesional previa, pero que deban tener visión y estar muy seguros de lo que quieren lograr. Sin embargo, aún existen ciertos elementos que no permiten a las MYPE llegar a ser lo suficientemente competitivas en el mercado, muchas de ellas aún son informales y no cuentan con un capital humano capacitado. Es así que se recomienda la elaboración de un plan

estratégico a fin de garantizar el éxito, asimismo los emprendedores del rubro ferretero deben crear un tiempo para recibir capacitación en temas de financiamiento, RR-HH, Marketing, etc.

(Benites Guevara, 2016) Realizo una investigación titulada “Caracterización de la rentabilidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro de ferreterías de la Av. Grau sector oeste” en el año 2016 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La presente investigación tuvo como objetivo desarrollar un estudio descriptivo tanto de la parte interna como externa de la MYPE.

La metodología de la presente investigación es de tipo cuantitativa y descriptiva, tal como su nombre lo indica se describirá las características de las variables a estudiar que son, Competitividad y Rentabilidad.

Se concluyó que aún no toman en cuenta la importancia de las capacitaciones como estrategia para brindar alcances al personal de trabajo, con el fin de que desarrollen sus habilidades y destrezas para que cumplan con sus actividades efectivamente, obteniendo como resultado final un incremento en la competitividad y rentabilidad de las MYPE. Según el análisis realizado los elementos de la competitividad, son aquellos que permiten medir, de acuerdo al fin u objetivo que persigue, es “mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico” se recomienda que las MYPE se coloquen en un nivel de crecimiento, generando productos relacionados con la demanda y de buena calidad, tener control sobre los costos fijos y liderazgo general de los costos, generen innovación y están siempre en la búsqueda de nuevos segmentos.

(Romero Flores & Guevara Delgada, 2014) realizó una investigación titulada “Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y

fortalecimiento en la actividad exportadora de las MYPE en la Región Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado” año 2014 de la Universidad de Piura, que pretende brindar aportes concretos que permitan a las MYPE hacerlas más fuerte y competitivas que le ayude a adoptar ventajas comparativas para hacer sus productos dignos de ser adquiridos, para ello es clave que estas puedan romper muchos paradigmas que han impedido su real desarrollo y crecimiento, utilizando un enfoque metodológico basado en un análisis cuantitativo lo que ha permitido profundizar en los diferentes aspectos relacionados con la posición competitiva de las MYPE y el análisis cualitativo a través del análisis externo e interno del sector, para así proponer lineamientos estratégicos.

La información con la que se trabajará es de carácter primario y se obtendrá a través de encuestas cuyos objetivos serán procesados en Programas de Herramientas estadísticas. La población está conformada por todas las MYPE del Sector, luego del análisis de los resultados obtenidos se llega a la conclusión que se hace importante y clave que las MYPE manejen mayor información en relación con el plano empresarial, así como mayor acceso a herramientas claves como la tecnología. Teniendo en cuenta que las MYPE son una fuente generadora de muchos beneficios para el Perú, ya que contribuye al desarrollo de la economía del país y aumenta la oferta de empleos beneficiando a la población.

Asimismo, para promover el desarrollo de dicho Sector es necesario trabajar cuatro grandes ejes que son: capacitación, tecnología, costos de producción y financiamiento de esta manera se podrá potenciar el crecimiento de este importante sector y lograr así un buen posicionamiento en el mercado y hacerlo más competitivo.

(García Calle, 2017) Tituló su investigación “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferreterías del AA-HH San Pedro – Piura”, año 2017 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tiene por

objetivo analizar los elementos que contribuyen a que las MYPE sean más sostenibles y competitivas y logren enfrentarse a este mundo tan globalizado pudiendo así de esta manera contribuir al crecimiento económico del país.

La metodología a utilizar en la investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal. La población está constituida por trabajadores y 56 clientes. Se hizo uso de la encuesta como técnica de recolección de datos y como instrumento es el cuestionario.

De los datos analizados se concluye que la capacitación al personal brinda múltiples beneficios como la generación de confianza, logro de metas, brindar solución a los problemas, una mejor comunicación y mayor habilidad en la toma de decisiones lo que les va a permitir tener una mejora en el desempeño de cada una de sus actividades y tener una respuesta ágil ante los cambios que se presentan día con día. Se recomienda así que las MYPE dedicadas al rubro ferretería se encuentren en constante capacitación y estar acorde a la tecnología, para poder subsistir, debido a que existe una gran competencia en el mencionado rubro, por esta razón es necesario que las MYPE mantengan un alto índice de competitividad para liderar en el mercado.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Capacitación

Se entiende por capacitación el conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal de acuerdo con lo establecido por la ley general de educación, dirigidos a prolongar y a complementar la educación inicial mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional, a la mejor prestación de servicios a la comunidad, al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. Esta definición comprende los procesos de formación, entendidos como aquellos que tienen por objeto específico desarrollar y fortalecer una ética del servicio público basada en los principios que rigen la función administrativa. (Asodefenza.com)

La capacitación es para los puestos actuales y la formación o desarrollo es para los puestos futuros, con frecuencia se confunden, puesto que la diferencia está más en función de los niveles a alcanzar y de la intensidad de los procesos. La capacitación ayuda a los empleados a desempeñar su trabajo actual y los beneficios de ésta pueden extenderse a toda su vida laboral o profesional de la persona y pueden ayudar a desarrollar a la misma para responsabilidades futuras. El desarrollo, por otro lado, ayuda al individuo a manejar las responsabilidades futuras con poca preocupación porque lo prepara para ello a más largo plazo o a partir de funciones que puede estar ejecutando en la actualidad. (García López, 2011)

Por otro lado, (Chiavenato, Gestión del talento humano, 2009) señala que, “la capacitación constituye el núcleo de un esfuerzo continuo, diseñado para mejorar las competencias de las personas y, en consecuencia, el desempeño de la organización. Se

trata de uno de los procesos más importantes de la administración de los recursos humanos”.

La Pontificia Universidad Católica Argentina (2011) considera que la capacitación de los trabajadores es un instrumento con altas potencialidades para elevar los niveles de productividad y competitividad de las empresas. Sin embargo, hay diversos estudios que sugieren que tiene un impacto muy limitado en mejorar las perspectivas de empleo e ingresos de la población con limitaciones estructurales. En este sentido, ella no sustituye a la necesidad de mejorar la calidad de la educación básica. Para asegurar la pertinencia y calidad de la capacitación es fundamental que exista una estrecha articulación entre las empresas y el Estado. Además hay que establecer mecanismos efectivos para que los capacitados se inserten en el mercado laboral formal, para lo cual es necesario dar incentivos apropiados a las empresas y promover la incorporación a la formalidad de las pequeñas empresas. La capacitación para el trabajo sin mecanismos eficaces para la inserción laboral muestra muy baja efectividad.

1.2.1.2 OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN

- Productividad: Las actividades de capacitación de desarrollo no solo deberían aplicarse a los empleados nuevos sino también a los trabajadores con experiencia. La instrucción puede ayudarle a los empleados a incrementar su rendimiento y desempeño en sus asignaciones laborales actuales. Wayne (2010)

- Calidad: Los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados también contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos y cuando tienen los conocimientos y

habilidades laborales necesarios son menos propensas a cometer errores costosos en el trabajo.(Chiavenato, 2008)

- Planeación de los Recursos Humanos: La capacitación y desarrollo del empleado puede ayudar a la compañía y a sus necesidades futuras del personal.(ob.cit)

- Prestaciones Indirectas: Muchos trabajadores, especialmente los gerentes consideran que las oportunidades educativas son parte del paquete total de remuneraciones del empleado. Esperan que la compañía pague los programas que aumenten los conocimientos y habilidades necesarias.

- Salud y Seguridad: La salud mental y la seguridad física de un empleado suelen estar directamente relacionados con los esfuerzos de capacitación y desarrollo de una organización, la capacitación adecuada puede ayudar a prevenir accidentes industriales, mientras que en un ambiente laboral seguro puede conducir actividades más estables por parte del empleado. (Munlima,2012)

- Prevención de la obsolescencia: Los esfuerzos continuos de capacitación del empleado son necesarios para mantener actualizados a los trabajadores de los avances actuales en sus campos laborales respectivos. La obsolescencia del empleado puede definirse como la discrepancia existente entre la destreza de un trabajador y la exigencia de su trabajo. La obsolescencia puede controlarse mediante una atención constante al pronóstico de las necesidades recursos humanos, el control de cambios tecnológicos y la adaptación de los individuos a las oportunidades así como los peligros del cambio tecnológico. (Gutierrez Morfin, 2004)

- Desarrollo Personal: No todos los beneficios de capacitación se reflejan en esta misma. En el ámbito personal los empleados también se benefician de los programas de desarrollo administrativos, les dan a los participantes una gama más amplia de conocimientos, una mayor sensación de competencia y un sentido de conciencia, un

repertorio más grande de habilidades y otras consideraciones, son indicativas del mayor desarrollo personal. (Gutierrez Morfin, 2004)

2.2.1.3 VENTAJAS DE CAPACITACIÓN

Según (Nelli, 2012) considera que el beneficio de la formación es tanto para el trabajador, como para la empresa, ya que para ambos constituye la mejor inversión para enfrentar los retos del futuro. A continuación vamos a nombrar algunas de las ventajas que reporta la formación en el empleo, por un lado a las empresas, y, por otro, a los trabajadores, que también se ven favorecidos por la política de formación en las empresas, al favorecer su desarrollo profesional y personal como trabajador.

Ventajas para las empresas:

- Facilita la adaptación de las empresas a los cambios del mercado y del entorno y favorece la incorporación de nuevas tecnologías así como nuevos sistemas de gestión y organización.
- Favorece la aparición de ventajas sostenibles en las empresas.
- Ayuda a consolidar y transmitir la cultura, valores y misión de la empresa.
- Dispone, en los puestos de trabajo, a personas capacitadas e integradas en la cultura de la organización.
- Aumenta la productividad de la empresa.
- Mejora la cualificación y la recualificación de los trabajadores.
- Aumenta el nivel de competitividad y rentabilidad de la empresa.
- Aumenta la calidad de los productos y/o servicios y permite la investigación e innovación en nuevos productos.
- Favorece los procesos de gestión de calidad en las organizaciones.

- Permite una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación de la fuerza laboral.
- Incrementa el compromiso del personal con la empresa.

Ventajas para los trabajadores:

- Adquieren nuevos conocimientos, destrezas y habilidades.
- Facilita la integración social del trabajador.
- Favorece su satisfacción, motivación y su integración en la empresa.
- Activa la participación.
- Posibilita el conocimiento de nuevas tecnologías y formas de trabajar.
- Mejora las posibilidades de traslado y promoción dentro de la empresa.
- Aumenta la seguridad en el empleo.
- Reduce el número de accidentes laborales.
- Mejora el nivel de eficiencia en su área (mejora de procesos).
- Permite al trabajador prepararse para la asunción de responsabilidades, la toma de decisiones eficientes y la resolución de problemas.

2.2.1.4 NIVELES DE CAPACITACIÓN

Díaz (2013) añade que tanto en los tipos como en las modalidades, la capacitación puede darse en los siguientes niveles:

- Nivel Básico: Se orienta a personal que se inicia en el desempeño de una ocupación o área específica en la Empresa. Tiene por objeto proporcionar información, conocimientos y habilidades esenciales requeridos para el desempeño en la ocupación.
- Nivel Intermedio: Se orienta al personal que requiere profundizar conocimientos y experiencias en una ocupación determinada o en un aspecto

de ella. Su objeto es ampliar conocimientos y perfeccionar habilidades con relación a las exigencias de especialización y mejor desempeño en la ocupación.

- Nivel Avanzado: Se orienta a personal que requiere obtener una visión integral y profunda sobre un área de actividad o un campo relacionado con esta. Su objeto es preparar cuadros ocupacionales para el desempeño de tareas de mayor exigencia y responsabilidad dentro de la empresa.

2.2.1.5 TIPOS DE CAPACITACIÓN

Galvan (2011) señala que los tipos de capacitación son bastantes variables y van dirigidos 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:

1. **Capacitación de preingreso.** 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.
2. **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.
3. **Capacitación promocional.** Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.
4. **Capacitación en el trabajo.** Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa. Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo. El desarrollo incluye la

capacitación, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona.

2.2.1.6 IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN

Ezponda (2009) considera que ya no es requisito para entrar a determinada institución de sólo un título universitario y un postgrado, sino también que el trabajador esté constantemente capacitándose para que tenga un eficaz rendimiento laboral. La capacitación del personal es un proceso que se relaciona con el mejoramiento y crecimiento de las aptitudes de los individuos y de los grupos dentro de la organización. Es evidente que la capacitación puede tener una importancia dentro de la carrera, ayudando a los aprendices a desarrollarse, para responsabilidades futuras.

Es importante porque:

- Ayuda a la organización. Conduce a una mayor rentabilidad y/o actitudes hacia la orientación de los objetivos organizacionales.
- Ayuda al individuo. Mediante la capacitación y el desarrollo, se interiorizan y ponen 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.

2.2.2. Competitividad

Para Saavedra y Milla (2012,) comentan que el término competitividad no posee una definición específica. Existe una falta de consenso para definirla] conceptualmente, debido a la amplitud de su significado, que puede abarcar desde el nivel de la empresa, sector, nación y ámbito supranacional; así como, por la naturaleza cualitativa y cuantitativa de sus factores carece de límites precisos en el nivel de análisis y en las diversas metodologías de medición.

Por ello (Porter, 2010), considera que “la esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente”, siendo necesario estudiar a las Cinco fuerzas competitivas que consisten en:

- **Amenaza de la entrada de los nuevos competidores.** Es una de las fuerzas más famosas y que se usa en las MYPE para detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado.
- **Rivalidad entre competidores.** En este punto se puede competir directamente con otras MYPE del rubro que te dan los mismos productos. Este tipo de amenazas puedes depender de las barreras de entrada. Hay 6 tipos de barreras diferentes: la economía de escalas, la diferenciación, el requerimiento de capital, el acceso a canales de distribución o las ventajas de los costos independientes. En el rubro ferretero esto pasa cuando más modernas estén sus instalaciones y así más enfrentamiento hay entre ellos. Los compradores pueden cambiar de ferretería si les dan mejor precio pero probablemente con menos calidad
- **Poder de negociación de los proveedores.** Proporciona a los proveedores de la MYPE, las herramientas necesarias para poder alcanzar un objetivo. En el rubro ferretero el poder de negociación de tus proveedores impacta en los

costos y competitividad de las MYPE, que no son, por lo general, compradoras de grandes volúmenes de insumos, mercadería o materias primas., es decir, su capacidad para imponerle precios y condiciones, depende de muchos factores, es decir, que no es igual para todos.

- **Poder de negociación de los compradores.** En este punto se tienen problemas cuando los clientes cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más alto que otros productos si tu producto llega a tener un costo más alto que otros similares en el mercado. Si los compradores están bien organizados, esto hace que sus exigencias sean cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios notable. En el sector ferretero los proveedores se encargan de proporcionar la publicidad para dar a conocer los productos y precios para que compren donde mejor les convenga.
- **Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos.** En este punto, una MYPE comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que vende la MYPE inicial. Esto hace que dicha MYPE tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos en la MYPE. Existen diferentes productos que cumplen la misma función pero la decisión la tiene el comprador.

(SCHWAB, 2010), dice que la competitividad de los países contribuye a los factores que determinan el crecimiento, ayudan a explicar por qué las economías de algunos países son más exitosas que otros en aumentar los niveles de sus ingresos y amplía las oportunidades para sus poblaciones. Además, los líderes de países tienen importantes herramientas en la formulación de políticas económicas y reformas

institucionales y ofrece a empresarios las pistas necesarias para tomar sus decisiones estratégicas y de inversión.

2.2.2.2 OBJETIVOS DE LA COMPETITIVIDAD

El objetivo principal de la competitividad es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios. La competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización. Poder reconocer a tiempo las ventajas comparativas que posee la empresa, por ejemplo mediante el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) permite obtener mejores rendimientos en aquellos aspectos en que la empresa sea más fuerte en comparación con sus competidores y corregir falencias que puedan afectar su estabilidad en el corto o largo plazo dentro del mercado. Echeverri, (2007)

A la hora de analizar la ventaja como personal, capital, materiales, ideas, y los procesos de transformación. La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenos, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. Sevilla, (2007)

Como lo expresa Michael Porter, “la competitividad está determinada por la productividad”, es esta última la que sustenta realmente la capacidad de crecimiento de la empresa. La productividad hace referencia a la facultad que tienen las empresas de producir más con los recursos que poseen; por ejemplo, dada una cantidad fija de

trabajo y de capital, como obtener una mayor producción de la que se obtenía anteriormente con la misma cantidad de ambos factores. Desde el punto de vista microeconómico, la empresa que ofrezca un precio menor al del mercado absorbería toda la demanda del bien, generando que sus competidores se vean obligados a reducir el precio; y es en este momento donde algunas empresas ante la incapacidad de ser más productivas, incurrirían necesariamente en pérdidas si ofrecieran al nuevo precio, por lo que algunas preferirían cerrar. La productividad aumenta la capacidad de respuesta de las empresas ante cambios surgidos en el mercado.

Echeverri (2007) Una empresa es competitiva en el mercado global cuando sus productos han sido hechos pensando en el cliente, con la confiabilidad y duración especificadas garantizadas, y con un eficiente servicio de mantenimiento posventa; son aquellos productos cuyos precios corresponden a la franja de mercado estimada, los que tienen calidad certificada, los que entregan oportunamente, los que influyen innovaciones fruto del conocimiento y la tecnología y que son vendibles en el mercado. “Al hablar de competitividad debemos, entonces, referirnos a las variables ligadas a los aspectos gerenciales y tecnológicos del desempeño de cada empresa y a las variables de política económica seguidas por cada país”.

- Las primeras es decir, las que dependen intrínsecamente del manejo interno de las empresas, como la atención a los clientes, las redes de comercialización y distribución, la diferenciación de los productos, la organización del trabajo y la introducción de nuevas tecnologías, refleja la capacidad competitiva de la empresa.
- Las segundas dependientes de la política económica, son encargadas de generar un entorno que permita aprovechar las ventajas del país, tanto las naturales como las construidas, otorgando la estabilidad a la inversión y fomentando la

adaptabilidad a las condiciones de la demanda, promoviendo las exportaciones y la expansión de aquellos sectores y empresas con capacidad de innovar y de competir en nichos exigentes del mercado.

- El aumento de la productividad, es el camino que deben seguir las empresas para lograr un crecimiento sostenible que les permita el fortalecimiento y la expansión hacia nuevos mercados. Éste puede darse gracias a mejoras tecnológicas y técnicas, a la introducción de cambios incorporados y desincorporados en la producción y al mejor aprovechamiento de los recursos, que permitan generar la mayor cantidad de bienes en el menor tiempo posible y con un mínimo de errores; y además tener una función de costos inferior o suficientemente competitiva en comparación con las demás empresas competidoras, con el fin de maximizar beneficios. Como ya ha sido mencionado antes, la competitividad de una empresa está estrechamente relacionada con su productividad y si logra o no desarrollar ventajas comparativas sostenibles.

2.2.2.3 IMPORTANCIA DE LA COMPETITIVIDAD

La importancia de la competitividad radica en saber cómo administrar los recursos de la empresa, incrementar su productividad y estar prevenido a los requerimientos del mercado. La ventaja competitiva se fundamenta en la “productividad” y en los factores que la determinan dentro de la empresa; debido a ello es necesario saber que la productividad es la relación entre la producción obtenida mediante un sistema de producción de bienes y/o servicios y los recursos utilizados para obtenerla, es decir su uso eficiente o la relación entre los resultados obtenidos con respecto a los recursos usados y el tiempo que toma conseguirlos. Vargas (2015)

Es un hecho que la sobrevivencia de las empresas, en un entorno de continuos y vertiginosos cambios, depende principalmente de su capacidad de adaptación y su destreza para enfrentar el aumento de la intensidad y diversidad de la competencia. El logro del éxito, por tanto, les obliga a mantenerse en constante adaptación frente a las variaciones del medio, convirtiéndose, la competitividad empresarial y profesional, en los criterios económicos por excelencia que deben orientar y evaluar el desempeño. Vargas (2015)

La competitividad se refiere a la habilidad de una empresa o profesional para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente. Se basa, fundamentalmente, en la creciente y sistemática innovación e incorporación de conocimientos en la organización, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y mantener sus ventajas comparativas. Vargas (2015)

Por esta razón, para lograr el éxito en el mundo competitivo de hoy, las empresas y profesionales están obligados a definir sus estrategias e incorporar, dentro de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen su materialización. En tal sentido, es de vital importancia el diseño e implementación de un adecuado sistema de gestión y el desarrollo de alternativas innovadoras como negocios por Internet. En mejora tu gestión sabemos esto, y esa es la motivación por la que queremos apoyar a los profesionales y pequeños empresarios a mantenerse siempre competitivos. Gómez (2005)

2.2.2.4 VENTAJA COMPETITIVA

Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado. Existen multitud de fuentes para generar este tipo de ventajas, como por ejemplo la ubicación de nuestra empresa, la calidad, innovaciones en los productos que fabricamos, el servicio que ofrecemos o menores costes de producción entre otras. (Espinosa, 2017)

TIPOS DE VENTAJAS COMPETITIVAS

Existen muchas características sobre las que construir ventajas competitivas, pero todas ellas se pueden clasificar en dos grupos principales:

-Liderazgo en costes: El objetivo es seguir una estrategia que te permita reducir los costes sin mermar la calidad del producto ofrecido. En este caso la empresa logra obtener los costes de producción más bajos que sus competidores, para poder ofrecer el precio más bajo del mercado. Siempre existen y existirán clientes, cuya principal variable de decisión de compra sea el precio más económico, obviando otros atributos como la calidad o el servicio.

-Diferenciación: Disponer de características que no poseen los productos competidores te permite elevar el precio de venta, obviamente siempre y cuando sean apreciadas y valoradas por los clientes. De nada servirá añadir características únicas a nuestros productos, si no existen clientes dispuestos a pagar por ellas. Como has podido observar, en definitiva o eres diferente o eres el más barato.

2.2.2.5 La innovación.

La innovación es el medio a través del cual se crean nuevos recursos generadores de riqueza o dotan a los recursos existentes de mayor potencial para crearla, es una clara respuesta a los desafíos económicos actuales, particularmente a la hora de competir en un mundo globalizado, sin fronteras. Sin embargo, uno de los problemas más acuciantes de nuestro país es el reducido número de empresas y emprendedores que basan su competitividad en innovación. Creemos que “innovar marca la diferencia” porque la innovación no es sólo un proceso tecnológico o académico, sino que se puede actuar en múltiples áreas de negocio de la empresa y se plantea como un pilar fundamental para crecer en productividad y sobrevivir en el entorno económico actual. (comercio, 2016)

2.2.2.6 Concepto Ferretería

Se denomina ferretería al local destinado a la venta de productos metálicos y de otro tipo que resultan útiles para el desarrollo de tareas de construcción, reparación y bricolaje. Al individuo que tiene a su cargo el establecimiento se lo conoce como ferretero. Existen grandes cadenas de ferreterías con varias sucursales en una misma ciudad o región. Además hay ferreterías pequeñas que suelen ser emprendimientos familiares o incluso individuales. En cualquier urbe del mundo es posible encontrar una buena cantidad de ferreterías ya que sus productos son muy importantes en la vida cotidiana. (Pérez, 2017)

III. HIPÓTESIS

Según Hernández Sampieri (2014), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Tamayo (2012) considera que el tipo de investigación descriptiva enumera, clasifica, señala las propiedades, por lo tanto la presente investigación al reunir dichas características, se clasificará como descriptiva porque buscará encontrar la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014.

Considerando el nivel es cuantitativa, ya que es necesaria para poder analizar los resultados de la encuesta. (Creswell, 2003). La investigación cualitativa considera que la realidad se modifica constantemente, y que el investigador, al interpretar la realidad, obtendrá resultados subjetivos. (El enfoque cuantitativo utiliza la recopilación y el análisis de datos para contestar preguntas de la investigación y ser de manera objetiva. En el caso de esta investigación se está buscando encontrar caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014.

Con respecto al diseño es una investigación no experimental ya que se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural, Arias (2006) También es de corte transversal porque que se mide a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado, y porque se realizara sin manipular

deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto. Los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos. (Hernández, 2003)

4.2 Población y muestra

El universo bajo estudio está constituido por los trabajadores y clientes de las ferreterías, la población estará constituida por 5 micros y pequeñas empresas dedicadas al sector comercial, rubro ferretería - Talara, año 2014, sin embargo esta dada por los individuos:

- Es un total de 14 Trabajadores de la MYPE dedicadas al rubro ferretero
- Clientes ferretería de 18 a 50 años que realizan consumo final que viven en Talara.

Por lo tanto para el caso de los trabajadores constituye una población finita dado que se conoce el número limitado de individuos, dato obtenido por las MYPEs de Talara, en esta investigación se trabajó con la totalidad (N=n). Pero para el caso de los clientes, se tiene una población infinita, dado que no se pueden contabilizar todos sus individuos pues existe un número ilimitado. Así se calcula la muestra.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$$

Fuente: Maury y Larry

n=muestra
 Z=1.96
 p=probabilidad de éxito 0.5
 q= probabilidad de fracaso 0.5
 i= error 0.05
 n= 384

4.3 Criterios de inclusión:

- Trabajadores de MYPE rubro ferretería ubicadas en Talara
- Clientes dispuestos a colaborar con su información

4.4 Criterios de exclusión:

- Trabajadores ocupados en hora de trabajo
- Clientes que no se encuentren disponible para responder la encuesta

Tabla 1 Relación de MYPE

MYPE	RUC	TRABAJADORES
a)El rey David	20525559654	2
b)ARALPRCOYA	20603020503	3
c)Ferretería Don Castillo	20526272065	3
d)Comercial Leo EIRL	20225700649	3
e)El eléctrico EIRL	20222230978	3
Total:		14

Tabla 2 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Pregunta	Escala	Fuente	Metodología
Capacitación	Chiavenato (2009) Señala que, “la capacitación constituye el núcleo de un esfuerzo continuo, diseñado para mejorar las competencias de las personas y, en consecuencia, el desempeño de la organización. Se trata de uno de los procesos	Datos demográficos	Característica generales de los colaboradores Son bastantes variables y van dirigidos al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad	Edad	¿Cuál es su edad?	Nominal	Colaboradores	Tipo :cuantitativo Nivel: descriptiva Diseño : no experimental de corte transversal no experimental
				Estado Civil	¿Cuál es su estado civil?	Ordinal	Colaboradores	
				Nivel de estudios	¿Cuál es su grado de instrucción?	Ordinal	Colaboradores	
		Años en la MYPE		¿Qué cargo desempeña en la empresa?	Ordinal	Colaboradores		
				¿Qué tipo de liderazgo se ejerce en la MYPE?	Nominal	Colaboradores		
				¿Existe comunicación entre empleado y administrador?	Nominal	Colaboradores		
				Capacitación de preingreso	¿Has recibido capacitación de preingreso?	Nominal	Colaboradores	
Capacitación de inducción	¿Has recibido capacitación de inducción?	Nominal	Colaboradores					

	más importantes de la administración de los recursos humanos”.			Capacitación promocional	¿Se adapta rápido al proceso de capacitación?	Nominal	Colaboradores	
				Básico	¿La capacitación a sus trabajadores para mayor rendimiento en sus resultados?			
					¿Cree que una capacitación continua ayudara a tener estabilidad en el mercado?	Nominal	Colaboradores	
		Niveles	Modalidades en las que se puede dar la capacitación	Intermedio	¿El administrador adopta beneficios a sus trabajadores?	Nominal	Colaboradores	
					¿Usted tiene la posibilidad de tener una mejor categoría a la actual?	Nominal	Colaboradores	
				Avanzado	¿Usted solo se encarga de su tarea establecida?	Nominal	Colaboradores	
					¿Se exige al personal a cumplir metas?	Nominal	Colaboradores	

Competitividad	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. Porter (2010)	Importancia	Radica en saber como administrar los recursos de la empresa, incrementar ventas para ser mas competitivas	Competitivo Administrar Recursos Ventas Nuevos competidores Rivalidad	¿Cuál es la MYPE con precios más bajos? ¿Usted cree que la MYPE cubre sus necesidades en cuanto a su satisfacción? ¿Cree que la implementación de uniformes serviría para mejorar el ambiente de la MYPE? ¿Los Precios son cómodos en comparación con otras MYPE? ¿La calidad es óptima en cuanto al producto? ¿Se conoce los intereses de los consumidores? ¿Encuentra lo que necesita en esta MYPE? ¿La MYPE ofrece ofertas para atraer a sus clientes?	Nominal Nominal Nominal Nominal Nominal Nominal Nominal	Cientes Cientes Cientes Cientes Cientes Cientes Cientes	Tipo :cuantitativo Nivel: descriptiva Diseño : no experimental de corte transversal no experimental

				Negociación de los compradores	¿Usted cree que son amables sus trabajadores en cuanto a su atención?	Nominal	Cientes	
				Negociación de los proveedores	¿Están dispuestos a pagar un porcentaje mayor al precio del producto?	Nominal	Cientes	
				Productos sustitutos	¿En cuanto a sus recursos, siempre encuentra productos en stock?	Nominal	Cientes	
		Ventajas	Dicha ventaja permite obtener mejores resultados	Liderazgo en costes	¿Califique la MYPE en que rango se encuentra?	Nominal	Cientes	
				Innovación	¿Cree usted que el servicio y producto es innovador?	Nominal	Cientes	
				Diferenciación	¿En cuanto a sus recursos, siempre encuentra productos en stock? ¿Esta MYPE se diferencia de los demás?	Nominal	Cientes	
					¿Cree usted que la MYPE debe expandirse a otros lugares?	Nominal	Cientes	

4.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación se utilizará la técnica de la encuesta y de instrumento el cuestionario, que busca recoger datos e información que se utilizara un cuestionario, el cual estará compuesto de 15 preguntas, formuladas al cliente y a los trabajadores. El cuestionario se ha obtenido mediante la operacionalización de variables con el fin de recabar información.

4.4.2 Plan de análisis

Una vez recopilados los datos, se tabulan y grafican clasificándolos por cada variable. Luego se realiza el análisis y la interpretación de los datos adquiridos por medio del instrumento (cuestionario). Se hará uso del análisis descriptivo evaluando los porcentajes empleando el programa Excel 2010.

Tabla 3 Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería al año 2014.	De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014?	<p>Determinar cuáles son las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>-Identificar los tipos de capacitación en las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014.</p> <p>-Determinar el nivel de capacitación del personal de las</p>	Según Fernández Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.	Capacitación	Chiavenato (2009) Señala que, “la capacitación constituye el núcleo de un esfuerzo continuo, diseñado para mejorar las competencias de las personas y, en consecuencia, el desempeño de la organización.	Datos demográficos	Edad	Encuesta	Cuestionario
							Estado civil	Encuesta	Cuestionario
							Grado de instrucción	Encuesta	Cuestionario
						Tipos de capacitación	Preingreso	Encuesta	Cuestionario
							Inducción	Encuesta	Cuestionario
							Promocional		
						Niveles	En el trabajo	Encuesta	Cuestionario
							Básico	Encuesta	Cuestionario
							Intermedio	Encuesta	Cuestionario
	Avanzado	Encuesta	Cuestionario						

		<p>MYPE comerciales rubro ferretería Talara, año 2014.</p> <p>-Determinar cuál es la importancia de la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretero - Talara, año 2014.</p> <p>-Conocer la ventaja competitiva en las MYPE comerciales rubro ferretero - Talara, año 2014.</p>		Competitividad	<p>La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país Porter (2010)</p>	<p>Importancia</p> <p>Ventaja</p>	<p>Ventas</p> <p>Competitivo</p> <p>Administrar Recursos</p> <p>Nuevos competidores</p> <p>Rivalidad</p> <p>Negociación de los proveedores</p> <p>Negociación de los compradores</p> <p>Productos sustitutos</p> <p>Liderazgo en Costos</p> <p>Diferenciación</p>	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>
--	--	--	--	----------------	---	-----------------------------------	---	---	---

4.4.3 Principios éticos

En la investigación se consideró la veracidad de resultados por sobre todas las cosas, en cualquier espacio, circunstancia, así se acudió al mayor número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se respetó la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participaron en el estudio. Además, se rechazaron las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes. Por otro lado la investigación se realizó con independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, pluralismo y responsabilidad social.

V. RESULTADOS

5.1.1 Resultados

Tabla 4

Edad de colaboradores

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 50 años	14	100%
De 51 a mas	0	0%
Total	14	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 5

Estado civil

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero	2	14.29%
Casado	3	21.42%
Conviviente	9	64.29%
Total	14	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 6

Grado de instrucción

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	5	35.71%
Secundaria	2	14.29%
Sup.universitario	1	7.14%
Sup. No universitario	6	42.86%
Total	14	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 7
Cargo que desempeña

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atención al cliente	5	35.71%
Almacenero	5	35.71%
Peón	4	28.58%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 8
Tipo de liderazgo

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Democrático	5	35.71%
Carismático	9	64.29%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

5.1.1.1 Objetivo 1: Identificar los tipos de capacitación en las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014.

Tabla 9
Capacitación de preingreso

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	14	100%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 10
Capacitación de inducción

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-----------	------------	------------

SI	0	0%
NO	14	100%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 11

Adaptación rápida al proceso de capacitación

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	78.57%
NO	3	21.43%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

5.1.1.2 Objetivo 2: Determinar el nivel de capacitación del personal de las MYPE comerciales rubro ferretero - Talara, año 2014.

Tabla 12

Capacitación a sus trabajadores para mayor rendimiento

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	100%
NO	0	%0
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 13

Capacitación continua para estabilidad en mercado

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	100%
NO	0	0%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 14

Comunicación entre colaboradores

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Poco	2	14.29%

Regular	5	35.71%
Mucho	7	50%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 15

Beneficios a los trabajadores

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	85.71%
NO	2	14.29%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 16

Posibilidad de una mejor categoría a la actual

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	21.43%
NO	11	78.57%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 17

Tarea establecida

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	100%
NO	0	0%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 18

Cumpliendo metas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	14.29%
NO	12	85.71%
Total	14	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

5.1.1.3 Objetivo N°3: Determinar cuál es la importancia de la competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretero - Talara, año 2014.

Tabla 19
MYPE con precios bajos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El Rey David	60	15.62
ARALPRCOYA	108	28.13
Don Castillo	118	30.73
Comercial Leo	45	11.72
El Eléctrico	53	13.80
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 20
Necesidades en cuanto a su satisfacción

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	328	85.42%
NO	56	14.58%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 21
Precios en comparación con otras MYPE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	271	70.58%
NO	113	29.42%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 22

Calidad óptima en cuanto al producto

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	33	8.59%
Buena	172	44.79%
Regular	152	39.59%
Mala	27	7.03%
Total	384	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 23

Los intereses de los consumidores

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	236	61.46%
NO	148	38.54%
Total	384	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 24

Encuentra lo que necesita

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	321	83.59%
NO	63	16.41%
Total	384	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 25

Ofertas para atraer clientes

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	26	6.78%
NO	358	93.22%
Total	384	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Tabla 26

Son amables los trabajadores en cuanto a su atención

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	343	89.32%
NO	41	10.68%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 27

Dispuestos a pagar un porcentaje mayor al precio

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	1.57%
NO	378	98.43%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 28

Implementación de uniformes

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	301	78.39%
NO	83	21.61%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

- 5.1.1.4 Objetivo N°4: Conocer la ventaja competitiva en las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara ,2014.

Tabla 29

Diferenciación de las otras MYPE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	2.87%
NO	373	91.13%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 30

EL servicio y producto es innovador

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	156	40.64%
NO	228	59.36%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 31

Califique la MYPE en que rango se encuentra

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	187	48.70%
Mala	4	1.04%
Regular	193	50.26%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 32

En cuanto a los recursos, siempre encuentra productos en stock

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	253	65.89%
NO	131	34.11%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

Tabla 33

Expansión de la MYPE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	301	78.39%
NO	83	21.61%
Total	384	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: Propia

5.1.2 Análisis de Resultados

Capacitación

En la tabla 4 denominada “Edad de los colaboradores”, el 100% sus trabajadores de 18 a 50 años. Lo que se puede explicar dado que según Julcahuanga (2013) concluyo que no existe la edad adecuada para recibir adiestramiento ya que muchos jóvenes mayores de edad y adultos están en las mismas condiciones para ser capacitados. Por otro lado Wayne (2010) añade que las capacitaciones se deben orientar a todo el personal sin excepción de edad ya sea los de mayor o menor experiencia, la instrucción puede ayudar a que los colaboradores aumenten su desempeño en sus labores.

En la tabla 5 denominada “Estado civil”, señalaron el 64.29%son convivientes, el 21.42% son casados y el 14.29 % solteros, según Del Carmen (2013) concluyo que el estado civil de los capacitados influye en su aprendizaje porque tienen la necesidad de ser mejores y ejemplo para su pareja o familiar. Por otro lado Zambrano (2017) a través del registro civil de una persona podemos conocer su situación jurídica; por medio este también se lleva un control respecto a ciertos actos civiles como el matrimonio el reconocimiento de una paternidad entre otros.

En la tabla 6 denominada “Grado de instrucción”, el 42.86% no es universitario, luego están los de primaria con el 35.71%. Lo que se puede explicar dado que según Casimiro (2015) concluyo que el grado de instrucción es muy importante en cuanto al personal que se contrata ya que este puede aportar conocimientos e impulsar y desarrollo la MYPE logrando los objetivos propuestos. Por otro lado Schwab (2010) dice que para ser más competitivo hay que tener personal capacitado para enfrentar los

cambios que día a día se dan en el ambiente, este factor influye mucho la competitividad que debe tener con otras MYPEs.

En la tabla 7 denominada “Cargo que desempeña en la empresa”, el 35.71% trabajan en atención al cliente y almacenero y el 28.58% como peón. Lo que se puede explicar dado que según Casimiro (2015) concluyo que los microempresarios le están dando muy poca importancia a la capacitación y colocan a cualquier sujeto omitiendo los estándares que se necesitan para ocupar algún cargo. Por otro lado la Pontificia Universidad Católica Argentina (2011) añade que las MYPEs deben formalizar e incorporar mecanismos efectivos para capacitar a su personal dándoles ese impulso que necesitan.

En la tabla 8 denominada “Tipo de liderazgo se ejerce en la MYPE”, el 64.29% indico que hay liderazgo carismático y el 35.71% democrático. Lo que se puede explicar dado que según Del Carmen (2013) concluyo que depende del tipo de liderazgo que realiza el gerente ayuda a sus colaboradores a mejorar y captar rápido las enseñanzas que les dan para aumentar sus conocimientos y ayudar a la MYPE a ser más competitiva. Por otro lado Chiavenato (2008) Añade que muchos de los empresarios consideran que los programas de capacitación deben ser pagadas por parte del trabajador pero ellos esperan que las MYPE paguen los planes de adiestramiento.

En la tabla 9 denominada “Capacitación de preingreso”, el 100% respondió que no recibió capacitación de ese tipo. Lo que se puede explicar dado que según Casimiro (2015) concluyo que los dueños de las MYPE no les dan importancia a la capacitación de preingreso pues estos consideran que no es necesario y las recomendaciones se dan cuando el colaborador empieza a trabajar. Por otro lado Galvan (2011) este tipo de capacitación se realiza con propósito de selección y se hace con fines de selección de

personal para brindar al personal los conocimientos y habilidades que requiere el puesto a tomar.

En la tabla 10 denominada “Capacitación de inducción”, el 100% no ha recibido capacitación de inducción. Lo que se puede explicar dado que según Arcos (2014) concluyo que los trabajadores no reciben capacitación de tipo inducción lo que perjudica en su trabajo teniendo como consecuencia una baja competencia en la MYPE. Por otro lado Galvan (2011) añade una serie de actividades que va ejercer en su puesto, e integrar los conocimientos que le faciliten las actividades a desempeñar.

En la tabla 11 denominada “Adaptación rápida al proceso de capacitación”, el 78.57% indico que si se adapta y el 21.43% no. Lo que se puede explicar dado que según Jinez (2016) concluyo que su plan de capacitación será sencilla para sus trabajadores ya que le darán a conocer la visión de la MYPE sus políticas a seguir para cumplir con los objetivos para que se adapten rápido a este proceso Por otro lado Gutiérrez (2004) el empleado puede definirse en confusión entre su destreza y la exigencia de su trabajo pero este puede controlarse con la atención permanente al resultado de sus demandas y la adaptación de los individuos.

En la tabla 12 denominada “La capacitación a sus trabajadores para mayor rendimiento en sus resultados”, el 100% indica que sí. Lo que se puede explicar dado que según Jinez (2016) concluyo que un plan de capacitación a largo plazo dará como resultado un buen clima laboral con personal motivado para realizar su trabajo fortaleciendo la comunicación y las buenas relaciones personales esto permitirá una buena atención al cliente. Por otro lado Gutiérrez (2004) añade que cuando se capacita al personal no solo ellos se benefician pues la MYPE también forma parte de los beneficios, pues se le da una serie de habilidades y conocimientos necesarias para el desarrollo personal.

En la tabla 13 denominada “Capacitación continua para tener estabilidad en el mercado”, respondió el 100% sí. Lo que se puede explicar dado que según Rodríguez (2016) concluye que en la mayoría de casos la capacitación es nula y en otras ocasiones es insuficiente esto no le permite a la MYPE mantenerse en el mercado. Por otro lado Nelli (2012) considera que el beneficio de la formación es para tener solidez en el mercado y sus beneficios son tanto para trabajador y la MYPE, mejorando su posición en el mercado.

En la tabla 14 denominada “Comunicación entre colaboradores”, el 50% indico que la comunicación es mucho, el 35.71% respondió regular. Lo que se puede explicar dado que según Arcos (2014) concluye que para perfeccionar el desempeño laboral debe existir plena comunicación entre trabajadores para compartir conocimientos y brindar un buen servicio y brindándole la información necesaria al cliente para que este se fidelice con la MYPE. Por otro lado Ezponda (2009) añade que la capacitación se debe dar a conocer a los miembros de la MYPE y relacionarla con el mejoramiento y crecimiento de las aptitudes de los individuos.

En la tabla 15 denominada “Beneficios a los trabajadores”, el 85.71% apunto que si hay beneficios y el 14.29% no. Lo que se puede explicar dado que según Arcos (2014) los planes de capacitación son beneficiosos para los trabajadores dándole conocimientos y aptitudes para mejorar sus actividades en el trabajo y para los compradores. Por otro lado según Nelli (2012) adquieren nuevos conocimientos y facilita la integración del trabajador porque motiva e integra en la MPYE dándole mayor énfasis a su participación, posibilita el conocimiento de nuevas tecnologías y formas de trabajar.

En la tabla 16 denominada “Posibilidad de una mejor categoría a la actual”, observo el 78.57% no tiene posibilidades y el 21.43% si. Lo que se puede explicar dado que según Arcos (2014) concluye que si el personal no está capacitado y no tiene la posibilidad de subir de puesto, ya que este carece de conocimientos necesarios para afrontar los nuevos retos que se le presentaran lo que puede perjudicar su trabajo. Por otro lado Ezponda (2009) ayuda al individuo desarrollando motivación y crecimiento mediante la capacitación para mejorar sus habilidades que ayuden a la MYPE a ser más efectiva y estable en el mercado.

En la tabla 17 denominada “Tarea establecida”, el 100% cumple con su tarea establecida. Lo que se puede explicar dado que según Rodríguez (2016) concluye que cuando la capacitación es nula la tarea establecida no se realiza con efectividad afectando la estabilidad de la MYPE y poniendo en riesgo la concurrencia de los clientes ya que los trabajadores nos les brindan la información necesaria en cuanto al producto que necesite. Por otro lado Galvan (2011) la capacitación en el trabajo se realiza para cumplir la tarea con total solución y según cada actividad que realiza busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo dándole satisfacción y seguridad a la MYPE.

En la tabla 18, se observa que el 85.71% de los encuestados indican que el determinante de capacitación si cumplen sus metas y solo el 14.29% no ejecutan sus metas. Lo que se puede explicar dado que según Chávez (2016) concluye que las capacitaciones constantes permitirán mejorar habilidades, ayudando a realizar sus actividades para poder lograr los objetivos de la MYPE y obtener ventajas competitivas. Por otro lado Ezponda (2009) la capacitación del personal es un

proceso que se relaciona con el mejoramiento y crecimiento de las aptitudes de los individuos, es indiscutible que la capacitación puede tener una importancia dentro de los puestos, ayudando a los aprendices a desarrollarse, para tareas futuras.

Competitividad

En la Tabla 19, denominada “MYPEs con precios bajos”, se encuentra que el 30.73% de los encuestados consideran que es el precio bajo en Don Castillo y el 28.13% por parte de ARALPRCOYA, en cuanto a precio accesible. Lo que se puede explicar dado que según Martínez (2014) añade que para llamar la atención de los clientes se tiene que profundizar en la situación actual de la empresa para poder buscar estrategias que ayuden a generar un aumento en las ventas y ser más competitivos en este mercado que cada día va creciendo. Por otro lado Porter (2010), considera que una estrategia competitiva es mejorar sus precios para poder competir con otras MYPEs del rubro.

En la tabla 20, denominada “Necesidades en cuanto a su satisfacción”, el 85.42% indica que si satisface y el 14.58 indica que no. Lo que se puede explicar dado que según Echeverri (2007) La MYPE es competitiva en el mercado cuando los productos que ofrece al mercado van dirigidos siempre pensando en la satisfacción del cliente con la garantía necesaria y un servicio eficiente. Por otro lado Mejía (2016) indica que para una satisfacción notable hacia los clientes se necesita un buen clima laboral dando capacitación al recurso humano y enriquecer las relaciones entre cliente y vendedor.

En la tabla 21 denominada “Precios en comparación con otras MYPEs”, el 70.58% se observa que si son cómodos y el 29.42% no lo observa. Lo que se puede explicar dado que según Martínez (2014) añade que para atraer más clientes en cuanto

a comparación con otras MYPEs se realizan estrategias competitivas para llamar la atención del cliente. Por otro lado Porter (2010) la negociación que tienen los compradores esta siendo crucial dado que se encuentran con varios productos sustitutos que pueden tener un alto costo pero siempre pueden comparar.

En la tabla 22 denominada “Calidad óptima en cuanto al producto”, el 44.79% señala buena, el 39.59% es regular, el 8.59% muy buena y el 7.03% mala. Lo que se puede explicar dado que según Amaya (2015) indica que la implementación de incentivos adicionales al producto la cual les permite atraer más clientes. Porter (2010) añade que los compradores pueden cambiar de ferretería si les dan mejor precio pero probablemente con menos calidad.

En la tabla 23 denominada “Los intereses de los consumidores”, se observa que el 61.46% si conoce y el 38.54% no. Lo que se puede explicar dado que según Espinosa (2017) se siguen estrategias que permitan reducir costos y poder ofrecer precios accesibles para los clientes ya que estos son indiferentes a la calidad. Por otro lado Benites (2016) señala que las MYPEs deben ofrecer productos relacionados con la demanda ya que son los principales factores que ayudan a impulsar la MYPE a ser mas competitiva.

En la tabla 24 denominada “Encuentra lo que necesita”, el 83.59% indica que si encuentra y el 16.41% indica que no. Lo que se puede explicar dado que según Benites (2016) añade que los clientes deben encontrar el producto ofrecido y así no optar por otra MYPE. Por otro lado Espinosa (2017) De nada servirá añadir características únicas a nuestros productos, si no existen clientes dispuestos a pagar por ellas. Como has podido observar, en definitiva o eres diferente o eres el más barato.

En la tabla 25 denominada “Ofertas para atraer a sus clientes”, señala el 93.22% que no hay ofertas y el 6.78% sí. Lo que se puede explicar dado que según Martínez (2014) concluyo que las estrategias competitivas tales como promociones ayudada a captar clientes .Por otro lado Gómez (2005) añade que la habilidad de las empresas para poder posicionarse en el mercado competitivo es innovar ofreciendo buenos productos para sus compradores.

En la tabla 26 denominada “Son amables sus trabajadores en cuanto a su atención”, el 89.32% añade que si son amables y el 10.68% dice que no. Lo que se puede explicar dado que según Amaya (2015) indica que la buena atención al cliente permite atraer clientes y asegurar a los que ya se tiene. Por otro lado Vargas (2015) agrega que para obtener un éxito debe adaptarse al medio donde se quiere situar ofreciendo trato amable a sus clientes y así fidelizarlos

En la tabla 27 denominada “Dispuestos a pagar un porcentaje mayor al precio del producto”, el 98.43% indico que no está dispuesto y el 1.57% si se acondiciona. Lo que se puede explicar dado que según Tapia (2013) concluyo que una MYPE es competente porque brinda productos con precios accesibles para sus clientes y mantenerse en este mercado. Por otro lado Espinosa (2017) añade que hay que seguir una estrategia que permita reducir costos sin anular la calidad del producto, en este caso las MYPEs firman acuerdos con sus proveedores.

En la tabla 28 denominada “Cree que la implementación de uniformes serviría para mejorar el ambiente de la MYPE”, se observó que el 78.39% si cree y el 21.61% no. Lo que se puede explicar dado que según García (2017) propone que para ser más competitivos y logren enfrentarse a las demás MYPEs y así tener respuesta a los distintos cambios que se presentan y poder subsistir en el mercado.

Por otro lado Espinosa (2017) añade que hay distintas fuentes para generar ventajas, como el producto que se ofrece mediante un buen servicio dándole a la MYPE mayor importancia e interés por parte de los clientes sin generar mayor costo para las empresa.

En la tabla 29 denominada “Esta MYPE se diferencia de los demás”, indica el 91.13% se asemeja y el 2.87% indica que no. Lo que se puede explicar dado que según Romero (2014) añade que para diferenciarse de otra MYPE hay que añadir el factor tecnología y demás para ser mejores en cuanto a la atención al cliente. Por otro lado Espinosa (2017) propone que hay que tener características que no poseen los demás siempre y cuando sean apreciados por los clientes, como se puede observar si se es diferente o eres mas barato.

En la tabla 30 denominada “Cree usted que el servicio y producto es innovador”, señalaron el 40.64% si innova y el 59.36% no. Lo que se puede explicar dado que según Garcia (2017) concluye que para enfrentarse a este mundo globalizado hay que implementar herramientas de tecnología para poder subsistir en este mercado. Espinosa (2017) añade que para hay que generar innovación para vender el producto y brindar un buen servicio.

En la tabla 31 denominada “Califique la MYPE en que rango se encuentra”, se visualizó que el 50.26% es regular, el 48.70% es buena. . Lo que se puede explicar dado que según Pinche (2016) concluye que hay elementos que no le permiten a la MYPE llegar a ser competitivas en el mercado ya que muchas de ellas son informales y es lo pueden observar sus clientes. Por otro lado Gómez (2005) añade que para ser exitoso en este mundo competitivo hay que definir sus estrategias e incorporar herramientas que garanticen una buena calificación por parte del cliente.

En la tabla 32 denominada “En cuanto a sus recursos, siempre encuentra productos en stock”, el 65.89% indico que si hay stock y el 34.11% añadieron que no. Lo que se puede explicar dado que según Amaya (2015) concluyo que para tener una buena atención hacia el cliente se necesita de un buen producto y que este a su alcance, por ello se necesita unos buenos proveedores que le faciliten la diversificación de artículos para la venta. Por otro lado Porter (2010), añade que en el rubro ferretero el poder de negociación de tus proveedores impacta en los costos y competitividad de las MYPEs, que no son, por lo general, compradoras de grandes volúmenes de insumos, mercadería o materias primas., es decir, su capacidad para imponerte precios y condiciones, depende de muchos factores, es decir, que no es igual para todos.

En la tabla 33 denominada “Expansión de la MYPE”, señala el 78.39% si cree que debe expandirse y el 21.61 dicen que no. Lo que se puede explicar dado que según Por ello, Tapia (2013) concluye que para poder expandir la MYPE se necesita aplicar nuevas estrategias como precios bajos y accesibles a sus clientes haciendo que el negocio sea más competitivo yendo hacia otros hacia otros lugares. Porter (2010), considera que “la esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente”.

VI. CONCLUSIONES

En función con el primer objetivo correspondiente a los tipos de capacitación en las MYPEs en estudio, se identificó que sus colaboradores no han recibido ningún tipo de capacitación, como de preingreso o inducción por tal causa no saben cómo es un proceso de instrucción sin embargo ellos creen que si la reciben ayudaría a mejorar la MYPE y ofrecer un mejor servicio desempeñando mejor sus labores, ofreciendo disponibilidad para que se puedan efectuar y obtener conocimientos que les ayuden acrecentar en los puestos de trabajo, ya que sus conocimientos actuales solo les sirve para realizar tareas impuestas por sus jefes incluso estos mismos siendo carismáticos con sus trabajadores no suelen acertar que su mayor prioridad es formar un exquisito capital humano.

La propuesta de mejora con respecto a la conclusión anterior, es que los empresarios deben implementar programas de capacitación tanto para recibir nuevo personal y para mejorar las habilidades del equipo humano que tiene a cargo brindándoles aptitudes necesarias para que su MYPE valla mejorando y así brindar un producto con personal altamente calificado para responder las dudas de sus clientes.

En función con el segundo objetivo, perteneciente al nivel de capacitación en las MYPEs en estudio, se determinó que no están dando su mayor potencial en el campo laboral puesto que a la hora que empiezan sus actividades no reciben las indicaciones necesarias para atender con las exigencias que requieran el espacio donde se desenvuelve y su instrucción profesional es escasa, sus ganas de aprender mas ,están dispuestas pero no se les brinda lo necesario para adquirir algo mejor

dándole mejor capital humano a la MYPE sin poner en riesgo la estabilidad en el mercado.

La propuesta de mejora sería dar a conocer a trabajadores que recién ingresan la visión y misión de la MYPE y los que tienen tiempo recordarles a donde se quiere llegar esto servirá para que sus los colaboradores se sientan parte de la organización y comprometidos en lograr mejoras tanto para ellos como del lugar donde laboran.

En función con el tercer objetivo, atinente a la importancia de la competitividad de las MYPE en estudio, se determinó que hay gran competencia entre ellas pero siempre hay una que sobre sale en ventas pues es la que arriesga por las ofertas hacia sus clientes llamándolas y mostrando grata atención con productos buenos que responde a las necesidades del consumidor, pero el cliente siempre queriendo más se añade el factor tecnología el cual las MYPE carecen, siendo pobre en ese aspecto ya que no están a la vanguardia de este mercado que cada día va cambiando.

La propuesta de mejora es que se debe apostar por nuevas estrategias que aumenten clientes y hacerse más conocida la MYPE con mejores ofertas pero sin bajar la calidad del producto, implementando las redes sociales para captar mayor público y dar a conocer la marca, cubriendo sus necesidades y originar recomendaciones que beneficien a la MYPE.

En función con el cuarto objetivo, respecto a conocer las ventajas de la competitividad que utiliza las MYPE en estudio, se conoció que se debe aplicar habilidades que permitan reducir costos pero sin dejar de lado a los clientes pues estos no están dispuestos a pagar un mayor porcentaje al acostumbrado del producto, ofreciendo productos sustitutos al que necesite siempre mostrando la calidad y

fidelizar eh impidiendo que opte por la competencia, dándoles esa preferencia y ganancias que son necesarias para el buen auge de la MYPE.

La propuesta de mejora es que las ferreterías tienen que mejorar las relaciones con proveedores para que estos puedan brindar productos buenos y de calidad recomendable para hacer llamativo para los clientes sin afectar la economía de ambos.

Dentro de las características de la capacitación encontradas en las MYPE de estudio, se llegó a la conclusión que ninguno de los colaboradores de las MYPE ha recibido capacitación por parte de las ferreterías, sin embargo los gerentes quieren implementar algún tipo de adiestramiento pero se encuentra con resultados de que su personal no está calificado para brindar el servicio con relación al producto ofrecido y se considera que la capacitación hace falta para mejorar en el rendimiento del trabajador, brindándoles los conocimientos necesarios para realizar sus actividades con plena satisfacción y seguridad no obstante estos consideran que se deben efectuar la capacitación de preingreso, inducción y la promocional para evaluar en qué nivel se encuentran y subir de categoría en cada puesto mejorando las aptitudes para así dar un mejor servicio a los clientes y que estos los prefieran y poder vender más.

Las principales características de la competitividad identificadas; es la calidad que si bien es cierto la MYPEs venden productos de calidad pero no siempre suelen bajar su costo y en la satisfacción del cliente se siente afectada pues perjudica su economía y prefiere la competencia y en los precios bajos tanto de los productos ofrecidos como de la atención al cliente, las ofertas muy poco existen en estas MYPEs, puesto que el precio es medio acorde con la competencia y tienden muy

poco a diferenciarse por esto es que se han quedado en el pasado dejando de lado la innovación abriéndoles mayores y mejores mercados.

Referencias

- Amaya Zeas, I. M., Pozo Sevilla, H. A., & Zelaya Obando, F. J. (2015). *Competitividad de las empresas comercializadoras de materiales de construcción legalmente constituidas en la ciudad de Estelí, año 2015*. Estelí. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/2131/1/17323.pdf>
- Arcos Santos, A. F. (2014). *"Diseño de un plan de capacitación para las PYME's en servicio al cliente, para el sector norte de Quito"*. Quito. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8939/1/58145_1.pdf
- Argentina., P. U. (2011). *Una eficaz capacitación laboral requiere estrecha articulación entre las empresas y el Estado*. Informes de la economía real: Empleo y desarrollo social, Argentina.
- Arias, F. G. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- BCRP, B. C. (2013).
- Benites Guevara, C. E. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO DE FERRETERIAS DE LA AV.GRAU SECTOR OESTE PIURA;2015*. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/956/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_BENITES_GUEVARA_CARLOS_EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carmen, D. (2013). *"cARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO FERRETERÍA DE LA CIUDAD DE SULLANA"*. Sullana.
- Casimiro Castillo, A. A. (2015). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y CAPACITACION DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO FERRETERIAS-HUARMEY,2015*. Huarmey. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1283/FINANCIAMIENTO_CASIMIRO_CASTILLO_ADALHIT_ARACELI.pdf?sequence=1
- Chavez Aponte, R. C. (2016). *CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO, CAPACITACION Y RENTABILIDAD MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERIAS DISTRITO DE TUMBES, 2016*. Tumbes. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/583/CHAVEZ_APONTE_ROMERTO_CARLOS_FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_MYPE_FERRETERIAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato, I. (2008). *Gestión del Talento Humano*. ciudad de Mexico.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. Mexico,D.F: McGraw Hill.
- Chiroque Zapata, J. C. (2013). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ARTÍCULOS DE FERRETERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA PERIODO 2012*. Piura. Obtenido de https://es.slideshare.net/JaimeRaulLupucheTimana/tesis-27927309?qid=8c616ecb-b49f-4f67-85e2-2ad49e0e65e0&v=&b=&from_search=2
- CONCEPTODEFINICION.DE. (2014). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/calidad/>
- Costa, J. (2018). *EAE BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de Empresa familiar: <https://www.eaeprogramas.es/empresa-familiar/la-importancia-de-cubrir-las-necesidades-del-cliente>
- Creswell, J. (2003). Efecto de la calidad del servicio y de los estímulos de marketing en la satisfacción del cliente: el papel mediador de las decisiones de compra. Obtenido de <http://www.sci epub.com/reference/159651>
- DINO. (15 de 05 de 2015). *Política de privacidad distribuidora DINO*. Obtenido de <http://www.dino.com.pe/>
- Echeverri Sevilla, D. (2007). *La competitividad en el Desarrollo Empresarial*. Universidad de San Buenaventura.
- Espinosa, R. (2017). *VENTAJA COMPETITIVA: QUÉ ES, CLAVES, TIPOS Y EJEMPLOS*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos/>
- Ezponda, L. (2009). *La importancia de la capacitación en las empresas*. Universia ,40.

- Galvan, B. (10 de abril de 2011). *capacitación*. Obtenido de tipos de capacitación:
<http://barbaragalvangnz.blogspot.com/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>
- García Calle, M. E. (2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES RUBRO FERRETERÍAS DEL AA.HH. SAN PEDRO - PIURA, 2017*. Piura. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1901/CAPACITACION_CO MPETITIVIDAD_GARCIA_CALLE_MAGALI_ELITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García López, J. M. (Diciembre de 2011). *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de eumed.net:
<http://www.eumed.net/ce/2011b/jmgl.html>
- Gómez Mena, M. (2005). *La competitividad después de la devaluación*. Obtenido de
<https://www.econlink.com.ar/files/competitividad-devaluacion.pdf>
- Gutierrez Morfin, E. (2004). *Diagnostico de las necesidades de capacitación*. Mexico. Obtenido de
<https://books.google.com.pe/books?id=3w7y36H1Xs8C&pg=PT59&lpg=PT59&dq=La+obsol escencia+puede+controlarse+mediante+una+atenci%C3%B3n+constante+al+pron%C3%B3s tico+de+las+necesidades+recursos+humanos,+el+control+de+cambios+tecnol%C3%B3gicos +y+la+adaptaci%C3% B3>
- Gutiérrez, C. B. (2018). *Financiamiento para las MYPES*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-financiamiento-para-mypes-66513.aspx>
- Henrique Gonzales, V. M., Urbina Lopez, F. D., & Lopez, K. C. (2013). *"PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DEL RECURSO HUMANO EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR FERRETERO DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR"*. San Salvador. Obtenido de
<http://ri.ues.edu.sv/3623/1/Tesis%20Final.pdf>
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *"FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS" EN "METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN" 6ª EDICION*. MCGRAW-HILL.
- Hernández, F. y. (2003). *Metologia de la Investiacion*.
- Jinez Valdiviezo, G. (2016). *ELABORACIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN CON EL PRÓPOSITO DE MEJORAR ELCLIMA LABORAL DE LOS EMPLEADOS EN LA EMPRESA "FERRETERIA UNIFER" UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO PARA EL AÑO 2015-2016*. QUITO. Obtenido de
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/2098/31-EMP-RH-15-16-1723377360.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Julcahuanga Domínguez, J. A. (2013). *"EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN LABORAL JUVENIL PROJOVEN, PARA LA INSERCIÓN LABORAL DE JÓVENES ENTRE 16 A 24 AÑOS EN LA CIUDAD DE PIURA"*. Lima. Obtenido de
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4992/JULCAHUANGA_D OMINGUEZ_JUAN_EVALUACION_PIURA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez Sevilla, G. E., Vásquez Gutiérrez, M. P., & Gutiérrez Rizo, J. J. (2014). *Estrategias Competitivas de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 con respecto a las otras Ferreterías ubicadas en el Distrito N° 1 en la ciudad de Estelí año 2014*. Estelí. Obtenido de
<http://repositorio.unan.edu.ni/1841/1/16367.pdf>
- Matwijiszyn, T. (03 de julio de 2014). <https://es.SlideShare.net>. Obtenido de
<https://es.slideshare.net/tomimatwijiszyn/calidad-del-producto-36598837>
- Mejía Meza, T. (2016). *"PROPUESTA PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS EMPRESAS DE FERRETERÍA Y TLAPALERÍA DE LA HEROICA CIUDAD DE HUAJUAPAN DE LEÓN, OAXACA, PARA IMPULSAR SU COMPETITIVIDAD"*. HUAJUAPAN DE LEÓN, OAXACA. Obtenido de
http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/13017.pdf
- Ministerio de trabajo Y Promocion del empleo, M. (2007). Programa de estadísticas y estudios laborales (PEEL).
- Moreno, R. C. (2016). *Caracterización de Gestion de Calidad yformalizacion de las mypes en el sector comercio rubro transporte a nivel nacional en la provincia de Leoncio Prado 2015-2016*. Tingo Maria. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1007/GESTION_CALIDAD_ ARMAS_MORENO_ROBERTO_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moreno, R. C. (2016). *Caracterizacion de la gestion de calidad y formalizacion de las MYPE en el sector comercio rubro transportes a nivel nacional en la provincia de Leoncio Prado*.

- Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1007/GESTION_CALIDAD_ARMAS_MORENO_ROBERTO_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nelli, A. (marzo de 2012). *Ventajas de la formación para organizaciones empresariales y para trabajadores*. Obtenido de <http://www.formacionytecnologia.com/blog/ventajas-de-la-formacion-para-organizaciones-empresariales-y-para-trabajadores/>
- Ovens, S. (2005). Starting Your Own Business? Prepare for Success. SAM Management in Practice, .
- Parodi, C. (25 de mayo de 2018). *gestion.pe*. Obtenido de economía para todos:
<https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2018/05/crecimiento-y-empleo-en-el-peru-2.html>
- Peiró, A., & Sevilla, Á. (2015). *Economipedia*. Obtenido de
<http://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Pinche de Gómez, M. A. (2016). *INCIDENCIA DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL FERRETERO DEL DISTRITO DE QUITOS, AÑO 2016*. Iquitos. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2724/FINANCIAMIENTO_C APACITACION_MILKA_AMASIFUEN_PINCHE_DE_GOMEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Porter, M. (2010). *VENTAJA COMPETITIVA: CREACION Y SOSTENIMIENTO DE UN DESARROLLO SUPERIOR*. Piramide.
- Rodriguez Huamán, J. R. (2016). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO FERRETERÍAS DE HUARAZ, AÑO 2016*. Huaraz. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3847/FINANCIAMIENTO_R ENTABILIDAD_RODIRGUEZ_HUAMAN_JUAN_RAUL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Romero Flores, J., & Guevara Delgada, S. (2014). *LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS CLAVES DE COMPETITIVIDAD PARA LA INTRODUCCIÓN Y FORTALECIMIENTO EN LA ACTIVIDAD EXPORTADORA, LAS MYPES DEL SECTOR ARTESANAL EN LA REGIÓN DE PIURA, FRENTE A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO*. Piura. Obtenido de
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1864/AE_270.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sanchez, D. V. (2007). La necesidad de logro y la experiencia del emprendedor: elementos clave en el crecimiento de la nueva empresa. Obtenido de
http://www.academia.edu/23052496/Efectos_de_la_motivacion_y_de_la_experiencia_del_empresario_emprendedor_en_el_crecimiento_de_la_empresa_de_reciente_creaci%C3%B3n
- SCHWAB, J. K. (2010). *The global competitiveness report*. Geneva.
- Siderperu.com. (2012). Obtenido de Perfil de SIDERPERU:
<http://www.sider.com.pe/contenidos/detalle/36/perfil-de-siderperu>
- Silva Ascencios, O. M. (2016). *LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO FERRETERÍA, DE LA AVENIDA MARCO PUENTE LLANOS DE LA CUADRA 1 A LA 10, DEL DISTRITO DE ATE, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERÍODO 2015*. Lima. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/603/COMPETITIVIDAD_M YPE_%20SILVA_ASCENCIOS_OSCAR_MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tamayo, A. (2016). *COFIDE*. Obtenido de
<http://www.cofide.com.pe/COFIDE/productosyservicios/6/apoyo-a-la-mype>
- Tapia Monzon, C. N. (2013). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO FERRETERÍA DEL MERCADO LAS MALVINAS DE CHIMBOTE, 2013*. Chimbote. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1395/ESTRATEGIAS_COM PETITIVIDAD_TAPIA_MONZON_CAROLAY_NARJHIR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vargas Valentín, R. (2015). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MYPE DE SERVICIOS ELECTROMECÁNICOS EN PARIÑAS-TALARA 2015*. Piura. Obtenido de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/864/COMPETITIVIDAD_PR ODUCTIVIDAD_VARGAS_VALENTIN_RICARDO_GONZALO.pdf?sequence=1

Vargas, E. (2018). El negocio ferretero no decae. (M. G. Lecca, Ed.) pág. PERÚ21.COM. Obtenido de <https://peru21.pe/emprendimiento/negocio-ferretero-decae-88515>

WAYNE MONDY, R. (2010). *Administración de recursos humanos*. Mexico: PRENTICE HALL. Obtenido de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/ccc71a187c22e0bac95c3267e2888f6f.pdf>

Zambrano Mutis, A. (02 de noviembre de 2017). *gerencie.com*. Obtenido de importancia del registro civil: <https://www.gerencie.com/importancia-del-registro-civil-de-las-personas.html>

ANEXOS

Constancia de Validación

Yo, Héctor Orlando Arica Clavijo....., identificado(a) con DNI
N° 02786302..... MAGISTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumento de recolección de datos:..... ENCUESTA..... elaborado por **Juan Carlos Córdova Vilchez**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación " **Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPEs comerciales rubro ferretería (Talara), año 2014**, que se encuentra realizando.

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

Piura, 21 de Agosto de.....2018.


.....
LIT. ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO
D.N.I. 02786302
CLAD - 00248

VALIDACION

Ítems relacionados con las variables capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Cuál es su edad?	✓			✓		✓		✓
2. ¿Cuál es su estado civil?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?	✓			✓		✓		✓
4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?	✓			✓		✓		✓
5. Tipo de liderazgo se ejerce en la MYPE?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Has recibido capacitación de preingreso?	✓			✓		✓		✓
7. ¿Ha recibido capacitación de inducción en esta MYPE?	✓			✓		✓		✓
8. ¿Se adapta rápido al proceso de capacitación?	✓			✓		✓		✓
9. ¿La capacitación a sus trabajadores para mayor rendimiento en sus resultados?	✓			✓		✓		✓
10. ¿Cree que una capacitación continua ayudara a tener estabilidad en el mercado?	✓			✓		✓		✓
11. ¿Existe comunicación entre empleado y administrador?	✓			✓		✓		✓



 SECRETARÍA EJECUTIVA DEL GOBIERNO REGIONAL
 D.N.I. 08786302
 C.E.A.U. - 00845

12. ¿El administrador adopta beneficios a sus trabajadores?	✓		✓	✓	✓
13. ¿Usted tiene la posibilidad de tener una mejor categoría a la actual?	✓		✓	✓	✓
14. ¿Usted solo se encarga de su tarea establecida?	✓		✓	✓	✓
15. ¿Se exige al personal a cumplir metas?	✓		✓	✓	✓

Ítems relacionados con las variables competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Cuál es la MYPE con precios más bajos?	✓			✓		✓		✓
2. ¿Usted cree que la MYPE cubre sus necesidades en cuanto a su satisfacción?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Los Precios son cómodos en comparación con otras MYPEs?	✓			✓		✓		✓
4. ¿La calidad es óptima en cuanto al producto?	✓			✓		✓		✓
5. ¿Se conoce los intereses de los consumidores?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Encuentra lo que necesita en esta MYPE?	✓			✓		✓		✓
7. ¿La MYPE ofrece ofertas para atraer a sus clientes?	✓			✓		✓		✓
8. ¿Usted cree que son amables sus	✓			✓		✓		✓


 M.C. ARICA CLAVIO HECFOR ORLANDO
 D.H.I. 0278302
 C.U.I.D. - 02645

trabajadores en cuanto a su atención?	✓		✓	✓	✓
9. ¿Están dispuestos a pagar un porcentaje mayor al precio del producto?	✓		✓	✓	✓
10. ¿Cree que la implementación de uniformes serviría para mejorar el ambiente de la MYPE?	✓		✓	✓	✓
11. ¿Esta MYPE se diferencia de los demás?	✓		✓	✓	✓
12. ¿Cree usted que el servicio y producto es innovador?	✓		✓	✓	✓
13. ¿Califique la MYPE en que rango se encuentra?	✓		✓	✓	✓
14. ¿En cuanto a sus recursos, siempre encuentra productos en stock?	✓		✓	✓	✓
15. ¿Cree usted que la MYPE debe expandirse a otros lugares?	✓		✓	✓	✓


 LIC. ARICA CLAVIO HECTOR SILANDO
 D.N.I. 02786300
 CLAD - GORAS

Constancia de Validación

Yo, Carlos Ginochio Vega, identificado(a) con DNI
N° 02867439 MAGISTER EN Ases. y Dirección de EMP.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumento de recolección de datos: Cuestionario elaborado por **Juan Carlos Córdova Vilchez**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación " **Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPEs comerciales rubro ferretería (Talara), año 2014**, que se encuentra realizando.

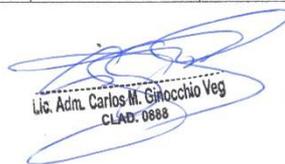
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas a instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 21 de Agosto 2018.


Lic. Adm. Carlos M. Ginochio Vega
CEAD. 0688

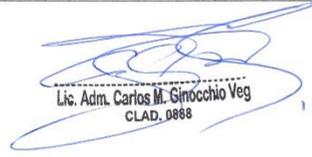
VALIDACION

Ítems relacionados con las variables capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	1. ¿Cuál es su edad?	✓			✓		✓	
2. ¿Cuál es su estado civil?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?	✓			✓		✓		✓
4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?	✓			✓		✓		✓
5. Tipo de liderazgo se ejerce en la MYPE?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Has recibido capacitación de preingreso?	✓			✓		✓		✓
7. ¿Ha recibido capacitación de inducción en esta MYPE?	✓			✓		✓		✓
8. ¿Se adapta rápido al proceso de capacitación?	✓			✓		✓		✓
9. ¿La capacitación a sus trabajadores para mayor rendimiento en sus resultados?	✓			✓		✓		✓
10. ¿Cree que una capacitación continua ayudara a tener estabilidad en el mercado?	✓			✓		✓		✓
11. ¿Existe comunicación entre empleado y administrador?	✓			✓		✓		✓


 Lic. Adm. Carlos M. Giocchio Veg
 CLAD: 0888

12. ¿El administrador adopta beneficios a sus trabajadores?	✓		✓	✓	✓
13. ¿Usted tiene la posibilidad de tener una mejor categoría a la actual?	✓		✓	✓	✓
14. ¿Usted solo se encarga de su tarea establecida?	✓		✓	✓	✓
15. ¿Se exige al personal a cumplir metas?	✓		✓	✓	✓

Ítems relacionados con las variables competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	1. ¿Cuál es la MYPE con precios más bajos?	✓			✓		✓	
2. ¿Usted cree que la MYPE cubre sus necesidades en cuanto a su satisfacción?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Los Precios son cómodos en comparación con otras MYPES?	✓			✓		✓		✓
4. ¿La calidad es óptima en cuanto al producto?	✓			✓		✓		✓
5. ¿Se conoce los intereses de los consumidores?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Encuentra lo que necesita en esta MYPE?	✓			✓		✓		✓
7. ¿La MYPE ofrece ofertas para atraer a sus clientes?	✓			✓		✓		✓
8. ¿Usted cree que son amables sus	✓			✓		✓		✓


 Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Veg
 CLAD. 0268

trabajadores en cuanto a su atención?	✓	✓	✓	✓
9. ¿Están dispuestos a pagar un porcentaje mayor al precio del producto?	✓	✓	✓	✓
10. ¿Cree que la implementación de uniformes serviría para mejorar el ambiente de la MYPE?	✓	✓	✓	✓
11. ¿Esta MYPE se diferencia de los demás?	✓	✓	✓	✓
12. ¿Cree usted que el servicio y producto es innovador?	✓	✓	✓	✓
13. ¿Califique la MYPE en que rango se encuentra?	✓	✓	✓	✓
14. ¿En cuanto a sus recursos, siempre encuentra productos en stock?	✓	✓	✓	✓
15. ¿Cree usted que la MYPE debe expandirse a otros lugares?	✓	✓	✓	✓


 Lta. Adm. Carlos M. Ginocchio Ve.
 CLAD. 0889

Constancia de Validación

Yo, NASSA GERARDO MENINO HUAYATA, identificado(a) con DNI
Nº 02659227 MAGISTER EN Ciencias Políticas

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumento de recolección de datos: CUESTIONARIO elaborado por **Juan Carlos Córdova Vilchez**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación " **Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPEs comerciales rubro ferretería (Talara), año 2014**, que se encuentra realizando.

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

Piura, 21 de Agosto.....2018.

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

VALIDACION

Ítems relacionados con las variables capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	1. ¿Cuál es su edad?	X			X		X	
2. ¿Cuál es su estado civil?	X			X		X		X
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?	X			X		X		X
4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?	X			X		X		X
5. Tipo de liderazgo se ejerce en la MYPE?	X			X		X		X
6. ¿Has recibido capacitación de preingreso?	X			X		X		X
7. ¿Ha recibido capacitación de inducción en esta MYPE?	X			X		X		X
8. ¿Se adapta rápido al proceso de capacitación?	X			X		X		X
9. ¿La capacitación a sus trabajadores para mayor rendimiento en sus resultados?	X			X		X		X
10. ¿Cree que una capacitación continua ayudara a tener estabilidad en el mercado?	X			X		X		X
11. ¿Existe comunicación entre empleado y administrador?	X			X		X		X



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

12. ¿El administrador adopta beneficios a sus trabajadores?	X		X	X	X
13. ¿Usted tiene la posibilidad de tener una mejor categoría a la actual?	X		X	X	X
14. ¿Usted solo se encarga de su tarea establecida?	X		X	X	X
15. ¿Se exige al personal a cumplir metas?	X		X	X	X

Ítems relacionados con las variables competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	1. ¿Cuál es la MYPE con precios más bajos?	X			X		X	
2. ¿Usted cree que la MYPE cubre sus necesidades en cuanto a su satisfacción?	X			X		X		X
3. ¿Los Precios son cómodos en comparación con otras MYPEs?	X			X		X		X
4. ¿La calidad es óptima en cuanto al producto?	X			X		X		X
5. ¿Se conoce los intereses de los consumidores?	X			X		X		X
6. ¿Encuentra lo que necesita en esta MYPE?	X			X		X		X
7. ¿La MYPE ofrece ofertas para atraer a sus clientes?	X			X		X		X
8. ¿Usted cree que son amables sus	X			X		X		X



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Moreno Hinojosa
CLAD 08862

trabajadores en cuanto a su atención?				
9. ¿Están dispuestos a pagar un porcentaje mayor al precio del producto?	X	X	X	X
10. ¿Cree que la implementación de uniformes serviría para mejorar el ambiente de la MYPE?	X	X	X	X
11. ¿Esta MYPE se diferencia de los demás?	X	X	X	X
12. ¿Cree usted que el servicio y producto es innovador?	X	X	X	X
13. ¿Califique la MYPE en que rango se encuentra?	X	X	X	X
14. ¿En cuanto a sus recursos, siempre encuentra productos en stock?	X	X	X	X
15. ¿Cree usted que la MYPE debe expandirse a otros lugares?	X	X	X	X



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Nieto Hinojosa
CLAD 65862



ENCUESTA PARA CLIENTES

Variable competitividad

Buenas me dirijo a usted y le extiendo mi saludo y el de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote sede Piura, el presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPEs del sector comercial– rubro ferretería– Talara año 2014; la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado: caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro ferretería (Talara), año 2014 con el fin de optar el título profesional de licenciado en Administración

1. ¿Cuál es la MYPE con precios más bajos?

.....

2. ¿Usted cree que la MYPE cubre sus necesidades en cuanto a su satisfacción?

a) Si b) No

3. ¿Los Precios son cómodos en comparación con otras MYPEs?

a) Si b) No

4. ¿La calidad es óptima en cuanto al producto?

a) Muy buena b) Buena c) Regular d) Mala

5. ¿Se conoce los intereses de los consumidores?

a) Si b) No

6. ¿Encuentra lo que necesita en esta MYPE?

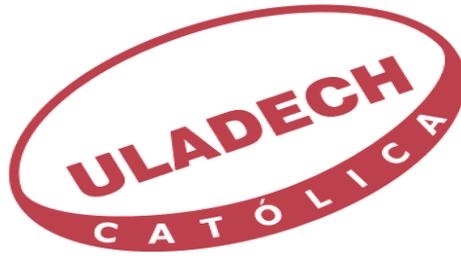
a) Si b) No

7. ¿La MYPE ofrece ofertas para atraer a sus clientes?

a) Si b) No

8. ¿Usted cree que son amables sus trabajadores en cuanto a su atención?
a) Si b) No
9. ¿Están dispuestos a pagar un porcentaje mayor al precio del producto?
a) Si b) No
10. ¿Cree que la implementación de uniformes serviría para mejorar el ambiente de la MYPE?
a) Si b) No
11. ¿Esta MYPE se diferencia de los demás?
a) Si b) No
12. ¿Cree usted que el servicio y producto es innovador?
a) Si b) No
13. ¿Califique la MYPE en que rango se encuentra?
a) Buena b) Mala c) Regular
14. ¿En cuanto a sus recursos, siempre encuentra productos en stock?
a) Si b) No
15. ¿Cree usted que la MYPE debe expandirse a otros lugares?
a) Si b) No

Gracias por su colaboración.



Encuesta para los trabajadores

El presente cuestionario tiene como finalidad su percepción sobre la Capacitación de los colaboradores y el servicio que brinda a los clientes por lo que se pide honestidad y veracidad.

Los datos que brinde serán usados únicamente con fines educativos.

Apellidos y Nombre:

.....

La determinadamente cada una de las preguntas y responda, marcando con un (X) según corresponda.

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Cuál es su estado civil?
 - a) Soltero b) casado c) conviviente
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?
 - a) Primaria b) secundaria c) sup no universitario d) sup universitario
4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?
 - a) Atención al cliente b) almacenero c) peón
5. Tipo de liderazgo se ejerce en la MYPE?
 - a) Democrático b) Carismático
6. ¿Has recibido capacitación de preingreso?
 SI NO
7. ¿Ha recibido capacitación de inducción en esta MYPE?
 SI NO

8. ¿Se adapta rápido al proceso de capacitación?

SI NO

9. ¿La capacitación a sus trabajadores para mayor rendimiento en sus resultados?

SI NO

10. ¿Cree que una capacitación continua ayudara a tener estabilidad en el mercado?

SI NO

11. ¿Existe comunicación entre empleado y administrador?

Poco Regular Mucho

12. ¿El administrador adopta beneficios a sus trabajadores?

SI NO

13. ¿Usted tiene la posibilidad de tener una mejor categoría a la actual?

SI NO

14. ¿Usted solo se encarga de su tarea establecida?

Si No

15. ¿Se exige al personal a cumplir metas?

SI NO

Gracias por su colaboración.

Criterios de evaluación

PREGUNTA	Experto 1		Experto 2		Experto 3		Total	Experto 1		Experto 2		Experto 3		Total	Experto 1		Experto 2		Experto 3		Total							
	si	no	si	no	si	no		si	no	si	no	si	no		si	no	si	no	si	no								
	O1. Identificar los tipos de capacitación en las MYPE comerciales rubro ferretería - Talara, año 2014	¿Es pertinente con el concepto?						¿Necesita mejorar la redacción?							¿Es tendencioso aquiescente?							¿Se necesita más items para medir el concepto?						
¿Cuál es su edad?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Cuál es su estado civil?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Cuál es su grado de instrucción?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Qué cargo desempeña en la empresa?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
Tipo de liderazgo se ejerce en la MYPE?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3

Criterios de evaluación																												
O3. determinar cuál es la importancia de la competitividad de las MYPEs comerciales rubro ferretero - Talara, año 2014	¿Es pertinente con el concepto?							¿Necesita mejorar la redacción?							¿Es tendencioso aquiescente?							¿Se necesita más ítems para medir el concepto?						
PREGUNTA	Experto 1		Experto 2		Experto 3		Total	Experto 1		Experto 2		Experto 3		Total	Experto 1		Experto 2		Experto 3		Total	Experto 1		Experto 2		Experto 3		Total
	si	no	si	no	si	no		si	no	si	no	si	no		si	no	si	no	si	no		si	no	si	no	si	no	
	¿Cuál es la MYPE con precios más bajos?	1		1		1			3		1		1			3		1		1			3		1		1	
¿Usted cree que la MYPE cubre sus necesidades en cuanto a su satisfacción?	1		1		1		3		1		1		3		1		1		3		1		1		3			
¿Los Precios son cómodos en comparación con otras MYPEs?	1		1		1		3		1		1		3		1		1		3		1		1		3			

¿La calidad es óptima en cuanto al producto?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Se conoce los intereses de los consumidores?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Encuentra lo que necesita en esta MYPE?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
O4.Conocer la ventaja competitiva en las MYPEs comerciales rubro ferretero - Talara, año 2014																												
¿La MYPE ofrece ofertas para atraer a sus clientes?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Usted cree que son amables sus trabajadores en cuanto a su atención?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Están dispuestos a pagar un porcentaje																												

mayor al precio del producto?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Cree que la implementación de uniformes serviría para mejorar el ambiente de la MYPE?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Esta MYPE se diferencia de los demás?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Cree usted que el servicio y producto es innovador?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Califique la MYPE en que rango se encuentra?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿En cuanto a sus recursos, siempre encuentra productos en stock?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3
¿Cree usted que la MYPE debe expandirse a otros lugares?	1		1		1		3		1		1		1	3		1		1		1	3		1		1		1	3

Totales	30		30		30		90		30		30		30	90		30		30	90		30		30		30	90
Escala Evaluativa																										
EXCELENTE	3																									
BUENO	2																									
DEFICIENTE	1																									
Nivel	Escala Evaluativa																									
¿Es pertinente con el concepto?	3	EXCELENTE	3.00																							
¿Necesita mejorar la redacción?	3	EXCELENTE	3.00	12/4=3																						
¿Es tendencioso aquiescente?	3	EXCELENTE	3.00	Por lo tanto la validación se encuentra en encala excelente.																						
¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	3	EXCELENTE	12.00																							

Evaluación turniting

Check	Student Name	Submission Title	Percentage	Progress Bar	Icon 1	Icon 2	ID	Date
<input type="checkbox"/>	Dominguez Chumacero ...	DOMINGUEZ CHUMACERO RESULT 1	0%	<div style="width: 0%;"></div>			1004007880	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Result...	GODOS SANCHEZ RESULTAD	0%	<div style="width: 0%;"></div>			1004016051	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Cruz Resulta...	MENDOZA CRUZ RESULTADOS 211	0%	<div style="width: 0%;"></div>			1006338077	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Resultad N...	NIÑO ABAD RESULTAD	0%	<div style="width: 0%;"></div>			1002803812	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Tume Rodriguez Result...	TUME RODRIGUEZ RESULT	0%	<div style="width: 0%;"></div>			1002805239	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Resulta...	FALLA ROMERO RESULTADO	4%	<div style="width: 4%;"></div>			1002808345	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Olaya Nole Olaya Nol...	OLAYA NOLE	4%	<div style="width: 4%;"></div>			987988908	05-ago-2018
<input type="checkbox"/>	Martinez Arevalo Res...	MARTINEZ AREVALO RESULTAD 211	5%	<div style="width: 5%;"></div>			1006338970	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Introd...	FALLA ROMERO INTROD	8%	<div style="width: 8%;"></div>			1004011232	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Result 1...	MAZA ZAPATA RESULT 1	8%	<div style="width: 8%;"></div>			1004010296	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Result 2 ...	ALBAN PANTA RESUL 2	8%	<div style="width: 8%;"></div>			1004008624	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Introd...	GODOS SANCHEZ INTRODUC	9%	<div style="width: 9%;"></div>			1004015341	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Olaya Nole Result2 O...	OLAYA NOLE RESULT2	11%	<div style="width: 11%;"></div>			1004009011	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Silva Mora Introd 21...	SILVA MORE INTROD 211	11%	<div style="width: 11%;"></div>			1006303120	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Silva Mora Resultado...	SILVA MORE RESULTADO 2	11%	<div style="width: 11%;"></div>			1006304519	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Introd A...	ALBAN PANTA INTROD	12%	<div style="width: 12%;"></div>			1002814103	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Tume Rodriguez Intro...	TUME RODRIGUEZ INTRODUC2	12%	<div style="width: 12%;"></div>			1006333527	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Result ...	ZAPATA REYES RESULT 211	12%	<div style="width: 12%;"></div>			1006337124	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Niño Abad	NIÑO ABAD	13%	<div style="width: 13%;"></div>			987989017	05-ago-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Hidalgo Zapat...	ZAPATA HIDALGO	14%	<div style="width: 14%;"></div>			987989133	05-ago-2018
<input type="checkbox"/>	Córdova Vilchez Introd...	CORDOVA VILCHEZ INTROD	15%	<div style="width: 15%;"></div>			1002812096	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Zapata ...	ZAPATA REYES	15%	<div style="width: 15%;"></div>			987989306	05-ago-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Introd...	MAZA ZAPATA INTRODUC 211	16%	<div style="width: 16%;"></div>			1006339334	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Hidalgo Result...	ZAPATA HIDALGO RESULT	16%	<div style="width: 16%;"></div>			1002813153	18-sept-2018

PÁGINA 1 2

Libro de códigos

CAPACITACION

OBJS									O1	O1	O1	O2	O2	O2	O2
ITEMS	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15
1	1	1	3	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1
2	1	2	4	2	2	2	2	1	1	1	3	1	2	1	1
3	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	2	1	2
4	1	2	1	3	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2
5	1	3	3	1	2	2	2	1	1	1	3	1	1	1	2
6	1	2	3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2
7	1	3	2	1	1	2	2	1	1	1	3	1	2	1	2
8	1	3	1	3	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2
9	1	3	1	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2
10	1	3	3	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2
11	1	3	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2
12	1	3	1	3	2	2	2	2	1	1	3	2	2	1	2
13	1	3	3	1	2	2	2	1	1	1	3	1	2	1	2
14	1	3	1	2	2	2	2	1	1	1	3	1	2	1	2

COMPETITIVIDAD

OBJS	O3	O4	O4	O4	O4	O4									
ITEMS	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15
1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2
2	5	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
3	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
4	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2
5	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
6	1	1	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
7	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
8	2	1	2	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
9	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1
10	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1
11	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
12	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
13	2	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
14	3	1	2	3	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
15	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
16	1	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
17	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
18	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1
19	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
20	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
21	1	1	1	3	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
22	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
23	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2
24	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
25	3	1	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2
26	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	2	2	3	1	1
27	4	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
28	4	2	1	3	2	1	2	2	2	1	1	2	3	1	1
29	5	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	3	1	2
30	5	2	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
31	1	2	2	3	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
32	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
33	2	2	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
34	4	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
35	4	2	1	4	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
36	1	2	1	4	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2
37	5	2	1	4	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
38	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
39	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
40	3	2	1	3	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1

41	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2
42	4	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
43	4	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	3	1	1
44	2	2	2	3	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2
45	5	2	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
46	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	1	1
47	5	2	2	4	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
48	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	1	1
49	4	1	2	4	1	1	2	1	2	1	1	2	3	1	1
50	4	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
51	1	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	1	3	1	1
52	2	2	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2
53	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
54	2	2	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
55	5	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	3	1	1
56	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2
57	2	2	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2
58	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
59	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
60	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
61	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	3	2	2
62	2	2	1	3	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1
63	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
64	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2
65	4	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
66	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	1	1
67	4	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2
68	2	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
69	4	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	3	1	1
70	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
71	1	2	1	4	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
72	2	2	1	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1
73	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2
74	4	2	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
75	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
76	4	2	2	3	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2
77	2	2	1	4	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
78	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
79	5	2	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2
80	1	2	2	4	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
81	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
82	2	1	2	3	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
83	5	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2
84	5	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2
85	1	1	1	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	1	2

86	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
87	2	1	2	4	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1
88	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2
89	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
90	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1
91	5	2	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
92	2	2	1	4	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1
93	5	2	2	3	1	1	2	2	2	1	2	1	3	1	1
94	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
95	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
96	5	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
97	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2
98	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1
99	3	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	1	3	1	2
100	1	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2
101	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
102	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
103	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2
104	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
105	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
106	2	1	1	4	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
107	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2
108	4	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
109	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1
110	4	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1
111	3	1	1	3	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2
112	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
113	4	1	1	4	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1
114	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
115	4	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
116	4	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2
117	4	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
118	4	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
119	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2
120	5	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
121	3	1	1	4	1	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1
122	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
123	5	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2
124	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1
125	5	1	1	3	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1

126	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
127	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
128	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
129	1	1	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	3	1	2
130	2	1	1	3	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
131	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	3	1	1
132	2	1	1	3	1	1	2	2	2	2	2	1	3	2	1
133	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
134	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
135	2	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
136	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
137	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
138	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2
139	1	2	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2
140	5	2	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
141	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	3	2	1
142	5	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
143	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
144	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
145	4	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
146	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	3	2	2
147	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1
148	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1
149	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1
150	2	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
151	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
152	4	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1
153	4	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
154	1	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1
155	4	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1
156	4	1	1	4	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2
157	4	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1
158	4	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2
159	1	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1

160	4	1	1	4	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	2
161	4	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2
162	4	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
163	4	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
164	1	1	1	4	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1
165	5	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1
166	5	1	1	4	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1
167	4	1	1	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
168	4	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2	1

169	1	1	1	4	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1
170	5	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1
171	5	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2	1
172	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
173	3	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1
174	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1
175	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2
176	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	3	1	1
177	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
178	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2
179	1	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
180	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	1
181	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1
182	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
183	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1
183	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2
184	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
185	3	1	1	3	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1
186	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
187	3	1	2	4	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1
188	1	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2
189	3	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1
190	3	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
191	3	1	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1
192	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
193	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
194	5	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2
195	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
196	4	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
197	4	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	3	2	2
198	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1
199	3	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1
200	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
201	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
202	3	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1
203	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
204	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
205	3	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2
206	3	1	2	4	1	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1
207	3	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1
208	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
209	3	1	1	3	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
210	3	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1
211	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2
212	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
213	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	1	1

214	3	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1
215	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
216	3	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	3	2	1
217	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	1	1
218	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1
219	5	1	2	3	1	1	2	2	2	1	2	2	3	1	2
220	3	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	3	2	1
221	3	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
222	3	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
223	1	2	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2
224	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
225	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
226	3	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
227	3	1	1	4	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
228	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
229	3	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1
230	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
231	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2
232	3	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
233	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
234	3	1	1	3	1	1	2	1	2	2	2	1	3	2	1
235	3	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
236	3	1	1	3	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1
237	3	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
238	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	3	2	2
239	3	2	1	3	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
240	3	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1
241	3	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1
242	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
243	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
244	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
245	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
246	4	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	2
247	4	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
248	1	1	2	4	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2
249	5	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	2
250	5	1	1	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1
251	5	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2
252	5	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
253	1	1	1	3	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1
254	5	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
255	5	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1

256	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
257	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1
258	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
259	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
260	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
261	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2
262	3	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2
263	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
264	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
265	3	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
266	3	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
267	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2
268	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1
269	4	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
270	4	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1
271	3	1	1	3	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1
272	3	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
273	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
274	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
275	2	1	1	4	1	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1
276	5	1	1	3	1	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1
277	5	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
278	1	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
279	5	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
280	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2
281	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
282	3	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2
283	1	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1
284	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1
285	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
286	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
287	3	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
288	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
289	3	1	1	4	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1
290	3	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2
291	3	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	2
292	4	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
293	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
294	5	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	2
295	5	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1
296	5	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1

297	3	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
298	3	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1
299	3	1	2	4	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
300	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2
301	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
302	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
303	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
304	3	1	1	3	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
305	3	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
306	3	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2
307	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
308	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
309	3	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1
310	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
311	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
312	3	2	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
313	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
314	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
315	3	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
316	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
317	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
318	5	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
319	2	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1
320	5	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
321	5	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
322	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2
323	5	1	1	4	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
324	4	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	2
325	5	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
326	5	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
327	4	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
328	5	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1
329	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
330	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
331	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
332	3	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1
333	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
334	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
335	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
336	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2
337	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2
338	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1
339	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1

340	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
341	2	1	1	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
342	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
343	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2
344	2	1	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1
345	5	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
346	5	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
347	5	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
348	3	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
349	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
350	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
351	5	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
352	4	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
353	5	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
354	5	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
355	2	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
356	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1
357	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
358	2	1	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1
359	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
360	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
361	3	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
362	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
363	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1
364	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
365	3	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	1
366	4	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1
367	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
368	5	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
369	3	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
370	5	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
371	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
372	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
373	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
374	2	1	2	4	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
375	2	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1
376	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1
377	2	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
378	5	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
379	5	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
380	2	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1



381	5	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
382	4	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
383	2	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
384	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1



Evidencias de MYPE y aplicación de encuestas





Solicitudes de representantes y dueños de MYPE

SOLICITUD DE APLICACIÓN DE ENCUESTA

Señor:

Elvira Seminario Aguilar
Gerente General

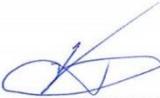
"COMERCIAL LEO"

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitar autorización y apoyo en la aplicación de una encuesta, la misma que es necesaria para obtener datos que serán de ayuda en el desarrollo de nuestra investigación que busca CARACTERIZAR LA CAPACITACION Y COMPETITIVIDAD DE LA MYPEs COMERCIALES DEL RUBRO FERRETERIA, la información adquirida será recaudada con fines educativos.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente, atentamente.


.....
INVESTIGADOR
Juan Carlos Cardona Alchor


.....
GERENTE

Talara, 01 de Setiembre del 2018

SOLICITUD DE APLICACIÓN DE ENCUESTA

Señor:

MOISES CORONADO NIZAMA
Gerente General

ARALPRCOYA VENTAS y SERVICIOS GENERALES EIRL

De mi mayor consideración.

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitar autorización y apoyo en la aplicación de una encuesta, la misma que es necesaria para obtener datos que serán de ayuda en el desarrollo de nuestra investigación que busca CARACTERIZAR LA CAPACITACION Y COMPETITIVIDAD DE LA MYPEs COMERCIALES DEL RUBRO FERRETERIA, la información adquirida será recaudada con fines educativos.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente, atenta mente.



INVESTIGADOR

Juan Carlos Cordova Velchez

ARALPRCOYA
VENTAS Y SERVICIOS GENERALES EIRL
RUC. 2060310503
MOISES CORONADO NIZAMA
GERENTE GENERAL
GERENTE

Talara, 01 de Setiembre del 2018

SOLICITUD DE APLICACIÓN DE ENCUESTA

Señor:

XIESTOR OTERO XUNTEZ
Gerente General

"EL REY DAVID"

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitar autorización y apoyo en la aplicación de una encuesta, la misma que es necesaria para obtener datos que serán de ayuda en el desarrollo de nuestra investigación que busca CARACTERIZAR LA CAPACITACION Y COMPETITIVIDAD DE LA MYPEs COMERCIALES DEL RUBRO FERRETERIA, la información adquirida será recaudada con fines educativos.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente, atenta mente.

JUAN CARLOS CORDOVA VILCHEZ

.....
INVESTIGADOR



.....
GERENTE

Talara, 01 de Setiembre del 2018

SOLICITUD DE APLICACIÓN DE ENCUESTA

Señor:

Guillermo Antonio Mario Danis
Gerente General

Ferretería El Electrico.

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitar autorización y apoyo en la aplicación de una encuesta, la misma que es necesaria para obtener datos que serán de ayuda en el desarrollo de nuestra investigación que busca CARACTERIZAR LA CAPACITACION Y COMPETITIVIDAD DE LA MYPEs COMERCIALES DEL RUBRO FERRETERIA, la información adquirida será recaudada con fines educativos.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente, atenta mente.


.....
INVESTIGADOR
Juan Carlos Cordova Vilchez


.....
GERENTE

Talara, 01 de Setiembre del 2018

SOLICITUD DE APLICACIÓN DE ENCUESTA

Señor:

ENRIQUE MESINO Campos
Gerente General

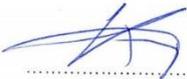
FERRETERIA DON CASTILLO

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitar autorización y apoyo en la aplicación de una encuesta, la misma que es necesaria para obtener datos que serán de ayuda en el desarrollo de nuestra investigación que busca CARACTERIZAR LA CAPACITACION Y COMPETITIVIDAD DE LA MYPEs COMERCIALES DEL RUBRO FERRETERIA, la información adquirida será recaudada con fines educativos.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente, atenta mente.


.....
INVESTIGADOR
Juan Carlos Cordova Vilchez


.....
GERENTE

Talara, 01 de Setiembre del 2018

Constancia de no adeudo

USER: 45757402

Nro: 082018-00007058
Fecha: 27-09-2018 11:59

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) CORDOVA VILCHEZ JUAN CARLOS, con código de matrícula 0511120001, 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, 27 DE SEPTIEMBRE DEL 2018.


UNIVERSIDAD CATOLICA
LOS ANGELES - CHIMBOTE

Giuliana Lisseth Mascol Carbajal
UNIDAD DE CHINA PIURA


UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
PIURA

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

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

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