



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y  
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO  
JOYERÍA, DEL CENTRO DE CATACAOS-  
PIURA, AÑO 2018**

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

**AUTORA:**

**GABRIELA VALVERDE JUÁREZ**

**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 CAPACITACIÓN Y  
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO  
JOYERÍA, DEL CENTRO DE CATACAOS-  
PIURA, AÑO 2018**

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

**AUTORA:**

**GABRIELA VALVERDE JUÁREZ**

**ASESORA:**

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2018**

**FIRMA DEL JURADO EVALUADOR DE TESIS 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 grande y poderoso por  
la vida, sabiduría y fuerza que  
me da cada día día.

A mis padres:  
Quienes me brindan su apoyo  
incondicional en todo momento  
para el logro de mis metas.

La Universidad Católica los Ángeles de  
Chimbote ULADECH y su Líder por el apoyo  
en la capacitación constante de sus docentes.  
Y un agradecimiento especial a mi Asesor

**LA AUTORA**

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser el creador de la  
vida y la razón de nuestro  
existir.

A mis padres por su amor y  
confianza en mí y brindarme el  
aliento necesario para alcanzar  
mis metas.

**LA AUTORA**

## RESUMEN

La presente investigación titulada “caracterización de capacitación y competitividad en las MYPE, rubro joyería del centro de Catacaos-Piura año 2018, que tiene como objetivo general: Determinar qué características tiene la capacitación y competitividad en las MYPE comerciales, rubro joyería del centro de Catacaos-Piura año 2018. Para esta investigación se empleó la metodología de tipo cuantitativo del nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, como lo indica se evaluó las características de las variables a estudiar que son capacitación y Competitividad. Se empleó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario, así mismo se trabajó con una población de 48 trabajadores y 246 clientes de las MYPE, llegando a las siguientes conclusiones: Según la investigación no se determinaron las diferentes características que tienen la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro joyería del centro de Catacaos-Piura. No se identificó los tipos de capacitación en las MYPE, rubro joyería del centro de Catacaos-Piura debido al bajo nivel de capacitación que estas reciben. No se conoce el proceso de capacitación en las MYPE, rubro joyería del centro de Catacaos-Piura. Ya que es muy bajo el porcentaje de las que reciben capacitación. Se concluyó que las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura identificaron los siguientes niveles de competitividad de organizada e individual. Se concluyó que las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura describen los siguientes factores de competitividad calidad del producto, calidad de servicio e imagen.

Palabras Claves: CAPACITACIÓN, COMPETITIVIDA, MYPE.

## **ABSTRACT**

This research entitled "Characterization of training and competitiveness in MSEs, center of Catacaos-Piura year 2018, which has as its general objective: Determine what features training and competitiveness in commercial MSEs, jewelry center Catacaos center -Piura 2018. For this research, the quantitative type methodology of the descriptive level was used, a non-experimental cross-sectional design, as indicated by the evaluation of the characteristics of the study variables that are competence and training. survey with the instrument the questionnaire, we reached a population of 48 workers and 246 clients of the MSEs, reaching the following conclusions: According to the research, the different characteristics of training and competitiveness in the MSEs were not determined. center of Catacaos-Piura, the types of training were not identified n in MSEs category School Catacaos-Piura due to the low level of training that these receive. The process of training in the MSEs, jewelry center of the Catacaos-Piura center is not known. Since the percentage of those who are receiving training is very low. It was concluded that the MSPE jewelry center of the Catacaos-Piura center identified the following levels of competitiveness and individual. It was concluded that the MYPE jewelry center of the Catacaos-Piura center classified the following factors of competitiveness, quality of the product, quality of service and image

Keywords: TRAINING, COMPETITIVENESS, MYPE

## TABLA DE CONTENIDO

FIRMA DEL JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLA DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LA LITERATURA.....	14
2.1. Antecedentes.....	14
2.1.1. Variable Capacitación.....	14
2.1.2. Variable Competitividad.....	21
2.2. Bases Teóricas.....	29
2.2.1. Capacitación.....	29
2.2.2. Competitividad.....	36
III. HIPOTESIS.....	40
IV. METODOLOGÍA.....	41
4.1. Diseño de la investigación.....	41



4.2. Población y Muestra .....	41
4.3. Matriz de Operacionalización .....	45
4.4. Técnicas e instrumentos .....	47
4.5. Plan de Análisis.....	47
4.6. Matriz De Consistencia .....	48
4.7. Principios Éticos .....	49
V. RESULTADOS.....	50
5.1. Resultados .....	50
5.2. Análisis de los resultados.....	56
VI. CONCLUSIONES .....	68
Recomendaciones .....	69
Referencias Bibliográficas .....	70
Anexos.....	76

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Siente motivación .....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 2 Capacitaciones constantes.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 3 Se deben realizar capacitaciones.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 4 Orientación.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 5 Capacitado para nuevas tareas .....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 6 Necesidad para la capacitación.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 7 Recibe capacitación programada.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 8 Mediante la capacitación desarrolla habilidades y destrezas.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 9 Evaluación de la capacitación.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 10 Eficiencia y eficacia importante para la.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 11 Calidad del producto.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 12 Mejoramiento del diseño.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 13 Educación.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 14 Aplicación de ventajas comparativas.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 15 Medición del nivel de competitividad.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 16 Calidad del producto.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 17 Servicio de atención agradable.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 18 Satisfacción de necesidades y expectativas.....</i>	<i>56</i>

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Caracterización de Capacitación y Competitividad en las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura, año 2018, proviene de la línea de investigación “caracterización del financiamiento, la capacitación, competitividad y rentabilidad de las MYPE”, línea que es asignada por la Escuela de Administración la cual comprende el campo disciplinar: Promoción de la MYPE y se vincula con las variables que se utilizaran para esta investigación que son capacitación y competitividad. El problema que se identifico es: ¿Qué características tiene la capacitación y competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018? La situación actual de las MYPE del rubro comercial de joyería en el centro de Catacaos se ha podido presenciar la falta de capacitación no correspondiente tanto a los trabajadores como a los empresarios para que puedan ampliar sus conocimientos y mejorar sus capacidades y actitudes, con respecto a la labor que desempeñan, no permitiendo desarrollar una excelente competitividad en el mercado en que se encuentran.

El objetivo general que se pretende alcanzar al realizar esta investigación es: Determinar qué características tiene la capacitación y competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018. Y como objetivos específicos: a) Identificar los tipos de la capacitación en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018. b) Conocer el proceso de capacitación en las MYPE comerciales rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018. c) Identificar los niveles competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018. d) Describir los factores de la competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018.

Gracias a este estudio de investigación contribuiré a que las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos, en un 99 % tengan una buena gestión eficiente y eficaz, gracias a la capacitación para el cumplimiento de sus objetivos y metas.

La metodología propuesta para esta investigación es de tipo cuantitativo del nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Se emplea como tipo de recojo de información a la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario estructurado. La investigación queda delimitada de la perspectiva geográfica: centro de Catacaos, psicográfico: microempresas comerciales, rubro joyería y delimitación temporal 2018. Las microempresas comerciales rubro joyería, es una población que se encuentra en un área de negocio, comercio muy concurrente y atractiva, por ser la parte céntrica de la provincia de Catacaos y la visita concurrente de turistas de todo el mundo y de la misma comunidad, en la cual se observó una fuerte competencia entre joyerías. Por lo cual exige una constante capacitación permanente en beneficio de los empresarios y trabajadores, que les permita diferenciarse ante la competencia, para que tengan una excelente competitividad logrando objetivos y metas planteadas.

En cuanto a la historia, el distrito de Catacaos, poblada con más 54 171 habitantes es predominante agrícola y artesano por lo que se encuentra rodeado de un valle fértil, además cuenta con una importante producción de algodón. Cuenta con 14 centros poblados: Buenos Aires de Cumbibirá , La Campiña, Mocara, San Pablo, El Gredal, Catacaos, Pedregal Grande, Simbila, Viduque, Paredones, Nuevo Pedregal, La Piedra, La Legua/San Jacinto, Pedregal Chico. Posee un clima caluroso tropical la mayor parte todo el año pero la temperatura varía 16<sup>a</sup> C como mínimo y 35<sup>a</sup> C.

Catacaos es famosa por su artesanía a tal grado que el estado le ha concedido el título de Capital Artesanal con la ley 25132 en el año 1989. Sus artesanos cuentan con gran habilidad para confeccionar joyas en oro y plata en filigrana. Confeccionan todo tipo de objeto que sea solicitado destaca tejidos de paja toquilla gastronomía entre otros.

Antiguamente la calle comercio, famosa hoy en día por la visita de turistas de todo el mundo, se ofrecían de diferentes productos propios de la zona, para ello utilizaban mesas para exhibir sus productos a todo aquel que pasaba por este lugar, carecían de la tecnología, tenían métodos ancestrales para la elaboración de las joyas, no contaban con maquinaria de punta debido a que su poder adquisitivo bajo, aun así los visitantes y gente del pueblo, se quedaban maravillados de los trabajos en oro y plata.

Los productos ofertados eran numerosos. la joyería resaltaba y engalanaba a este lugar ya que lo elaboraban los propios artesanos; en sus inicios tenían olvidado la caracterización de sus tiendas, ya que no se preocupaban por la imagen ante sus clientes y ni por la competencia, no establecían estrategias para posicionarse en el mercado y marcar diferencia ante la competencia, sus diseños eran casi los mismos en todas las pequeñas tiendas no se identificaban con un nombre antiguamente mostrándose poco llamativas ya que los propietarios no apostaban por su imagen solo les bastaba poner su vitrina y algunas mesas afuera de sus casas o ubicarse en un lugar concurrido, en cuanto a precios eran iguales a las otras tiendas. Sus trabajadores eran la mayoría los mismos dueños y también sus familiares, estaban conformadas mayormente, por ello se denominaban negocios familiar, pero tenían dificultades en cuanto a la salida de sus productos a otros lugares, ya que necesariamente debían contar con estándares de calidad.

En cuanto al poder de negociación era establecido por el cliente mayormente ya que la mayoría de los artesanos se preocupan por la imagen que muestran y la diferenciación entre su competencia. en cuanto a sus diseños ya no son los mismos han surgido nuevos tanto para niños, jóvenes y personas adultas de acuerdo a sus gustos y preferencias, ahora se ven más atractivas y organizadas, en algunos casos han empleado nuevas técnicas para la elaboración de estas joyas en oro y plata, otros siguen con lo tradicional en cuanto al precio se maneja de acuerdo a la calidad del producto, por ello varían los precios, pero también en la actualidad se puede apreciar que los empresarios están dejando de lado a sus trabajadores, se han preocupado por la imagen pero no toman en cuenta en la mayoría de las MYPE a sus trabajadores, no los están capacitando, formándose ellos mismos barreras para insertarse en el mundo competitivo, y exportar sus productos a otros países con eficiencia y eficacia, realizando una excelente gestión administrativa. Aún no han entendido la importancia de la capacitación para ser competitivos y diferenciarse de la competencia.

En Catacaos existen alrededor de 200 artesanos, pero de ellos solo 40 son usuarios del CITE, su especialidad radica en la elaboración de joyas en oro y plata, y que han sido mejoradas poco a poco debido a la exigencia moderna. Los joyeros de Catacaos hoy se enfrentan a una problemática que les es un obstáculo para crecer en el mercado. Esta problemática es la falta de capacitación efectiva al personal, conduciéndolos a realizar una labor incorrecta ante el cliente lo cual conlleva a una deficiente competitividad en el mercado competitivo.

Rengifo (2011), Siempre menciona que en la economía peruana las MYPES son las mayores generadoras de empleo, además de contribuir con un alto porcentaje del PBI.

Sin embargo, también es uno de los sectores con menos apoyo concreto y decidido por parte del gobierno. El autor señala que no existe un sistema nacional de capacitación para la mejora de la competitividad de las MYPE en el mediano plazo, como en otros países latinoamericanos Chile, Brasil y México; mediante un modelo de acciones y estrategias que articulen eficientemente a todos los actores involucrados con la MYPE, en el que exista un organismo regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a los demandantes, los micro y pequeños empresarios.

Flores, (2010). Señala que las micro y pequeñas empresas surgen por la falta de puestos de trabajo ya que estas personas (que generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar su propia fuente de ingresos, ya que esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, por las grandes empresas nacionales, tampoco por las inversiones de las grandes empresas internacionales, con el fin de auto emplearse y emplear a sus familias pero en algunas ocasiones valerse de la informalidad para poder lograrlo. El autor señala que hoy en día la mayoría de las MYPE en el mercado son el resultado de la falta de puestos de trabajo, por ello se ven en la necesidad de generar sus propias fuentes de ingreso y auto emplearse para salir de la pobreza y a la vez satisfacer sus necesidades.

Silupu, (2012). Señala que Piura se caracteriza por tener una gran actividad comercial, movida principalmente por las MYPE; por lo tanto, son las que están generando más puestos de trabajo. Por ello las MYPE piuranas presentan entre sus fortalezas: capacidad de liderazgo y de asumir nuevos retos, deseo de salir adelante, son amantes del riesgo, muy emprendedoras. Debilidades: el actuar en la informalidad, dejarse

llevar por terceras personas que muchas veces no son las más idóneas, la desorganización; sin embargo, pese a las dificultades, muchos se esfuerzan y para salir adelante gracias con gran creatividad y voluntad para hacer bien las cosas.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014), da como resultados que las MYPES en el Perú, representan más del 98% del total de las empresas, aportan con un 85% a la PEA y un 61% al PBI. Si el 98% de las MYPES del país lo llevamos al 100%, se tiene que el 97% son microempresas y el 3% son pequeñas. Asimismo, del 97% de las Micro y Pequeñas Empresas, el 75% son informales y el 25% son formales. En cambio, el 80% de las pequeñas empresas son formales y el 20% son informales. El 80% son microempresas de subsistencia y el 20% son microempresas de ganancias empresariales.

En cuanto a Las políticas del Estado existentes, buscan el fortalecimiento de las MYPE, pero estas resultan insuficientes, ya que hay un avance lento en el proceso de formalización de Micro y Pequeñas Empresas, pero estas políticas se pueden mejorar para que se haga más efectivo el apoyo a desarrollar empresas competitivas en este mundo globalizado. Es importante saber que tienen las pequeñas y medianas empresas (MYPE) para lograr el desarrollo con inclusión social la necesidad de promover un desarrollo territorial basado en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas y en su efectiva inserción en los mercados, favoreciendo así de esta manera la generación de empleo, la democratización de oportunidades y la participación de los ciudadanos, es decir, la inclusión social. Es importante porque busca que las MYPE ingresen en el mercado para generar empleo y oportunidades a los pobladores del país. Cuando hablamos de la MYPE a nivel de microambiente no tiene una negociación directa con los proveedores y esto se debe al bajo volumen de compra y al reducido capital. A pesar de



que las MYPES tengan un poder de negociación muy limitado el microempresario cumple con los requisitos exigidos por el proveedor.

Al observar el nivel microambiente de las MYPE del rubro joyería del centro de Catacaos-Piura, vemos que los proveedores tienen un papel muy importante para el logro de los objetivos de los microempresarios y de la misma manera el proveedor ya que necesita nuevos clientes para que este crezca.

Con respecto al poder de negociación de los clientes, es vital e indispensable para saber las características que demandan los clientes ya que de esta manera se determina el poder de negociación que se debe tener con los proveedores. Esta estrategia permite que las MYPES del rubro Joyería del centro de Catacaos-Piura estén a la expectativa y luchan por ser cada día más competitivas, esto se refleja en los precios, en una mejor publicidad, introducción de nuevos productos, aumento y mejoramiento de servicios y garantías a los clientes.

Entre las MYPES del rubro Joyería existe una fuerte competencia ya que siempre ingresa al mercado nuevos modelos, estilos, tamaños, colores que se adecuan a las exigencias y necesidades de los clientes, esto permite que los microempresarios puedan segmentar el mercado y ofrecer una mejor calidad de producto y servicio.

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.

Entre los factores económicos el BCRP (2016) señala en el primer trimestre del 2016 la inflación tuvo un 4.3%, en PBI 4.4% y una tasa de crecimiento de 4.4%, la misma que permite determinar que en Perú existe un avance productivo alto y por ende un buen poder adquisitivo, lo que significa que muchos empresarios tienen las posibilidades de apostar por la creación de puestos de trabajo.

Asimismo en el párrafo antes señalado, se tiene que analizar la forma cómo la empresa se inserta a la sociedad, en la prestación de servicios, y la generación de empleo, para esto las entidades financieras del estado como: La Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), el Banco de la Nación y el Banco Agropecuario promueven y articulan íntegramente a través de los intermediarios financieros el financiamiento a las MYPE, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales MPTE (2016); esta ayuda financiera es de mucha importancia para las MYPE que desean ampliar o diversificar su negocio.

El Estado interviene en la economía mediante la política monetaria y fiscal, mediante regulaciones de los distintos mercados como el laboral (sueldos mínimos, derechos y obligaciones del trabajador y empresario, contratación temporal, entre otros) y los mercados financieros. Además, en Perú, se cuenta con el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), que utiliza un procedimiento de inscripción en Web, el mismo que permite a las MYPE, acceder a los beneficios laborales, tributarios, financieros y tecnológicos que brinda la Ley MYPE, a la vez apoya con la publicidad que es dada a través del portal del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), y la obtención de la constancia de acreditación, que posteriormente se presentaran a las

diferentes entidades que lo requieran (MPTE, 2015)

Las MYPE tienen limitada capacidad financiera, por ello 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. Teves, (2009).

Con respecto al comercio y administración, poseen una administración independiente ya que es procedente de la capacidad y experiencia de su propietario(s), operan en un ámbito local, poseen escasa especialización en el trabajo, no se realizan capacitaciones para el personal, dependen en gran medida de la mano de obra familiar, su actividad no es intensiva en capital, pero sí en mano de obra, sin embargo no cuenta con mano de obra fija o estable, tienen escaso acceso a la tecnología y en algunos casos no cuentan con ello, no separan las finanzas del hogar y las de los negocios, tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

Los empresarios MYPE, poseen un conocimiento empírico del mercado en el que se incursionan basados en prueba y error, no tienen un conocimiento científico sobre cómo

se debe administrar el negocio, ya que la mayoría cuenta con un nivel de educación primaria y secundaria, existiendo una falta de información del entorno y del mercado en que se encuentran incursionando, así como falta de innovación, tecnología y falta de capacitación.

A nivel de ambiente externo o microambiente, las microempresas que se encuentran en el Régimen Laboral Especial contemplado en el Decreto Legislativo N° 1086 (Texto Único Ordenado aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR) y su reglamento aprobado por Decreto Supremo N°008-2008-TR. Explica que no se les debe pagar CTS, ni gratificaciones, seguro de vida, ni asignación familiar, ni derechos colectivos, pero si deben contar con descanso semanal, vacaciones de 15 días, seguro social, licencia de maternidad, sin embargo las MYPES informales no cumple con lo establecido por el D.L N°1086 y los trabajadores se ven afectados.

Por otro lado, con respecto a la tributación, debe elegir el Régimen más conveniente entre el Nuevo RUS (Régimen Único Simplificado), régimen especial del impuesto a la renta Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) y el Régimen General. En cuanto al beneficio del Régimen Especial, se tiene que la microempresa que se acoge 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.

En cuanto a lo antes mencionado al beneficio del Régimen Especial, se tiene que la microempresa que se acoge debe cumplir con: Con respecto al pago de los trabajadores

sabemos que aquellos están sujetos al Régimen Laboral Especial donde se les debe pagar la Remuneración Mínima Vital en la medida que laboren más de cuatro horas diarias, sin embargo existen MYPE informales, que les pagan por debajo del sueldo mínimo vital, y algunas veces laboran por más de 12 horas sin una remuneración adicional, cuando lo establecido son 8 horas diarias de trabajo. Según la investigación se mostró que los trabajadores de las MYP MYPE de joyerías de Catacaos no reciben una remuneración mínima vital, según lo establece el Régimen Laboral Especial contemplado en el Decreto Legislativo N° 1086, en cuanto a sus horas laborables son de 11 horas descontando la hora del almuerzo, además según la investigación trabajan los 6 días de la semana con un día de descanso.

Por otro lado, las MYPES comerciales del rubro joyería del centro de Catacaos están comprometidas con la Responsabilidad Social y al Medio Ambiente ya que en la elaboración de joyas las aguas tóxicas son juntadas y recaudadas para luego ser arrojadas al desagüe para evitar la contaminación del medio ambiente. La mayoría de las MYPES comerciales del rubro joyería del centro de Catacaos no solo se dedican a la elaboración, sino también a la vez la comercialización de sus productos. En algunos casos que son poquísimos los productos son enviados de diferentes partes del Perú. Sin embargo, aseguran que cuentan con creatividad y tecnología para que haga posible obtener un producto de calidad.

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 diferentes creencias, las normas de conducta que influyen en la demanda.

Los valores ecológicos también son aspectos importantes, reflejan el nivel de desarrollo y de educación de la sociedad actual. Respetar las condiciones físico-ambiental, bioclimáticas, los recursos naturales en general, los estilos de vida, gustos, costumbres y comportamientos distintos a los del resto. Todo lo antes mencionado es fundamental para las empresas de hoy.

Con respecto al factor tecnología es un factor determinante para la capacidad competitiva de las empresas, ya que da mejores resultados en menor tiempo, mostrándose la productividad, reflejando la calidad del producto o servicio. La mejora en la infraestructura tecnológica se ha beneficiado además por la incursión del capital extranjero a raíz de las privatizaciones, siendo el campo más importante el de las telecomunicaciones. Sin embargo, en nuestra industria, si bien existe mejora tecnológica, ésta es difícil de implementar en las MYPE dado los altos costos que representan para dichos empresarios y su bajo poder adquisitivo.

En cuanto a la Justificación es teórica práctica, pues tiene como finalidad lograr determinar la caracterización que tiene la capacitación en competitividad del ó de los propietarios de las distintas MYPE del sector comercio del área señalada en el centro de Catacaos. Además, porque permite cumplir con un requisito importante que la ULADECH ha establecido, por la Ley Universitaria N° 30220, para la obtención de título profesional.

Por otro lado, la situación actual en las que se encuentran las MYPE, con respecto a la capacitación, es preocupante, porque solo un 20% acceden a la capacitación según CONFIDE, nos lo afirma (GESTIÓN, 2014). Esto nos indica que muchos de los microempresarios no optan por capacitar a sus trabajadores, lo cual no permite potenciar sus capacidades y habilidades para desempeñarse en el marco laboral. Por consiguiente,

las MYPE se ven afectadas por la falta que existe una competitividad eficiente y eficaz impidiendo que las metas y objetivos planteadas por las MYPE no se puedan concretar.

## **II. REVISION DE LA LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Variable Capacitación**

Según Hernández & Cruz (2014) en su tesis titulada “Capacitación al personal administrativo de la clínica N°. 23 del IMSS: propuesta pedagógica respecto al cuidado de sí mismo y como mejora para las relaciones interpersonales”, presentada en la Universidad Nacional Autónoma de México; concluyó que se debe invitar a las instituciones, específicamente al Instituto Mexicano de Seguro Social, para que en sus clínicas y hospitales se propicie una capacitación en desarrollo humano, con la finalidad de que los trabajadores reconozcan que ofrecer un servicio de calidad mejora no solo la imagen del Instituto, sino que propicia que su labor sea reconocida y valorada, lo que generará en ellos una satisfacción mayor y por ende se verá reflejado en su calidad de vida.

Álava (2013) realizó una investigación titulada “programa de capacitación dirigido a la unión de asociaciones de prestadores de servicios turísticos del Cantón Playas Provincia del Guayas”, la que se presentó en la Universidad estatal península de Santa Elena extensión Playas facultad de ciencias administrativas escuela de administración carrera de administración de empresas (Ecuador), el presente proyecto analiza uno de los problemas que se presentan en el Cantón Playas en lo que concierne a la capacitación profesional de los prestadores de servicios turísticos. 17 El bajo nivel de capacitación en el sector turístico del Cantón, tanto de profesionales y servidores turísticos dedicados a la actividad como de servidores públicos en contacto con el turista son los problemas



fundamentales del mismo. El autor antes mencionado considera en su investigación que la elaboración de programas de capacitación para el desarrollo de competencias se ha convertido en una imperiosa necesidad, dado los retos que impone el desarrollo vertiginoso de la ciencia y la técnica. La capacitación profesional no se encuentra ya dirigida a calificar el desempeño en un puesto de trabajo específico, sino que se orienta a entregar y potenciar competencias aplicables a una variedad de situaciones laborales y áreas de ocupación.

Medina (2014) en su tesis “Diseño del plan de capacitación en base al modelo de retorno de inversión-ROI, para la planta central del Ministerio de Defensa Nacional, correspondiente al período fiscal 2013”, presentada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador; concluyó que al definir la pertinencia en los diferentes niveles de necesidades de capacitación y niveles de evaluación de programas de capacitación, facilitó la comprensión y colaboración de los diferentes miembros de la Institución, quienes apoyaron la aprobación del plan de capacitación y la ejecución de los programas de capacitación, ya que conocían la importancia que tenían los mismos en el desarrollo y la gestión institucional a través de su personal.

Asimismo considera que los instrumentos utilizados para implementar el modelo ROI de capacitación fueron de mucha utilidad para que la Dirección de Talento Humano conozca un poco más a fondo el manejo institucional; es decir, cuáles son los productos y servicios que se ofertan a los clientes internos o externos por unidad administrativa. Desde las acciones de capacitación, se contribuye con alcanzar los objetivos planteados, lo que permitió que los programas de capacitación propuestos, en su mayoría sean evaluados a través del nivel de aplicación e impacto, con la finalidad de implementar acciones de

mejora. Además recomienda que se debe aplicar las evaluaciones correspondientes a cada evento de capacitación programado; la investigación tuvo como objetivo general contar con un instrumento metodológico y procedimental, que facilite la ejecución de eventos de capacitación para disminuir posibles brechas detectadas a través de la evaluación del desempeño y la detección estratégica de necesidades de capacitación; así como para fortalecer las competencias descritas en el perfil del puesto, acorde a lo dispuesto en la Constitución de la República, la LOSEP, su reglamento general y demás bases legales.

De otro lado Julcahuanga (2013), donde realizó una investigación titulada “evaluación de las estrategias de capacitación del programa de capacitación laboral juvenil PROJOVEN en la ciudad de Piura” en la Universidad Católica del Perú en la ciudad de Lima, en donde basados en la Teoría del capital humano, se puede afirmar que la capacitación proporciona un conjunto de habilidades necesarias para la producción de bienes y servicios y logra aumentar la productividad y, por ende, los ingresos de los individuos, se concluyó que las estrategias de capacitación del Programa Projovent, son: fase técnica y laboral, estrategias que no se cumplen en un 100%; la vinculación ECAPs empresa es otra estrategia importante para el cumplimiento de la fase laboral de los jóvenes participantes la cual no se cumple en su totalidad, los jóvenes apuestan por cursos de servicios, de nivel de supervisores, inspectores y auxiliares, sin embargo, estos cursos no tienen demanda empresarial. No se cuenta con un proceso de adaptación para que los jóvenes puedan trabajar al momento de ser insertados al mercado laboral bajo presión, y se adecuen al sistema laboral que requiere la ocupación o el puesto de trabajo. Solamente se desarrolla un taller de formación integral durante la fase técnica

Sánchez (2014) elaboró una investigación “capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “el restaurant mar picante” (Trujillo), El presente estudio se ha realizado con el propósito de demostrar que las habilidades del personal del restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo mejoran mediante la implementación de un plan de capacitación. Se utilizó el diseño en sucesión o en línea con un solo grupo que sirvió como experimental y testigo de sí mismo, empleando la técnica de la encuesta, para cuyos efectos se elaboró un cuestionario de 10 preguntas. Se consideró como muestra a 175 clientes del restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo quiénes contestaron a la encuesta brindándonos una visión general de la situación de las habilidades de los trabajadores. Los resultados de la investigación han permitido conocer que mediante la implementación de un plan de capacitación, el desempeño de las habilidades de los trabajadores del restaurant Mar Picante mejoró, lo cual se vio reflejado en el cambio positivo de la percepción de la calidad del servicio del desempeño de los trabajadores por parte 18 de los clientes, quiénes antes de la implementación del plan de capacitación concluyendo el trabajo con la aceptación de la hipótesis: la capacitación en habilidades de atención al cliente mejora la calidad del servicio brindado en el restaurant Mar Picante.

Gonzales (2017) “Caracterización del financiamiento, de la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanías shipibo-conibo del distrito de Yarinacocha, 2017” en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Pucalpa. Concluyo que La capacitación no es considerada como una inversión para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanías shipibo-conibo del distrito de Yarinacocha, periodo 2017. La capacitación no se considera

relevante para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanías shipibo-conibo del distrito de Yarinacocha, periodo 2017

Osaki Astorayme & Sifuentes Torres, (2013) en su investigación denominada “Capacitación a vendedores de empresas distribuidoras de consumo masivo en Lima y su impacto en las ventas” que se presentó en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC (Perú), Dicha investigación empleó la metodología de tipo descriptiva y exploratoria, pudiendo concluir que los resultados obtenidos muestran que el sector analizado se mueve bajo un alto grado de informalidad que se encuentra dentro del tipo de capacitación por su formalidad, que no existe mayor gestión para generar vínculo entre la empresa y el vendedor, que la capacitación es percibida más como un gasto que como una inversión, que existe relación entre motivación y capacitación al igual que capacitación e intención de rotación, no existe una oferta adecuada que brinde la formación requerida en ventas siendo las empresas distribuidoras las que asumen el rol además es claro para este sector la relevancia de relación directa entre capacitación a vendedores y crecimiento en sus ventas.

CHAVEZ, (2014) Realizó una investigación titulada “Caracterización de la capacitación y la competitividad en la MYPE del sector industrial rubro calzado del distrito de Chimbote, periodo 2010 – 2011”, que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH (Chimbote) y llegó a las conclusiones de que la gran mayoría de representantes legales de las MYPE no tiene una profesión definida. La gran mayoría de MYPE solamente gestiona su RUC para poder realizar sus actividades. La gran mayoría de MYPE considera que la capacitación es un gasto. La gran mayoría de los microempresarios en estudio no optan por innovar sus productos.

Gómez (2014) en su investigación titulada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013”, tesis presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura; concluyó que las características de la capacitación en los restaurantes de la ciudad Chulucanas, se basan en su mayoría a la experiencia diaria de venta, donde el servicio al cliente se basa en el esfuerzo del mozo, por utilizar sus recursos de la mejor manera, según indicaciones del dueño o administrador, por lo tanto se determina que el personal requiere de un programa de capacitación de atención al cliente. Además, considera que los medios utilizados para capacitar al personal de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas en su totalidad se basan en indicaciones u orientaciones al personal por parte del dueño, ya que no existe una planificación para capacitar o brindar medios de inducción al nuevo personal. Los dueños de los restaurantes de estudio solo ofrecen capacitación de tipo informal, es decir se dan al ingresar al restaurante como instrucciones para su desempeño laboral de manera general, sin contar con una programación.

En el párrafo antes mencionado también considera que los factores primordiales para el cliente en cuanto al servicio al cliente, se basan en el producto mismo, por su sazón de las comidas y por la presentación de los platos, el valor agregado es la disposición de los mozos, por tratar de brindar un buen servicio; la citada investigación tuvo como objetivo general determinar las características que tiene la capacitación del personal y el servicio al cliente de las MYPE en el rubro restaurantes en la ciudad de Chulucanas, año 2013. El Diseño de la investigación fue no experimental, de tipo descriptiva y nivel cuantitativo de corte transversal.

Por su parte Palacios (2014) en su investigación titulada “Caracterización de capacitación y competitividad en las MYPE rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, 2013”; presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Piura; concluye que la capacitación que se brinda en las MYPE del rubro de ropa de bebés, no es planificada, se realiza anualmente, o cada vez que se contrata nuevo personal, donde se pudo concluir que los trabajadores son capacitados en su minoría con un 48% y en su mayoría carecen de capacitación con un 52%. Por otro lado considera que los medios de capacitación utilizados son la demostración y el ejemplo; a través de procesos de inducción; los cuales se realizan con una frecuencia en su mayoría de 64% anualmente, a través de charlas y cursos de atención al cliente, ventas, etc. En cuanto a las estrategias utilizadas, el investigador señala que estas se basan en la calidad en un 89% y el precio en un 45%; las cuales responde a la percepción de los clientes. Además, señala que es importantes identificar en su stand de productos aquellos que le hagan ser más competitivo; priorizando la marca o el precio en su totalidad 100%. La percepción de los clientes en relación a la infraestructura de las tiendas es buena en un 50%; la calidad en un 40%; y el precio en un 42%; además el nivel de satisfacción de los clientes es del 74%; la metodología que utilizo fue de diseño no experimental transversal de tipo descriptivo cuantitativo.

### **2.1.2. Variable Competitividad**

Ramos (2013) realizó una investigación titulada “Problemas de la productividad/competitividad en la industria del mueble año 2013” que se presentó en la Universidad Abierta Interamericana (España y) llegó a las siguientes conclusiones: La falta de competitividad/productividad es un problema complejo que depende de varios factores, en donde la capacidad productiva no es un problema a la hora de abastecer un mercado, pero las empresas no están preparadas para dar una importante oferta al mercado. También aparecen como dificultad la falta de políticas de estado sostenibles y de largo plazo, capacitación e información disponible para PYME, etc.

En mención a lo antes mencionado, actualmente sabemos que la inversión en tecnología es una realidad muy necesaria, cada vez en un mundo muy complejo y competitivo y en eso deben enfocarse las organizaciones. Vemos que el capital dispuesto a herramientas es muy bajo y se toman medidas sin un plan de inversión, incorporando estrategias solo por necesidad o por convencimiento. Otra falencia que afecta a la productividad y a la competitividad es la falta de una visión integral hacia afuera, vemos que los conceptos que se aplican tienen que ver con mirar hacia dentro y compararnos con nosotros mismos. Pocas son las organizaciones que hablan de investigación y desarrollo, análisis de valor, investigación de mercados y análisis de competencia. Por eso es importante es atacar los modelos mentales que se quedaron con ideas que nada tienen que ver con las economías actuales y que si no se modifican en el corto o en el largo plazo les causarán problemas a las organizaciones.

Según Saavedra, Milla, & Tapia, (2013) en cuya investigación denominada “Determinación de la Competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del distrito Federal de México”, presentada en la Universidad Politécnica de México (México), y en la que se empleó una metodología causal correlacional, arrojando como conclusión que la competitividad medida por tamaño de empresa indica que las estrategias de las empresas y el entorno de negocios que proporciona el gobierno impactan en forma distinta al momento de generar competitividad; pues la micro empresa no es competitiva mientras que la pequeña y mediana son altamente competitivas. Mostrando con esto que la competitividad se estaría relacionada con el tamaño. El análisis bivariado nos permitió determinar que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuando mayor es el nivel de estudios del empresario también mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, lo que implica entonces la importancia de impulsar y fomentar la capacitación de los empresarios de las PYME.

Meraz, (2014) en su estudio realizado sobre “Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en Baja California, México” presentado en la Universidad Autónoma de Baja California para obtener el grado de doctor en ciencias administrativas, la metodología se basó por ser de tipo descriptivo descriptivo-correlacional con diseño no experimental, ya que pretende establecer una descripción y correlación de datos para probar las hipótesis aquí planteadas. Esta investigación presenta el análisis del problema de la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas, particularmente aquellas que se encuentran ubicadas dentro de la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe, en Baja California, México, con el objetivo de describir y correlacionar las estrategias que se



sugieren, al mismo tiempo que se caracterizan a las empresas, a fin de mantener o mejorar su nivel competitivo.

Asimismo, se adopta para este estudio el modelo Arthur Andersen Strategic Business propuesto por Jon Azua, el cual posibilita medir la competitividad de las empresas, y en función de ello, se integran las estrategias del cooperativismo interempresarial, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, y la oferta de actividades de enoturismo. Concluyo que los cambios originados a causa de la globalización están configurando un nuevo escenario en el que se destaca la aparición de nuevas tecnologías como instrumento de comercialización, distintas formas de producción y mercadeo, y motivaciones de los turistas por visitar destinos y rutas de territorios rurales, donde la cultura, el paisaje, los productos y servicios desempeñan un papel importante. Ante estas tendencias, las micro, pequeñas y medianas empresas, principalmente, deben asumir un papel que les permita obtener una posición de liderazgo en el mercado, y que, a su vez, puedan adaptarse con flexibilidad y rapidez a estos cambios, lo que da lugar a que las organizaciones encuentren en el cooperativismo interempresarial, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, y la oferta de actividades de enoturismo su mejor aliado, en orden de alcanzar un mayor nivel de competitividad.

Lujan (2013) realizó una investigación titulada “Competitividad e innovación, integración de la cadena Petroquímica de Plásticos en el Perú con origen en las olefinas a partir del gas natural de Camisea”. Que se presentó en la “Universidad Nacional de Ingeniería” en Lima Perú, La competitividad de la industria petroquímica se medirá mediante la identificación de los factores que la hacen competitiva. La capacidad de innovación mediante la elaboración de un indicador de medición que permitirá a las

empresas de plásticos del Perú conocer su nivel de innovación y se llegó a las siguientes conclusiones. La innovación genera nuevos o mejorados productos y procesos con éxito comercial en el mercado, que hacen que una industria como la de plásticos con una capacidad de innovación adecuada, continúe el consumo de materias primas y mantenga o mejore su posición en el mercado. De esta forma se establece una causalidad entre la competitividad de la industria petroquímica y la innovación de la industria de plásticos, como factores importantes para la integración de la cadena de plásticos en el Perú. Producto del análisis de varios artículos técnicos indicados en la bibliografía se identificó catorce (14) factores de competitividad aplicables a la industria petroquímica. Para su mejor entendimiento la presente investigación los ha dividido en factores de competitividad basada en costos y factores de competitividad para un crecimiento sostenido.

En el párrafo antes mencionado el presenta estos factores y sus respectivos objetivos. También se efectuó un análisis comparativo entre los factores de competitividad explicados y establecidos en la Ley y Reglamentación nacional aplicado a petroquímica. El apartado presenta las principales diferencias por completar. Entre lo más resaltante está la falta de reglamentación respecto a la innovación, la diversificación de las materias primas y productos, la forma en que deberá la petroquímica integrarse a otros sectores industriales nacionales o la integración del downstream. Respecto a la segunda variable independiente de la hipótesis planteada puede concluirse que si es posible hallar un indicador de los procesos de innovación para las empresas del sector de plásticos del Perú.

Flores (2013) realizó una investigación titulada “Ventas de abarrotes por internet: mejora de la competitividad de los comercios mayoristas en año 2013” que se presentó en

la Universidad de Piura (Piura) y llegó a las siguientes conclusiones: Es necesario la implementación de un sistema de recepción de pedidos por Internet y entrega de pedidos a domicilio, ya que añadirá valor al servicio que ofrecen los comerciantes mayoristas/minoristas, para hacer frente al nuevo panorama empresarial que este sector presentará con la entrada de los grandes supermercados de la capital. Para demostrar que el uso del comercio electrónico es una oportunidad de negocio para estas empresas, concluimos que estamos frente a una oportunidad de negocio viable y sugerimos una estrategia para el ingreso exitoso de un comerciante en el comercio electrónico. Esta innovación permitirá a los comerciantes diferenciarse de los comercios tradicionales, aumentando su cartera de clientes fidelizando a los nuevos y antiguos clientes.

Rivas (2014) en su investigación titulada “planeamiento estratégico y competitividad en las MYPE de servicio, rubro restaurantes–Urbanización la Providencia – Piura 2014”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote–Piura; concluyó que los empresarios han lanzado su proyecto debido al aumento de la demanda por salir a degustar la variedad de platos, por lo cual se hace necesario que las empresas cuenten un planeamiento estratégico desarrollando sus cuatro fases: En cuanto a la fase analítica los platos que tienen mayor demanda son el ceviche de pescado con 38.2% y el resto de platos tiene un porcentaje de 10.30% tales como: sudado de pescado, ceviche mixto, ronda criolla, tacacho con cecina, arroz con pato y otros platos solicitados por los clientes. La mayoría de los clientes eligen el lugar por el sabor y el ambiente familiar de los locales, seguido de la facilidad de transporte con 11.80%. Por otro lado considera que la decisión de compra de los consumidores está basada en el trato y ofrecer gratis la famosa leche de tigre con un 41.20%, en cuanto a la preferencia de aquellas personas que son

clientes ocasionales se toman fotografías y un 38.20% los que desean llevar un recuerdo con el nombre del restaurante. Las mayores debilidades encontradas son: La falta de capacitación a los colaboradores y no contar con planeamiento estratégico determinado, es decir las personas que se dedican a este negocio están guiadas con el efecto rebote que dan los grandes lugares de esparcimiento, por lo tanto, las MYPE son una alternativa para aquellas personas que no tienen altos ingresos; en cuanto a la fase operativa relacionado a las estrategias de fijación de precios el 41.2% fija precios menores y el 30.9% iguales a la competencia y el 19.1% de acuerdo al costo más una ganancia del 10%; el diseño de la investigación fue de diseño no experimental transversal y de tipo descriptiva.

Jiménez (2013) en su investigación titulada Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las MYPE del rubro Boticas del AAHH Santa Rosa de Piura – 2013. Para optar el título profesional de Licenciada en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Cuyo objetivo general fue determinar las características competitivas de las Mypes y el nivel de calidad de servicio. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las principales características de las MYPE es que estas cuentan con un buen número de personal, presentan capacidad de endeudamiento, una demanda regular, presentan un buen posicionamiento y cumplen con disposiciones legales de los grupos de interés. Las estrategias competitivas, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios; generalmente en el rubro estos factores son relevantes para los clientes y para la zona donde se ubican ya que, se requieren de otros servicios por estar frente al hospital. Con respecto a la calidad de servicio, los clientes manifiestan que la atención es buena, Por otro lado éstos consideran que la empatía de los colaboradores es buena. En cuanto a la amabilidad de los empleados, los clientes la consideran regular. Los

factores de la calidad de servicio que más inciden es el precio, la infraestructura y principalmente la seguridad, ya que se ubican en una zona no muy segura

Gonzales (2013) realizó una tesis titulada “Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil, en el marco de la ley n° 28015 en el Distrito de la Victoria - año 2013” Lima Perú, de la Universidad San Martín de Porras para optar el título de contador público, teniendo como objetivo principal, determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el Distrito de La Victoria – 2013. Los métodos de investigación que se emplearon en el proceso de investigación son: El método deductivo, donde pone el énfasis en la teoría, modelos teóricos, la explicación y abstracción antes de recoger datos empíricos, asimismo, el método estadístico, de análisis – síntesis, entre otros, que conforme con el desarrollo de la investigación se den indistintamente. La población conformada por las empresas textiles del Emporio Comercial de Gamarra, que comprende 240 personas entre hombres y mujeres. Aplico técnicas de información la encuesta, utilizó la estadística descriptiva como técnica para el análisis de datos, diseñando tablas de frecuencias absolutas y porcentuales uso del programa estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences), Versión 21, del modelo de correlación de Pearson y nivel de confianza del 95% mediante la prueba estadística no para métrica Chi-Cuadrado. Finalmente concluye que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial.

Subauste, (2013), en su trabajo de investigación denominado: caracterización de la competitividad en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013 / San Vicente de Cañete. Tuvo como objetivo Realizar un cambio positivo sobre el clima laboral dentro del área de atención al cliente de EMAPA CAÑETE S.A. y que repercuta en toda la organización y sea en beneficio de sus clientes. En cuanto a la investigación podemos decir que es —descriptivo-explicativo, ya que se busca describir la relación que existe entre ambos factores (clima organizacional y calidad de servicio); siendo además del nivel descriptivo correlacional ya que están orientados a buscar un nivel de explicación científica que a su vez permita la predicción. Para conocer los resultados utilizamos la técnica de escala y así obtener resultados mediante unos valores dados a cada ítem. Con esta investigación las personas beneficiadas serán tanto los usuarios como los mismos trabajadores de la empresa. De acuerdo con los resultados descritos en la investigación, se concluye que: El clima organizacional si tiene una relación directa con la calidad del servicio ofrecido por la empresa. De acuerdo a la escala realizada a la Gerencia Comercial tiene un buen clima organizacional, ya que existe un trabajo en equipo y armonía, teniendo claramente especificada sus funciones y además conociendo las funciones uno del otro.

Jiménez (2018) Caracterización de la competitividad y merchandising en las MYPE comercial rubro joyerías de la galería “Los portales” ciudad de Catacaos –Piura, año 2018. Que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Concluyo que Los factores de competitividad identificados por casi la totalidad señala considera que es servicio, calidad del producto, productividad, mientras que la minoría de los encuestados indica que es imagen. Por ello se recomienda las MYPE deben enfatizarse en ofrecer calidad del producto e imagen de las joyas.

## **2.2.Bases Teóricas**

### **2.2.1. Capacitación**

#### **2.2.1.1. Concepto de capacitación**

Montes 2013, define a la capacitación como una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

Aguilar, (2008) afirma que la capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores.

#### **2.2.1.2. Características de la capacitación.**

Según flores, (2008) Las características de la capacitación son:

- Es continua y perenne, abarca toda la existencia del ser humano.
- Es dinámica, flexible y diversa, ya que está constantemente en cambio.
- Es unificadora, ya que envuelve y unifica las etapas escolares, básicas, medias y superiores y otras a que está sometido el individuo.
- Es reflexiva y de amplio espectro, ya que no sólo se preocupa de aspectos técnicos y profesionales del individuo, sino que abarca su circunstancia, su pasado, presente y futuro.

### 2.2.1.5 Tipos de capacitación

(Galvan, 2011) Los tipos de capacitación son muy variados y se clasifican con criterios diversos:

a). **Por su formalidad:** Capacitación Informal. Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos. Capacitación Formal. Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

#### b). Por su naturaleza

- **Capacitación de Orientación:** Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo, en caso de los colaboradores ingresantes.
- **Capacitación Vestibular:** Es un sistema simulado, en el trabajo mismo.
- **Capacitación en el Trabajo:** práctica en el trabajo
- **Entrenamiento de Aprendices:** período formal de aprendizaje de un oficio.
- **Entrenamiento Técnico:** Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo.



### **C. Por su nivel ocupacional**

**Capacitación para el trabajo:** Va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa

#### **2.2.1.6 Proceso de la Capacitación.**

Según Montes de Oca (2013), el proceso de investigación está compuesto por los siguientes pasos:

- a) **Determinación de necesidades de capacitación:** Detectar las necesidades de capacitación permite que la empresa no corra el riesgo de equivocarse al ofrecer una capacitación inadecuada, lo cual redundaría en gastos innecesarios. La actividad de capacitación debe estar fuertemente alineada con los intereses del negocio para ser justificada. Deben realizarse tres tipos de análisis; estos son:
  - **Análisis Organizacional:** Es aquél que examina a toda la compañía para determinar en qué área, sección o departamento, se debe llevar a cabo la capacitación. Se debe tomar en cuenta las metas y los planes estratégicos de la organización, así como los resultados de la planeación en recursos humanos.
  - **Análisis de Tareas:** Se analiza la importancia y rendimiento de las tareas del personal que va a incorporarse en las capacitaciones.

- **Análisis de la Persona:** Dirigida a los empleados en forma individual. En este análisis se debe comparar el desempeño del empleado con las normas establecidas en la empresa y esta información es obtenida a través de una encuesta. Asimismo los principales medios utilizados para la determinación de necesidades de capacitación son: Evaluación de desempeño, Observación, Cuestionarios, Entrevistas., Reuniones interdepartamentales. Examen de empleados, Modificación de trabajo, Entrevista de salida, Análisis de cargos.

**b) Programación de la capacitación:** Consiste en la elección y prescripción de los medios de capacitación para sanar las necesidades percibidas. En esta etapa se toman en cuenta los siguientes aspectos:

- **Plantación de la capacitación:** La programación de la capacitación exige una planeación que incluye lo siguiente: Enfoque de una necesidad específica cada vez, definición clara del objetivo de la capacitación, división del trabajo a ser desarrollado, en módulos, paquetes o ciclos, elección de los métodos de capacitación, considerando la tecnología disponible, definición de los recursos necesarios para la implementación de la capacitación, como tipo de entrenador o instructor, recursos audiovisuales, máquinas, equipos o herramientas necesarias, materiales, manuales, definición de la población objetivo, es decir, el personal que va a ser capacitado considerando el número de personas o disponibilidad de

tiempo o grado de habilidad o conocimientos y tipos de actitudes o características personales de comportamiento, local donde se efectuara la capacitación, considerando las alternativas en el puesto de trabajo o fuera del mismo en la empresa o fuera de ella, época o periodicidad de la capacitación, considerando el horario más oportuno o la ocasión más propicia y el cálculo de la relación costo-beneficio del programa.

- Técnicas de capacitación: Estas se dividen en: Técnicas aplicadas en el sitio de trabajo: Capacitación en el puesto; contempla que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real y además existen varios tipos de capacitación en el puesto como el método de instrucción o sustituto, en la que el empleado recibe la capacitación en el puesto por parte de un trabajador experimentado o supervisor. Técnicas aplicadas fuera del sitio de trabajo: Conferencias, videos y películas, audiovisuales y similares; estas técnicas no requieren de una participación activa del trabajador, economizan tiempo y recursos.

c) La ejecución del programa de capacitación, dependerá principalmente de los siguientes factores:

- **Adecuación del programa de entrenamiento a las necesidades de la organización:** La decisión de establecer determinados programas de entrenamiento debe depender de la necesidad de preparar determinados empleados o mejorar el nivel de los empleados disponibles.
- **La calidad del material del entrenamiento presentado:** El material de

enseñanza debe ser planeado de manera cuidadosa, con el fin de facilitar la ejecución del entrenamiento.

- **La cooperación de los jefes y dirigentes de la empresa:** El entrenamiento debe hacerse con todo el personal de la empresa, en todos los niveles y funciones, además su mantenimiento implica una cantidad considerable de esfuerzo y de entusiasmo por parte de todos los participantes en la tarea, además de implicar un costo que debe ser considerado como una inversión que capitalizará dividendos a mediano y corto plazo y no como un gasto superficial.
- **La calidad y preparación de los instructores:** El éxito de la ejecución dependerá del interés, del esfuerzo y del entrenamiento de los instructores.
- **La calidad de los aprendices:** Este aspecto influye de manera sustancial en los resultados del programa de entrenamiento. Los mejores resultados se obtienen con una selección adecuada de los aprendices, en función de la forma y del contenido del programa y de los objetivos del entrenamiento.

#### **D. Evaluación de los resultados de la capacitación:**

La Evaluación es un proceso que debe realizarse en distintos momentos, desde el inicio de un Programa de Capacitación, durante y al finalizar dicho programa. Es un proceso sistemático para valorar la efectividad y/o la eficiencia de los esfuerzos de la capacitación. Los datos que se obtienen son útiles para la toma de decisiones y se pueden realizar tres diferentes tipos de evaluación:

- ✓ **Evaluación de los procesos:** la cual examina los procedimientos y las tareas implicadas en la ejecución de un programa o de una intervención.
- ✓ **Evaluación de los impactos:** es más cabal y se centra en los resultados de largo alcance del Programa o en los cambios o mejoras al estado de la actividad.
- ✓ **Evaluación de los resultados:** se usa para obtener datos descriptivos en un proyecto o programa y para documentar los resultados a corto plazo.

## **2.2.2. Competitividad**

### **2.2.2.1 Concepto.**

Anzil, (2008). La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Porter (2009) señala que en el Informe Global de Competitividad define la competitividad como “La capacidad que tiene un país para lograr altas tasas de crecimiento, por lo que es necesario desarrollar un clima económico, político y social que le permita incrementar la productividad de sus factores de producción”

### **2.2.2.3 Características de la competitividad**

Mariño (2010) indica que para lograr que una empresa sea competitiva se debe tener en cuenta esencialmente lo siguiente:(a) eficiencia: productividad y control de costos, (b) calidad: confiabilidad, durabilidad y estética del producto, (c) innovación: diferenciación, agilidad y flexibilidad, (d) sustentabilidad: producción limpia.

### 2.2.2.6. Niveles de la competitividad

(PUCP, 2013) Menciona que, existen tres niveles en los cuales se pueden agrupar las distintas variantes en las cuales el término competitividad puede presentarse de acuerdo al contexto en el que se encuentre. Estos niveles son:

- **Competitividad global:** El Informe Global de Competitividad define la competitividad como “la capacidad que tiene un país para lograr altas tasas de crecimiento, por lo que es necesario desarrollar un clima económico, político y social que le permita incrementar la productividad de sus factores de producción”. De esta forma, la competitividad se vincula a la capacidad de conseguir el bienestar y por lo tanto está determinada por el nivel de productividad con la que una nación, región o clúster, utilizan sus recursos naturales, humanos y de capital.
- **Competitividad organizada:** Este es el tipo de competitividad que definimos en el artículo anterior: competitividad es “la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico”.

- **Competitividad individual:** Este nivel de competitividad está centrado en las personas, ya sea un individuo o un grupo, tanto en términos de educación, o performance deportiva o profesional. Así, la competitividad individual es definida como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten a una persona desarrollar una actividad exitosamente al superar continuamente el reto al cambio. Puede decirse entonces que la competitividad individual garantiza a una persona o a un grupo desenvolverse mejor y en forma exitosa en el tiempo.

#### **2.2.2.7. Factores que influyen en la competitividad**

(VICTOR, 2010) La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la calidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

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



- **Productividad:** es la capacidad de producir mayor cantidad de producto de una cierta calidad (sean bienes o servicios) con menos recursos. La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano), así en países industrializados los empleados pueden producir en promedio mucha mayor cantidad de bienes gracias a la existencia de maquinaria que mecaniza o automatizan parte de los procesos. En cuanto a los servicios, especialmente los que requieren atención personal directa, la productividad frecuentemente es mucho más difícil de mejorar mediante capital físico o humano.
- **Calidad del servicio:** La calidad del servicio está relacionada con la capacidad de satisfacer a clientes, usuarios o ciudadanos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., logrando altos grados de satisfacción en sus relaciones con la organización o institución proveedora del servicio.
- **Imagen:** Es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas. Posicionar la marca en la cabeza y gustos del consumidor.

### **III. HIPOTESIS**

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), 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

El tipo de la investigación es, cuantitativa, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se presentarán utilizando procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. Según el tiempo es de corte transversal, porque se recolectarán los datos de estudio en un momento puntual y específico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

El nivel de la investigación es descriptivo debido a que solo se limitará a detallar las principales características de las variables en estudio. En cuanto al diseño es no experimental porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se basa en la observación de los hechos en pleno conocimiento sin alterar ni el entorno ni el fenómeno estudiado. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

### 4.2. Población y Muestra

La unidad de análisis está constituida por las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2018, que constituyen un total de 9 MYPE.

VARIABLE CAPACITACION	
NOMBRE DE LAS MYPE	N° DE TRABAJADORES
LOS PORTALES	6
VICUZ	5
LEON	6
PALACIOS	5
EL REGALO	5
MI CAUTIVO	6
CHAVIN	5
DANILO	5
CATACAOS	5
<b>TOTAL DE TRABAJADORES</b>	<b>48</b>

Para la variable capacitación se acudirá a los trabajadores de las MYPE. El total de trabajadores son 48, cantidad que constituye la población de la presente investigación. Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), “si la población es menor de 50 individuos, la población es igual a su muestra”. Para la variable competitividad se acudirá a los clientes que constituyen una, población infinita o desconocida, donde todos los elementos no cuentan con la misma posibilidad de ser elegidos. Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), se tiene que aplicar la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Para determinar la muestra, se realizó una encuesta piloto a 40 personas, hombres y mujeres que se encontraban por los alrededores de la zona de estudio, se les preguntó ¿Adquieren diferentes tipos de alhajas en las joyerías de Catacaos? 32 de ellos respondieron que si adquieren diferentes tipos de alhajas en las joyerías de Catacaos y 8 respondieron que no, a estos datos se identificó el porcentaje de las personas que adquieren diferentes tipos de alhajas en las joyerías de Catacaos y quiénes no.

40 —————> 100%

32 —————> X

X= 3200/40= 80%

40 —————>100%

8 —————> X

X= 800/40= 20%

**Donde:**

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

Valor Z al 95% = 1.96

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

p = viene hacer la variabilidad positiva. Es decir, la población con las características similares representada por el 80% que adquieren diferentes tipos de alhajas en las joyerías de Catacaos.

q = la variabilidad negativa, es decir, la población representada por el 20% que no adquieren diferentes tipos de alhajas en las joyerías de Catacaos.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.80 \times 0.20}{0.05^2}$$

$$n = 245.86$$

$$n = 246$$

### **Criterios de inclusión**

Para la variable capacitación se incluirán a los trabajadores mayores de 18 años, que tengan como mínimo tres meses laborando en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2018. Así mismo, para la variable competitividad se incluirán a los clientes mayores de 18 años, que tengan mayor concurrencia a las joyerías del Centro de Catacaos.

### **Criterios de exclusión**

Para la variable capacitación se va a excluir a los colaboradores menores de 18 años y a los que tienen menos de dos meses de haber sido contratados y para la variable competitividad se excluirá a los clientes que tengan menor concurrencia a las joyerías y aquellos que no están en capacidad de proporcionar información confiable, como turistas que no dominan el idioma castellano.

### 4.3. Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ESCALA	METODOLOGIA
<b>Capacitación</b>	<p>la capacitación como una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno, Montes de oca (2013)</p>	características	<p>Continua Perenne Dinámica Flexible Unificadora Reflexiva y de amplio espectro</p>	<p>La dimensión característica se medirá con sus indicadores y con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.</p>	nominal y ordinal	<p>Descriptiva no experimental de corte transversal que utiliza el instrumento el cuestionario</p>
		Tipos	<p>Formalidad: informal, formal.  Naturaleza  Nivel ocupacional</p>	<p>La dimensión tipos se medirá con sus indicadores y con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.</p>	nominal y ordinal	
		Procesos	<p>Determinación de necesidades de capacitación. Programación de la capacitación. Ejecución del programa de capacitación. Evaluación de los resultados de la capacitación.</p>	<p>La dimensión procesos se medirá con sus indicadores y con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.</p>	nominal y ordinal	

<b>Competitividad</b>	La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación con sus competidores. Anzil, (2008)	características	<p>Eficiencia</p> <p>Calidad</p> <p>Innovación</p> <p>Sustentabilidad</p> <p>Creatividad</p>	La dimensión característica se medirá con sus indicadores y con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario	Nominal y ordinal	Descriptiva no experimental de corte transversal que utiliza el instrumento el cuestionario
		Nivel	<p>Global</p> <p>Individual</p> <p>Organizada</p>	La dimensión niveles se medirá con sus indicadores y con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	nominal y ordinal	
		Factores	<p>Calidad del producto</p> <p>Productividad</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>Imagen</p>	La dimensión factores se medirá con sus indicadores y con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	nominal y ordinal	



#### **4.4.Técnicas e instrumentos**

**La Encuesta:** Se realizó a través de un cuestionario, con la finalidad de recoger datos de los trabajadores de las MYPE, a través de ella se logró obtener la información para llegar a la conclusión de este estudio. Una de las mayores ventajas de este instrumento, es que no se necesitan personas preparadas para la recolección de datos.

**Instrumentos:** Para el recojo de la información de la investigación se aplicará un cuestionario, el cual consta de 19 preguntas distribuidas en 2 partes, la primera parte contiene 9 preguntas sobre la variable capacitación, la otra parte consta de 10 preguntas relacionadas con la variable competitividad de las MYPE.

#### **4.5.Plan de Análisis**

Una vez recolectada la información a través de los instrumentos, se procedió a realizar el análisis cuantitativo, cuyos datos de la encuesta aplicada, fueron sistematizados y ordenados en tablas y gráficos diseñados según los criterios en estudio, en el programa Microsoft Excel. Se determinó también la distribución de frecuencias por cada indicador perteneciente a la variable en estudio.

#### 4.6. Matriz De Consistencia

Titulo	Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Caracterización de capacitación y competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2018.</p>	<p>¿Qué característica s tiene la capacitación y competitividad en las MYPE Rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2018?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar qué características tiene la capacitación y competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2018.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p><b>OV1:</b> Identificar los tipos de la capacitación en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2015.</p> <p><b>OV1:</b> Conocer el proceso de capacitación en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2018.</p> <p><b>OV2:</b> Identificar los niveles competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2018.</p> <p><b>OV2:</b> Describir los factores de la competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2018.</p>	<p>No hay hipótesis porque la metodología es descriptiva según Hernández, &amp; Baptista (2010).</p>	<p>V1: Capacitación. V2: Competitividad</p>	<p><b>Metodología:</b></p> <p>Descriptiva</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental</p>

#### **4.7.Principios Éticos**

El presente trabajo tiene como finalidad demostrar los efectos que produce la propuesta en determinar la caracterización de capacitación y competitividad de las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos, año 2015, utilizando el enfoque colaborativo mediante la utilización de cuestionarios y encuestas que nos dan un resultado obtenido que no serán manipulados respetando el derecho de autor de los textos utilizados en el desarrollo de la investigación, además se respetara el proceso metodológico en el que se sustentara la investigación y el análisis de los resultados planteados por el objetivo. Se tuvo Énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos. Confidencialidad en las respuestas a las encuestas aplicadas. Honestidad al momento de realizar el análisis y Veracidad de los resultados.

## V. RESULTADOS

### 5.1.Resultados

#### Variable Capacitación

*Tabla 1*  
*Siente motivación*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	17	35%
<b>No</b>	31	65%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

*Tabla 2*  
*Capacitaciones constantes*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	9	19%
<b>No</b>	39	81%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

*Tabla 3*  
*Se debe realizar Capacitaciones*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	45	94%
<b>No</b>	3	6%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

*Tabla 4*  
*Orientación*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	16	33%
<b>No</b>	32	67%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

*Tabla 5*  
*Capacitado para nuevas tareas*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	11	23%
<b>No</b>	37	77%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

*Tabla 6*  
*Necesidad para la capacitación*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	18	37%
<b>No</b>	30	63%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

*Tabla 7*  
*Recibe capacitación programada*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	17	35%
<b>No</b>	31	65%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

*Tabla 8*  
*Mediante la capacitación desarrolla habilidades y destrezas*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	46	96%
<b>No</b>	2	4%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

*Tabla 9*  
*Evaluación de la capacitación*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	17	35%
<b>No</b>	31	65%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.  
Elaboración propia

## Variable Competitividad.

*Tabla 10*  
*Eficiencia y eficacia importante para la competitividad*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	227	92%
<b>No</b>	19	8%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia

*Tabla 11*  
*Calidad del producto*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	230	93%
<b>No</b>	16	7%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia

*Tabla 12*  
*Mejoramiento de diseños*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	217	88%
<b>No</b>	29	12%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia

*Tabla 13*  
*Educación*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	141	57%
<b>No</b>	105	43%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia

*Tabla 14*  
*Aplicación de ventajas comparativas*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	218	89%
<b>No</b>	28	11%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia

*Tabla 15*  
*Medición del nivel de competitividad*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	229	93%
<b>No</b>	17	7%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia



*Tabla 16*  
*La Calidad del producto influye en el precio*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	235	96%
<b>No</b>	11	4%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia

*Tabla 17*  
*Servicio de atención agradable*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	232	96%
<b>No</b>	14	4%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia

*Tabla 18*  
*Satisfacción de necesidades y expectativas*

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	214	87%
<b>No</b>	32	13%
<b>Total</b>	246	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.  
Elaboración propia

## **5.2. Análisis de los resultados**

*En la tabla N°1 denominada **Se siente motivado por la empresa***, a la pregunta ¿Se siente motivado por la empresa para desempeñar sus labores? se determinó que un 65% de los trabajadores de las MYPE comerciales rubro joyería del centro de Catacaos no se siente motivado por la empresa para desempeñar sus labores y un 35% de los trabajadores de las MYPE, respondieron que si se siente motivados por la empresa para desempeñar sus labores. Por lo que difiere con Hernández & Cruz (2014) que los trabajadores deben ofrecer un servicio de calidad mejora no solo la imagen del Instituto, sino que propicia que su labor sea reconocida y valorada por la empresa, lo que generará en ellos una satisfacción mayor y por ende se verá reflejado en su calidad de vida. Por otro lado según flores, (2008) determina las siguientes características es continua y perenne, Es dinámica, flexible y diversa, unificadora y reflexiva y de amplio espectro. Dando como resultado que no se determinan las características de la capacitación y competitividad.

*En la Tabla N° 2 denominada **capacitaciones constantes***, a la pregunta ¿Considera que las capacitaciones que le brindan son constantes?, se determinó que el 81% de los trabajadores de las MYPE respondieron que no son constantes a diferencia de un 19 % de los trabajadores de las MYPE respondieron que si 67%.segun manifiesta Según flores, (2008) Las características de la capacitación son continua y perenne, dinámica, flexible y diversa, unificadora y reflexiva y de amplio espectro. Lo que difiere con Gonzales (2017) donde concluyo que La capacitación no es considerada como una inversión para el micro y pequeñas empresas del sector comercio. La capacitación no se considera relevante rubro artesanías shipibo-conibo del distrito de Yarinacocha, periodo 2017. Este resultado nos

muestra que no brindan capacitaciones constantes y por ello no determinan con las características de la capacitación.

*En la tabla N°3 denominada Se debe realizar Capacitaciones*, a la pregunta ¿Está de acuerdo que en la organización se realicen diferentes tipos de capacitaciones que contribuyan al beneficio de la empresa?, se determinó que un (94%) de los trabajadores de las MYPE, si está de acuerdo que se realicen capacitaciones y un (6%) de los trabajadores se manifiestan indiferentes en cuanto a la realización de capacitaciones. lo que concuerda con Osaki Astorayme & Sifuentes Torres, (2013) concluyo que los resultados obtenidos muestran que el sector analizado se mueve bajo un alto grado de informalidad que se encuentra dentro del tipo de capacitación por su formalidad, que no existe mayor gestión para generar vínculo entre la empresa y el vendedor, que la capacitación es percibida más como un gasto que como una inversión, que existe relación entre motivación y capacitación al igual que capacitación e intención de rotación, no existe una oferta adecuada que brinde la formación requerida en ventas siendo las empresas distribuidoras las que asumen el rol además es claro para este sector la relevancia de relación directa entre capacitación a vendedores y crecimiento en sus ventas. Así mismo Galvan, (2011) manifiesta que los tipos de capacitación son muy variados y se clasifican con criterios diversos, según su formalidad, según su nivel ocupacional y según su naturaleza. Lo que se relaciona con el objetivo: identificar el tipo de capacitación en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018, este resultado nos muestra que es importante la realización de los diferentes tipos de capacitación.

*En la tabla N°4 denominada orientación*, a la pregunta ¿Es orientado al momento de realizar sus labores?, se determinó que un 67% de los trabajadores que no son orientados al momento de realizar sus labores y un 33% de los trabajadores si son orientados momento de realizar sus labores. Lo que concuerda con Osaki Astorayme & Sifuentes Torres, (2013) concluyo que el sector analizado se mueve bajo un alto grado de informalidad que se encuentra dentro del tipo de capacitación por su formalidad, que no existe mayor gestión para generar vínculo entre la empresa y el vendedor, que existe relación entre motivación y capacitación al igual que capacitación e intención de rotación, no existe una oferta adecuada que brinde la formación requerida en ventas siendo las empresas distribuidoras las que asumen el rol además es claro para este sector la relevancia de relación directa entre capacitación a vendedores y crecimiento en sus ventas. Lo que difiere con Sánchez (2014) manifiesta que mediante la implementación de un plan de capacitación, el desempeño de las habilidades de los trabajadores del restaurant Mar Picante mejoró, lo cual se vio reflejado en el cambio positivo de la percepción de la calidad del servicio del desempeño de los trabajadores. Relacionándolo con el objetivo el objetivo específico: identificar el tipo de capacitación en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018. Este resultado muestra que no identifican el tipo de capacitación en las MYPE.

*En la tabla N°5 denominada capacitado para nuevas tareas* a la pregunta ¿Es capacitado para realizar una nueva actividad o cargo en la empresa? se determinó que un 73% de los trabajadores no son capacitados al realizar una nueva actividad. Y un 23% de los trabajadores si son capacitados al realizar una nueva actividad. Lo que concuerda con Osaki Astorayme & Sifuentes Torres, (2013) concluyo que el sector analizado se mueve

bajo un alto grado de informalidad que se encuentra dentro del tipo de capacitación por su formalidad, que no existe mayor gestión para generar vínculo entre la empresa y el vendedor, que existe relación entre motivación y capacitación al igual que capacitación e intención de rotación, no existe una oferta adecuada que brinde la formación requerida en ventas siendo las empresas distribuidoras las que asumen el rol además es claro para este sector la relevancia de relación directa entre capacitación a vendedores y crecimiento en sus ventas. Relacionándolo con el objetivo el objetivo específico: identificar el tipo de capacitación en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018. Este resultado muestra que en las MYPE hay un tipo de capacitación, según su formalidad informal.

*En la tabla N°6 necesidad de capacitación a* la pregunta. ¿Considera que la empresa detecta las necesidades donde necesita ser capacitada?, se determinó que un 63% de los trabajadores respondieron que no se detectan las necesidades para la capacitación y un 37% de los trabajadores manifiestan que si se detectan las necesidades para la capacitación. Lo que difiere según Medina (2014) concluyó que al definir la pertinencia en los diferentes niveles de necesidades de capacitación y niveles de evaluación de programas de capacitación, facilitó la comprensión y colaboración de los diferentes miembros de la Institución, quienes apoyaron la aprobación del plan de capacitación y la ejecución de los programas de capacitación, ya que conocían la importancia que tenían los mismos en el desarrollo y la gestión institucional a través de su personal. Además recomienda que se debe aplicar las evaluaciones correspondientes a cada evento de capacitación programado. Relacionándolo con el objetivo conocer el proceso de capacitación en las MYPE rubro joyería de Catacaos- Piura. Esta investigación da como

resultado que las MYPE no conocen el proceso de capacitación.

*En la tabla N°7 capacitación programada* a la pregunta. ¿Considera que recibe una capacitación programada?, se determinó que un 65% de los trabajadores no reciben una capacitación programada y un 35% de los trabajadores manifiestan que si reciben capacitación programada. Lo que concuerda con Palacios (2014) donde concluye que la capacitación que se brinda en las MYPE del rubro de ropa de bebés, no es planificada, se realiza anualmente, o cada vez que se contrata nuevo personal, donde se pudo concluir que los trabajadores son capacitados en su minoría con un 48% y en su mayoría carecen de capacitación con un 52%. Por otro lado considera que los medios de capacitación utilizados son la demostración y el ejemplo; a través de procesos de inducción; los cuales se realizan con una frecuencia en su mayoría de 64% anualmente, a través de charlas y cursos de atención al cliente, ventas, etc. Relacionándolo con el objetivo conocer proceso de capacitación en las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura; esta investigación da como resultado que no se conoce el proceso de capacitación en las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura.

*En la tabla N° 8 denominada Mediante la capacitación los trabajadores desarrollan sus habilidades y destrezas*, a la pregunta ¿Para el desarrollo de sus habilidades y destrezas requiere de una capacitación constante?, se determinó que un (96%) de los trabajadores de las MYPE respondieron que si requiere de una capacitación constante para el desarrollo de sus habilidades y destrezas y un (4%) de los trabajadores de las MYPE, respondieron que no requiere de una capacitación constante. Lo que

concuerta con Sánchez (2014), en su estudio realizado demostró que las habilidades del personal del restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo mejoran mediante la implementación de un plan de capacitación., la investigación han permitido conocer que mediante la implementación de un plan de capacitación, el desempeño de las habilidades de los trabajadores del restaurant Mar Picante mejoró, lo cual se vio reflejado en el cambio positivo de la percepción de la calidad del servicio del desempeño de los trabajadores .la capacitación Por otro lado, Montes 2013, define a la capacitación como una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno. Por ello es importante que los trabajadores de las diferentes MYPE sean capacitados para mejores resultados en la organización y logro de objetivos.

*En la tabla N°9 Evaluación de la capacitación de sus conocimientos, habilidades y capacidades*, a la pregunta ¿la empresa evalúa sus conocimientos, habilidades y capacidades?, respondieron un (33%) de los trabajadores que si son evaluados por las MYPE y un 67% de los trabajadores de las MYPE respondieron que son evaluados en sus conocimientos, habilidades y capacidades. Lo que concuerda con Julcahuanga (2013), concluyó que la capacitación proporciona un conjunto de habilidades necesarias para la producción de bienes y servicios y logra aumentar la productividad y, por ende, los ingresos de los individuos, se concluyó que las estrategias de capacitación del Programa Projoven, que no se cumplen en un 100%; la vinculación ECAPs empresa

es otra estrategia importante para el cumplimiento de la fase laboral de los jóvenes participantes la cual no se cumple en su totalidad, los jóvenes apuestan por cursos de servicios, de nivel de supervisores, inspectores y auxiliares, sin embargo, estos cursos no tienen demanda empresarial. No se cuenta con un proceso de adaptación para que los jóvenes puedan trabajar al momento de ser insertados al mercado laboral bajo presión, y se adecuen al sistema laboral que requiere la ocupación o el puesto de trabajo. Solamente se desarrolla un taller de formación integral durante la fase técnica. Por ello es importante que los trabajadores sean evaluados por las MYPE, para que tengan trabajadores más productivos.

*En la tabla N°10 denominada Eficiencia y eficacia importante para la competitividad*, a la pregunta si ¿Está de acuerdo que la eficiencia y eficacia tienen un papel importante en la organización? se determinó que un 92% de los clientes de las MYPE respondieron que si tienen un papel importante en la organización y un 8% de los clientes de las MYPE respondieron que no tienen un papel importante en la organización. Lo que concuerda con Meraz, (2014) Concluyo que los cambios originados a causa de la globalización están configurando un nuevo escenario en el que se destaca la aparición de nuevas tecnologías como instrumento de comercialización, distintas formas de producción y mercadeo, y motivaciones de los turistas por visitar destinos y rutas de territorios rurales, donde la cultura, el paisaje, los productos y servicios desempeñan un papel importante, deben asumir un papel que les permita obtener una posición de liderazgo en el mercado, y que, a su vez, puedan adaptarse con flexibilidad y rapidez a estos cambios, lo que da lugar a que las organizaciones encuentren en el cooperativismo interempresarial, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, y la oferta de actividades de



enoturismo su mejor aliado, en orden de alcanzar un mayor nivel de competitividad. Por ello las MYPE deben capacitar y adiestrar a sus trabajadores brindándoles los recursos necesarios para que realicen sus labores con eficiencia, eficacia y contribuya al logro de los objetivos de la MYPE.

*En la tabla N°11 denominada calidad a* la pregunta ¿considera que la empresa ofrece productos de calidad? se determinó que un 93% de los clientes de las MYPE, considera que si ofrecen productos de calidad y un 7% de los clientes de las MYPE, respondieron que no ofrecen productos de calidad. Lo que concuerda con Mariño (2010) indica que para lograr que una empresa sea competitiva se debe tener en cuenta las siguiente características de la competitividad eficiencia, calidad, innovación, sustentabilidad. Dando como resultado que la MYPE rubro joyería si ofrece productos de calidad.

*En la tabla N°12 mejoramiento en diseño a* la pregunta ¿Está de acuerdo que las joyerías deben mejorar sus diseños?, se determinó que un 88% de los clientes de las MYPE, manifiesta que si deben mejorar en diseño, y un 22% de los clientes de las MYPE, respondieron que no deben mejorar en diseño. Por lo que concuerda con Lujan (2013) la innovación genera nuevos o mejorados productos y procesos con éxito comercial en el mercado. Lo que concuerda con Flores (2013) donde concluye que la innovación permitirá a los comerciantes diferenciarse de los comercios tradicionales, aumentando su cartera de clientes fidelizando a los nuevos y antiguos clientes. Dando como resultado que es importante el mejoramiento en diseño de las joyas para entrar a otros niveles de competitividad.

*En la tabla N°13 denominada educación* a la pregunta ¿Considera que el nivel de educación es importante para ofrecer un mejor servicio?, se determinó que un 57% respondió que sí es importante el nivel de educación para un mejor servicio y un 43% respondió que no es importante el nivel de educación para un mejor servicio. Lo que concuerda con Saavedra, Milla, & Tapia, (2013) en donde concluyo que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuando mayor es el nivel de estudios del empresario también mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, lo que implica entonces la importancia de impulsar y fomentar la capacitación de los empresarios de las PYME. Relacionándolo con el objetivo específico identificar el nivel de competitividad en las MYPE rubro joyería de Catacaos-Piura.se identifica el tipo de nivel individual.

v *En la tabla N°14 denominada La aplicación de ventajas comparativas* , a la pregunta ¿ Está de acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado?, se determinó que un (89%) de los clientes de las MYPE están de acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado, y un (11%) de los clientes de las MYPE, respondieron que no están acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado Lo que concuerda con Jiménez (2013) en sus conclusiones donde se determinó las estrategias competitivas, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios; con respecto a la calidad de servicio, los clientes manifiestan que la atención es buena, relacionándolo al objetivo: identificar los niveles de competitividad en la MYPE rubro joyería de centro de Catacaos. Se identificó el nivel de competitividad organizada realiza ventajas comparativas para mantenerse en el entorno competitivo.

*En la tabla N°15 denominada Medición del nivel de competitividad*, a la pregunta la empresa ¿ Considera que la empresa debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas?, se determinó que un 93% de los clientes de las MYPE, respondieron que si está de acuerdo que las empresas debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas y un 7% de los clientes de las MYPE, respondieron que no están de acuerdo que la empresa debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas. Lo que concuerda con Saavedra, Milla, & Tapia, (2013) donde concluyó que la competitividad medida por tamaño de empresa indica que las estrategias de las empresas y el entorno de negocios que proporciona el gobierno impactan en forma distinta al momento de generar competitividad; pues la micro empresa no es competitiva mientras que la pequeña y mediana son altamente competitivas. Mostrando con esto que la competitividad se estaría relacionada con el tamaño. Se determinó que existe relación entre el nivel de competitividad y el nivel de estudios del empresario, se encontró que cuando mayor es el nivel de estudios del empresario también mayor es el nivel de competitividad alcanzado por la empresa, lo que implica entonces la importancia de impulsar y fomentar la capacitación de los empresarios de las PYME.

*En la tabla N°16 denominada La calidad del producto*, a la pregunta Considera que la calidad de los productos influye en los precios? Se determinó que un (96%) de los clientes de las MYPE, respondieron que si considera que la calidad de los productos es un factor influyente en los precios y un (4%) de los clientes de las MYPE comerciales rubro joyería del centro de Catacaos, respondieron que no consideran que la calidad de los productos es un factor influyente en los precios. Lo que concuerda con Lujan (2013) donde

concluye que la calidad de producto es apropiada, con bajos costos de entrega, de forma oportuna, fiable y continua en el tiempo. Así mismo, la innovación genera nuevos o mejorados productos y procesos con éxito comercial en el mercado, Dando como resultado que la calidad del producto si influye en el precio por lo que los precios varían, no son iguales. Lo que concuerda con Jiménez (2018) donde concluyo que Los factores de competitividad identificados por casi la totalidad es servicio, calidad del producto, productividad, mientras que la minoría de los encuestados indica que es imagen. Relacionándolo con el objetivo específico describir los factores de las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura. Dando como resultado que si se describen los factores calidad del producto, calidad del servicio, productividad.

*En la tabla N°17 denominada servicio de atención agradable* a la pregunta. ¿Considera que recibe un servicio de atención agradable?, se determinó que un (94%) de los clientes de las MYPE, manifiesta que si es agradable el servicio de atención que recibe por parte de los trabajadores, y un (6%) de los clientes de las MYPE, respondieron que no es agradable el servicio de atención que recibe por parte de los trabajadores Lo que concuerda con Jiménez (2013) Con respecto a la calidad de servicio, los clientes manifiestan que la atención es buena, Por otro lado, éstos consideran que la empatía de los colaboradores es buena. En cuanto a la amabilidad de los empleados, los clientes la consideran regular. Lo que difiere con Subauste, R (2013) concluye que: El clima organizacional si tiene una relación directa con la calidad del servicio ofrecido por la empresa. De acuerdo a la escala realizada a la Gerencia Por otro lado, Víctor, (2010) señala los siguientes factores influyentes en la competitividad: calidad del producto, productividad, calidad del servicio e imagen. Relacionándolo con el objetivo: describir los

factores de la competitividad en las MYPE comerciales rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018. Dando como conclusión que se determinan los siguientes factores calidad de servicio, calidad del producto.

*En la tabla N°18 denominada satisfacción de necesidades y expectativas*, a la pregunta ¿La empresa satisface sus necesidades y expectativas? se determinó que un (87%) de los clientes de las MYPE si satisface sus necesidades y expectativas y un 87% de los clientes de las MYPE respondió que no satisface sus necesidades y expectativas, Según Jiménez (2013) conclusiones con respecto a la calidad de servicio, los clientes manifiestan que la atención es buena, Los factores de la calidad de servicio que más inciden es el precio, dando como resultado que el precio está en función con la calidad del producto, su producción en general, es por ello que se pueden encontrar diversidad de precios en las MYPE.

## VI. CONCLUSIONES

Según la investigación no se determinaron las diferentes características que tienen la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro joyería del centro de Catacaos-Piura.

Según la investigación no se identificó los tipos de capacitación en las MYPE, rubro joyería del centro de Catacaos-Piura debido al bajo nivel de capacitación que estas reciben.

Según la investigación no se conoce el proceso de capacitación en las MYPE, rubro joyería del centro de Catacaos-Piura. Ya que es muy bajo el porcentaje de las que reciben capacitación.

Se concluyó que las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura identificaron los siguientes niveles de competitividad de organizada e individual.

Se concluyó que las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura describen los siguientes factores de competitividad calidad del producto, calidad de servicio e imagen.

## **Recomendaciones**

Detectar las necesidades de capacitación en las MYPE de joyería rubro joyeras del centro de Catacaos Catacaos- Piura, para la correcta capacitación, teniendo en cuenta las metas y objetivos planteados por la empresa.

Realizar capacitaciones a los trabajadores de las MYPE rubro joyeras del centro de Catacaos- Piura, para mejorar fortalecer sus conocimientos habilidades en beneficio de la organización.

Programar capacitaciones a los trabajadores de las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura, cada 3 meses. Para que puedan ser correctamente evaluados y realicen sus labores sin dificultades.

Se recomienda la capacitación constante a trabajadores y propietarios de las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-Piura para le permita posicionarse en el mercado y enfrentarse a sus competidores y puedan sobrevivir en este mundo competitivo en el que se encuentran.

## Referencias Bibliográficas

Chavez. (2014). *Tesis "características de la capacitación y la competitividad en las mype del sector industrial rubro calzado del distrito de Chimbote, periodo 2010-2011.* Chimbote.

Rengifo Silva R. (2011). “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010.*

Silupu, B. (5 de diciembre de 2012). *Las MYPE están haciendo crecer a Piura.* (E. Belletich, Ed.) Diario La Hora: la entrevista.

Gomes, M. (2009). *La Competitividad después de la devaluación.* Disponible en <http://www.econlink.com.ar/competitividad-devaluacion> recuperado en <https://ppikas.files.wordpress.com/2009/06/definicion-competitividad.pdf>.

Gonzales, J. (2013). *Gestión Empresarial y Competitividad en la MYPE del Sector Textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria.* Obtenido de Repositorio Académico USMP: [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales\\_lj.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf).

Osaki Astorayme, J. R., & Sifuentes Torres, H. F. (2013). *Capacitación a vendedores de empresas distribuidoras de consumo masivo en Lima y su impacto en las ventas.* Lima: UPC, Escuela de Postgrado, Maestría en Administración de Empresas.

Flores, (2008). *Capacitación permanente de la capacitación. Oficina General del Sistema de Bibliotecas y Biblioteca Central.* Lima: 1997-2008 UNMSM.<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/1999/primercapacitacion.htm>



MPTE. 28 de Junio de (2016). *trabajo.gob.pe*. Obtenido de trabajo.gob.pe:  
<http://www.trabajo.gob.pe/normaCompletaSNIL.php?id=3300>

MPTE. (2015). *trabajo.gob.pe*. Obtenido de trabajo.gob.pe:  
<http://www.trabajo.gob.pe/mostrarContenido.php?id=541&tip=541>.

Tevés, J. (2009). *Monografias.com*. Recuperado el 2014 de Junio de 23, de  
monografia.com:<http://monografias.com/trabajos82/situación-economica-mype>.

Montes G. (2012) " *Eficacia de cuatro sistemas de capacitación sobre el desempeño laboral de empleados de una empresa de servicios telefónicos*. LIMA: Universidad Mayor De San Marcos.

Montes de Oca (2013), *Gestión de recursos humanos tema: capacitación*.  
[http://www.academia.edu/4042283/Diferencia\\_entre\\_Capacitacion\\_y\\_Adiestramiento](http://www.academia.edu/4042283/Diferencia_entre_Capacitacion_y_Adiestramiento).

Mariño Uribe, R. (10 de junio de 2010). *www.slideshare.net*. Recuperado el 20 de octubre de 2012, de *www.slideshare.net*:  
<http://www.slideshare.net/Krdo/competitividad-446451>.

Hernández, L., & Cruz, R. (2014). *tesis digital*. Obtenido de tesis digital:  
<http://132.248.9.195/ptd2014/febrero/410093801/410093801.pdf>

Peru, M. (2013). *Instituto para la Calidad - PUCP*.

Pucp, C. (2013). *La Competitividad . La Competitividad parte 2*.

Álava (2013). " *Programa De Capacitación Dirigido A La Unión De Asociaciones De Prestadores De Servicios Turísticos Del Cantón Playas Provincia Del Guayas*. Universidad Estatal Península De Santa Elena Extensión Playas Libertad - Ecuador 2013.

Julcahuanga Domínguez, J. A. (2013). *Evaluación de las estrategias de capacitación del programa de capacitación laboral juvenil PROJOVEN en la ciudad de Piura*. Lima.

Jiménez Peña, M. D. (2013). *Caracterización de Competitividad y calidad de servicio en las MYPE rubro boticas*. Piura: Biblioteca Virtual-Uladech.

Gómez, F. (2014). *erp.uladech.edu.pe*. Obtenido de [erp.uladech.edu.pe](http://erp.uladech.edu.pe): <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034143>.

Medina, F. (2014). *repositorio.puce.edu.ec*. Obtenido de [repositorio.puce.edu.ec](http://repositorio.puce.edu.ec): [http://repositorio.puce.edu.ec/searchfilter?field=author&offset=280&starts\\_with=m](http://repositorio.puce.edu.ec/searchfilter?field=author&offset=280&starts_with=m).

Palacios, J. (2014). *Caracterización de capacitación y competitividad en las mype rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura*, 2013. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2014. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034226>

Meraz Ruiz, I. (junio de 2014). *Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe*, México. Baja California, México.

Rivas, V. (2014). *erp.uladech.edu.pe*. Obtenido de [erp.uladech.edu.pe](http://erp.uladech.edu.pe): <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035615>

Arias, L. (2014). *erp.uladech.edu.pe*. Obtenido de [erp.uladech.edu.pe](http://erp.uladech.edu.pe): <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036873>

Jiménez, M. (2014). *erp.uladech.edu.pe*. Obtenido de [erp.uladech.edu.pe](http://erp.uladech.edu.pe): <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034218>

Luján Ruiz, C. A. (s.f.). (2013)Obtenido de <http://cybertesis.uni.edu.pe/handle/uni/1126>.

Rosas, L. V. (10 de 09 de 2008). *Gerencie*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/capacitacion-del-personal.html>

Porter, m. (2009). *Competitividad en el Perú*. Obtenido de competitividad en el Perú.

Flores (2010). “*El financiamiento y la rentabilidad como estrategia de desarrollo en las micro y pequeñas empresas comerciales, rubro ferretería del distrito de Chimbote, periodo 2010*”.

Víctor, U. H. (2010). *Estrategias de la capacitación y desarrollo de competencias cognitivas del personal administrativo de la USMP*. LIMA.

Xie Zhou Y Yizho. (2008). *Modelo de formación y desarrollo a implementar en las universidades*.

Fidias Arias (2012), "*El Proyecto de Investigación*", Editorial Epísteme, Caracas. 2012.

Aguilar, (2008). *Capacitación y desarrollo de personal (4ª ed.)* México: Limusa <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologia-investigacion.html>.

Trujillo, M. (2010). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector industrial-rubro confecciones de ropa deportiva*. Arequipa.

Galván B. (2011). *Tipos de capacitación*. Recuperado el 5 de noviembre. <http://barbaragalvangnz.blogspot.pe/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>.

Gómez, (2010). *La cultura del diseño, estrategia para la generación de valor e*

*innovación en la Pyme del área metropolitana del centro occidente*, Colombia. Cuaderno 34, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, ISSN: 1668-5229, 109-209.

Anzil, F. (2008). *Zonaeconomica.com: Competitividad*. Recuperado de <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>.

World Economic Forum (2009). *The Global Competitiveness Report 2009-2010*. Geneva.

Subauste, (2013). Investigación denominado: *Caracterización de la competitividad en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013 / San Vicente de Cañete*.

Palacios, (2014). *erp.uladech.edu.pe*. Obtenido de [erp.uladech.edu.pe](http://erp.uladech.edu.pe): <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034226>

Jiménez, (2018) *Caracterización de la competitividad y merchandising en las mype comercial rubro joyerías de la galería “Los portales” ciudad de Catacaos –piura, año 2018*. En la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH. Piura.

Gonzales (2017) “*Caracterización del financiamiento, de la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanías shipibo-conibo del distrito de Yarinacocha, 2017*” en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – PUCALPA

INEI, (2014) *Resultados de la encuesta de micro y pequeña empresa, 2013*. Lima, febrero de 201. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaless/Est/Lib1139/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1139/libro.pdf)

BCRP. (2016). *bcrp.gob.pe*. Obtenido de [bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe/): <http://www.bcrp.gob.pe/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL

Gestion (2014) *Menos del 20% de Mype acceden a capacitación, según Cofide*.  
Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/20-mypes-acceden-capacitacion-cofide-76649>.

## **Anexos.**

### CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Carlos Manuel Ginochio Vega  
identificado con DNI 02867439, MAGISTER EN  
ADM. y Organización de Empresas por medio de  
la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de  
recolección de datos.

#### CUESTIONARIO

elaborado por Gabriela Valverde Juárez, a los efectos de su aplicación a los elementos de  
la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de  
Capacitación y Competitividad en las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-  
Piura, año 2018. Que se encuentra realizando.

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

Piura, 27 de Junio 2018.

  
Lc. Adm. Carlos M. Ginochio Veg  
CLAD. 0000  
Firma

### VALIDACION

Ítems relacionados con la variable CAPACITACION	¿Es pertinente con el contexto?		¿Necesita mejorar la reducción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	si	no	si	no	si	no	
1. ¿Se siente motivado por la empresa para desempeñar sus labores?	/			/		/	si ( ) no ( )
2. ¿Considera que las capacitaciones que le brindan son constantemente?	/			/		/	si ( ) no ( )
3. ¿Está de acuerdo que la empresa realice diferentes tipos de capacitación a su personal?	/			/		/	si ( ) no ( )
4. ¿Es orientado al momento de realizar sus labores?	/			/		/	si ( ) no ( )
5. ¿Es capacitado para realizar una nueva actividad o cargo en la empresa?	/			/		/	si ( ) no ( )
6. ¿Considera que la empresa detecta las necesidades donde necesita ser capacitada?	/			/		/	si ( ) no ( )
7. ¿Considera que recibe una capacitación programada?	/			/		/	si ( ) no ( )
8. ¿Para el desarrollo de sus habilidades y destrezas requiere de una capacitación constante?	/			/		/	si ( ) no ( )
9. ¿La empresa evalúa sus conocimientos, habilidades y capacidades?	/			/		/	si ( ) no ( )

  
 Lic. Adm. Carlos M. Giocchio Veg  
 CLAD. 9888



### VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el contexto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	si	no	si	no	si	no	
1. ¿Está de acuerdo que la eficiencia y eficacia tiene un papel importante en la organización?	/			/		/	si ( ) no ( / )
2. ¿Considera que la empresa ofrece productos de calidad?	/			/		/	si ( ) no ( / )
3. ¿Está de acuerdo que las joyería deben mejorar sus diseños?	/			/		/	si ( ) no ( / )
4. ¿Considera que el nivel de educación es importante para ofrecer un mejor servicio?	/			/		/	si ( ) no ( / )
5. ¿Está de acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado?	/			/		/	si ( ) no ( / )
6. ¿Considera que la empresa debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas?	/			/		/	si ( ) no ( / )
7. ¿Considera que la calidad de los productos influye en los precios?	/			/		/	si ( ) no ( / )
8. ¿Considera que recibe un servicio de atención agradable?	/			/		/	si ( ) no ( / )
9. ¿La empresa satisface sus necesidades y expectativas?	/			/		/	si ( ) no ( / )

  
 Lic. Adm. Carlos M. Cinocchio Veg  
 CLAD. 0888

### CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, MANUEL EDUARDO MERINO HINOSTROZA,  
identificado con DNI 02659237, MAGISTER EN  
CIENCIAS POLITICAS - LICENCIADO EN ADMINISTRACION por medio de  
la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de  
recolección de datos.

#### CUESTIONARIO

elaborado por Gabriela Valverde Juárez, a los efectos de su aplicación a los elementos de  
la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de  
Capacitación y Competitividad en las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-  
Piura, año 2018. Que se encuentra realizando.

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

Piura, 27 de Julio 2018.

  
Mg. Lic. Adm. Manuel Eduardo Hinostroza  
CLAD 05888

### VALIDACION

Ítems relacionados con la variable COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el contexto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	si	no	si	no	si	no	
1. ¿Está de acuerdo que la eficiencia y eficacia tiene un papel importante en la organización?	X			X		X	si( ) no(X)
2. ¿Considera que la empresa ofrece productos de calidad?	X			X		X	si( ) no(X)
3. ¿Está de acuerdo que las joyería deben mejorar sus diseños?	X			X		X	si( ) no(X)
4. ¿Considera que el nivel de educación es importante para ofrecer un mejor servicio?	X			X		X	si( ) no(X)
5. ¿Está de acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado?	X			X		X	si( ) no(X)
6. ¿Considera que la empresa debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas?	X			X		X	si( ) no(X)
7. ¿Considera que la calidad de los productos influye en los precios?	X			X		X	si( ) no(X)
8. ¿Considera que recibe un servicio de atención agradable?	X			X		X	si( ) no(X)
9. ¿La empresa satisface sus necesidades y expectativas?	X			X		X	si( ) no(X)

*Manuel G. Hinojosa*

Wg. Lic. Adm. Manuel G. Hinojosa  
CLAD 05862

### VALIDACION

Ítems relacionados con la variable: CAPACITACION	¿Es pertinente con el contexto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	sí	no	sí	no	sí	no	
1. ¿Se siente motivado por la empresa para desempeñar sus labores?	X			X		X	sí ( ) no (X)
2. ¿Considera que las capacitaciones que le brindan son constantemente?	X			X		X	sí ( ) no (X)
3. ¿Está de acuerdo que la empresa realice diferentes tipos de capacitación a su personal?	X			X		X	sí ( ) no (X)
4. ¿Es orientado al momento de realizar sus labores?	X			X		X	sí ( ) no (X)
5. ¿Es capacitado para realizar una nueva actividad o cargo en la empresa?	X			X		X	sí ( ) no (X)
6. ¿Considera que la empresa detecta las necesidades donde necesita ser capacitada?	X			X		X	sí ( ) no (X)
7. ¿Considera que recibe una capacitación programada?	X			X		X	sí ( ) no (X)
8. ¿Para el desarrollo de sus habilidades y destrezas requiere de una capacitación constante?	X			X		X	sí ( ) no (X)
9. ¿La empresa evalúa sus conocimientos, habilidades y capacidades?	X			X		X	sí ( ) no (X)

*[Handwritten Signature]*

Mg. Lic. Agr. Roque Q. Ureña Huasteca  
CLAD 05662

## CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, IVAN GUZMAN CASTRO  
identificado con DNI 07723308, MAGISTER EN  
DOCENCIA, CURRICULO E INVESTIGACION por medio de  
la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de  
recolección de datos.

### CUESTIONARIO

elaborado por Gabriela Valverde Juárez, a los efectos de su aplicación a los elementos de  
la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de  
Capacitación y Competitividad en las MYPE rubro joyería del centro de Catacaos-  
Piura, año 2018. Que se encuentra realizando.

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

Piura, 27 DE JULIO 2018.

  
Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
CLAD N° 5107  
Firma

### VALIDACION

Ítems relacionados con la variable COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el contexto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	si	no	si	no	si	no	
1. ¿Está de acuerdo que la eficiencia y eficacia tiene un papel importante en la organización?	X			X		X	si ( ) no (X)
2. ¿Considera que la empresa ofrece productos de calidad?	X			X		X	si ( ) no (X)
3. ¿Está de acuerdo que las joyería deben mejorar sus diseños?	X			X		X	si ( ) no (X)
4. ¿Considera que el nivel de educación es importante para ofrecer un mejor servicio?	X			X		X	si ( ) no (X)
5. ¿Está de acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado?	X			X		X	si ( ) no (X)
6. ¿Considera que la empresa debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas?	X			X		X	si ( ) no (X)
7. ¿Considera que la calidad de los productos influye en los precios?	X			X		X	si ( ) no (X)
8. ¿Considera que recibe un servicio de atención agradable?	X			X		X	si ( ) no (X)
9. ¿La empresa satisface sus necesidades y expectativas?	X			X		X	si ( ) no (X)

  
**Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO**  
**CLAD N° 5107**

### VALIDACION

Ítems relacionados con la variable CAPACITACION	¿Es pertinente con el contexto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	si	no	si	no	si	no	
1. ¿Se siente motivado por la empresa para desempeñar sus labores?	x			x		x	si ( ) no (x)
2. ¿Considera que las capacitaciones que le brindan son constantemente?	x			x		x	si ( ) no (x)
3. ¿Está de acuerdo que la empresa realice diferentes tipos de capacitación a su personal?	x			x		x	si ( ) no (x)
4. ¿Es orientado al momento de realizar sus labores?	x			x		x	si ( ) no (x)
5. ¿Es capacitado para realizar una nueva actividad o cargo en la empresa?	x			x		x	si ( ) no (x)
6. ¿Considera que la empresa detecta las necesidades donde necesita ser capacitada?	x			x		x	si ( ) no (x)
7. ¿Considera que recibe una capacitación programada?	x			x		x	si ( ) no (x)
8. ¿Para el desarrollo de sus habilidades y destrezas requiere de una capacitación constante?	x			x		x	si ( ) no (x)
9. ¿La empresa evalúa sus conocimientos, habilidades y capacidades?	x			x		x	si ( ) no (x)

  
**Mg. IVAN GUZMAN CASTRO**  
**CLAB N° 5107**

### LIBRO DE CODIGO TRABAJADORES

Encuesta Trabajadores	Preg. 01		Preg. 02		Preg. 03		Preg. 04		Preg. 05		Preg.06		Preg.07		Preg. 08		Preg. 09	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1		2		2	1			2		2		2		2	1			2
2		2		2	1			2		2		2		2	1			2
3		2		2	1			2		2	1			2	1			2
4	1		1		1			1		1		1		1			1	
5		2		2	1			2		2		2		2	1			2
6	1			2	1			1		2	1			2	1			1
7		2		2	1			2		2		2	1		1			1
8	1			2	1			1		1		1		1			1	
9		2		2	1			2		2		2		2	1			2
10		2		2	1			2		2		2		2	1			2
11		2		2	1			2		2		2		2	1			2
12	1		1		1			1		1		1		1			1	
13		2		2	1			2		2		2		2	1			2
14	1		1		1			1		1		1		1			1	
15	1			2	1			1		1		1		1			1	
16		2		2		2		2		2		2		2		2		2
17	1		1		1			1		1		1		1			1	
18	1		1		1			1		1		2	1		1			1
19		2		2	1			2		2	1			2	1			2
20	1			2	1			2		2		2	1		1			2
21		2		2		2		2		2		2		2	1			2
22		2		2	1			2		2		2		2	1			2
23		2		2	1			2		2		2		2	1			2
24		2		2	1			1		2	1			2	1			2
25		2		2	1			2		2	1			2	1			2
26	1		1		1			1		1		1		1			1	
27		2		2	1			2		2		2		2	1			2
28	1			2	1			1		2		2	1		1			2
29		2		2	1			2		2	1			1				2
30	1			2	1			2		2		2	1		1			2
31	1		1		1			1		1		1		1			1	
32		2		2	1			2		2		2		2	1			2
33		2		2	1			2		2		2		2	1			1
34		2		2		2		2		2		2		2		2		2
35		2		2	1			2		2		2		2	1			2
36		2		2	1			2		2		2		2	1			1
37		2		2	1			2		2	1			2	1			2
38	1		1		1			1		1		1		1			1	
39		2		2	1			2		2		2		2	1			2
40		2		2	1			2		2		2		2	1			2
41	1			2	1			1		2	1			1			1	
42		2		2	1			2		2		2		2	1			2
43		2		2	1			2		2		2		2	1			2
44		2		2	1			2		2		2		2	1			2
45	1		1		1			1		1		1		1			1	
46		2		2	1			2		2		2		2	1			2
47	1			2	1			1		2		2		2	1			1
48		2		2	1			2		2		2		2	1			2
<b>Frecuencia</b>	17	31	9	39	45	3	16	32	11	37	18	30	17	31	46	2	17	31
<b>Total</b>	48		48		48		48		48		48		48		48		48	
<b>Porcentaje</b>	35%	65%	19%	81%	96%	4%	33%	67%	23%	77%	37%	63%	35%	65%	96%	4%	35%	65%
<b>Total</b>	100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%	



**LIBRO DE CODIGO CLIENTES**

Encuesta Clientes	Preg. 01		Preg. 02		Preg. 03		Preg. 04		Preg. 05		Preg. 06		Preg.07		Preg. 08		Preg. 09		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
2	1		1		1		1		1		1		1		1				2
3	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
4	1		1			2	1		1			2	1		1		1		
5	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
6	1		1		1		1		1		1		1		1		1		
7	1		1		1		1		1		1		1		1		1		
8	1			2	1			2	1		1		1		1		1		
9	1		1		1		1		1		1		1		1				2
10		2	1			2		2	1		1		1		1		1		
11	1		1		1		1		1			2	1		1		1		
12	1		1		1		1		1		1			2	1		1		
13	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
14	1		1		1		1		1		1		1		1				2
15	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
16	1		1			2	1		1		1		1		1		1		
17	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
18	1		1		1		1		1		1		1		1				2
19		2		2	1		1		1		1		1		1		1		
20	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
21	1		1			2		2	1		1		1		1		1		
22	1		1		1		1		1		1		1		1				2
23	1		1		1		1		1		1		1		1		1		
24	1		1		1			2	1		1		1			2	1		
25	1		1		1		1		1		1		1		1		1		
26	1		1		1		1		1		1		1		1		1		
27	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
28	1		1		1		1		1		1		1		1		1		
29	1		1		1		1		1		1		1		1				2
30	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
31	1		1		1		1		1		1		1		1				2
32	1		1		1		1		1		1		1		1		1		
33	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
34	1		1			2	1		1		1		1		1		1		
35	1		1		1		1		1			2	1		1		1		
36	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
37	1		1		1		1			2	1		1		1		1		
38	1		1			2		2	1		1		1		1		1		
39	1		1		1		1		1		1		1		1				2
40	1		1		1			2	1		1		1			2	1		
41	1			2	1		1		1		1		1		1		1		
42	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
43	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
44	1		1		1		1		1		1			2	1		1		
45	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
46	1		1		1		1			2	1		1		1		1		
47	1		1		1			2	1		1		1			2	1		
48	1		1		1		1		1		1		1		1				2
49	1		1		1			2	1		1		1		1		1		
50		2	1			2	1		1		1		1		1		1		

51	1		1		2	1		1		1		1		1		1	
52		2		2		2		2	1		1		1		1		1
53	1		1		1		1		1		1		1		1		1
54		2	1		1			2	1		1		1		1		1
55	1		1		1			2	1		1		1		1		1
56		2		2	1		1		1		1		1		1		1
57	1		1		1		1			2	1		1		1		1
58	1		1		1		1		1		1		1		1		1
59	1		1		1			2	1		1		1		1		1
60	1		1		1		1		1		1		1		1		1
61	1		1		1		1		1		1		1		1		2
62	1		1		1			2	1		1		1		1		1
63	1		1		1		1		1		1		1		1		1
64	1		1		1			2	1		1		1		1		1
65	1		1		1		1			2	1		1		1		1
66	1		1		1			2	1		1		1		1		1
67	1		1		1		1		1		1			2	1		1
68	1		1		1		1		1		1		1		1		2
69	1		1		1			2	1		1		1		1		1
70	1		1		1		1		1		1		1		1		1
71	1		1			2	1		1		1		1		1		1
72	1		1		1			2	1		1		1		1		1
73	1		1		1		1			2	1		1		1		1
74	1		1		1			2	1		1		1		1		1
75	1		1			2	1		1		1		1		1		1
76	1		1		1		1		1			2	1		1		1
77	1		1		1			2	1		1		1		1		1
78	1		1		1			2		2	1		1		1		1
79	1		1		1			2	1		1		1		1		1
80	1		1		1			2	1		1		1			2	1
81	1		1		1		1		1		1		1		1		1
82	1		1		1		1		1		1			2	1		1
83	1		1		1			2	1		1		1		1		1
84	1		1		1		1		1		1		1		1		2
85	1		1		1		1		1			2	1		1		1
86	1		1		1		1		1		1		1		1		2
87	1		1		1			2	1		1		1		1		1
88	1		1		1			2	1		1		1		1		1
89	1		1		1		1			2	1		1		1		1
90	1		1			2	1		1		1		1		1		1
91	1		1		1			2	1		1		1			2	1
92	1		1		1		1		1		1		1		1		1
93	1		1			2	1		1		1		1		1		1
94	1		1		1		1		1			2	1		1		1
95	1		1		1			2	1		1		1		1		1
96	1		1		1		1		1		1		1			2	1
97	1		1		1			2	1		1		1		1		1
98	1		1		1		1		1		1		1		1		1
99	1		1			2	1		1		1		1		1		1
100	1			2	1			2	1		1		1		1		1

101		2	1		1		1		1		1		1		1		2
102		2		2		2	1		1		1		1		1		1
103	1		1		1		1		2	1		1		1		1	
104	1		1		1			2	1		1		1		1		1
105	1		1		1		1		1		2	1		1		1	
106		2		2	1		1		1		1		1		1		1
107	1		1		1			2	1		1		1		1		1
108		2	1		1		1		1		1		1		1		1
109	1		1		1			2	1		1		1		1		1
110		2		2	1		1		1		1		1		1		1
111	1		1		1			2	1		1		1		1		1
112	1		1		1		1			2	1		1		1		1
113	1		1		1			2	1		1		1		1		1
114	1		1		1			2	1		1		1		1		1
115	1		1		1		1		1		1		1			2	1
116	1		1		1		1		1		1		1		1		2
117	1		1		1			2	1		1		1		1		1
118	1		1		1			2	1		1		1		1		1
119	1		1		1		1		1			2	1		1		1
120	1		1			2	1		1		1		1		1		1
121	1		1		1			2	1		1		1		1		1
122	1		1		1		1			2	1		1		1		1
123	1		1		1			2	1		1		1		1		1
124	1		1		1		1		1		1		1		1		2
125	1		1		1		1		1		1		1		1		1
126	1		1		1			2	1		1		1		1		1
127	1		1		1		1		1		1		1		1		2
128	1		1		1			2	1		1		1		1		1
129	1		1		1		1			2	1		1		1		1
130	1		1			2	1		1		1		1		1		1
131	1		1		1			2	1		1		1		1		1
132	1		1		1		1		1		1		1			2	1
133	1		1		1		1		1		1		1		1		2
134	1		1		1			2	1		1		1		1		1
135	1		1		1			2	1		1		1		1		1
136	1		1		1		1		1		1			2	1		1
137	1		1		1			2	1		1		1		1		1
138	1		1			2	1		1		1		1		1		1
139	1		1		1		1		1		1		1		1		2
140	1		1		1			2	1		1		1		1		1
141	1		1		1		1			2	1		1		1		1
142	1		1		1			2	1		1		1		1		1
143	1		1		1		1		1		1			2	1		1
144	1		1			2	1		1		1		1		1		1
145	1		1		1			2	1		1		1		1		1
146	1		1		1			2	1		1		1		1		1
147	1		1		1			2	1		1		1		1		1
148	1		1		1		1		1			2	1		1		1
149	1		1		1			2	1		1		1		1		1
150		2		2	1		1		1		1		1		1		1

151		2	1			2	1		1		1		1		1		1
152	1		1		1			2	1		1		1		1		1
153	1		1		1			2	1		1		1		1		1
154	1		1		1		1		1				2	1		1	
155		2		2	1		1		1		1		1		1		1
156	1		1		1			2	1		1		1		1		1
157	1		1		1		1			2	1		1		1		1
158	1		1		1		1		1				2	1		1	
159	1		1		1			2	1		1		1		1		1
160		2		2	1		1		1		1		1		1		1
161	1		1		1			2	1		1		1		1		1
162		2		2	1		1		1		1		1		1		1
163	1		1		1			2	1		1		1		1		1
164	1		1		1		1		1		1		1		1		2
165	1		1		1		1		1		1		1			2	1
166	1		1		1			2	1		1		1		1		1
167	1		1		1		1			2	1		1		1		1
168	1		1		1			2	1		1		1		1		1
169	1		1		1		1			2	1		1		1		1
170	1		1			2	1		1		1		1		1		1
171	1		1		1			2	1		1		1		1		1
172	1		1		1		1		1		1		1			2	1
173	1		1		1			2	1		1		1		1		1
174	1		1		1		1			2	1		1		1		1
175	1		1		1			2	1		1		1		1		2
176	1		1		1			2	1				2	1		1	
177	1		1		1		1		1		1		1		1		2
178	1		1			2	1		1		1		1		1		1
179	1		1		1			2	1		1		1		1		1
180	1		1		1		1			2	1		1		1		1
181	1		1		1		1		1		1			2	1		1
182	1		1		1			2	1		1		1		1		1
183	1		1		1			2	1		1		1		1		1
184	1		1		1		1		1		1		1		1		2
185	1		1		1			2	1		1		1		1		1
186	1		1			2	1		1		1		1		1		1
187	1		1		1			2	1		1		1		1		1
188	1		1		1		1			2	1		1			2	1
189	1		1		1			2	1		1		1		1		1
190	1		1		1		1		1		1		1		1		2
191	1		1		1		1		1		1		1		1		2
192	1		1		1			2	1		1		1		1		1
193	1		1		1		1		1		1		1		1		2
194	1		1		1			2	1		1		1		1		1
195	1		1		1		1		1				2	1		1	
196	1		1		1		1			2	1		1		1		1
197	1		1		1			2	1		1		1		1		1
198	1		1		1		1		1		1		1		1		2
199	1		1			2	1		1		1		1		1		1
200	1		1		1			2	1		1		1		1		1

201	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
202	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
203	1		1		1		1		1		1		1		1		1	
204	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
205	1		1		1		1			2	1		1			2	1	
206	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
207	1		1		1		1		1		1		1		1		1	
208	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
209	1		1		1		1			2	1		1		1		1	
210	1		1		1		1		1			2	1		1		1	
211	1		1		1		1			2	1		1		1		1	
212	1		1			2	1		1		1		1		1		1	
213	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
214	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
215	1		1		1		1			2	1		1		1		1	
216	1		1		1		1		1		1		1		1			2
217	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
218	1		1			2	1		1		1		1		1		1	
219	1		1		1		1		1		1			2	1		1	
220	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
221	1		1		1		1			2	1		1		1		1	
222	1		1		1			2	1			2	1		1		1	
223	1		1		1		1		1		1			2	1		1	
224	1		1		1		1			2	1		1		1		1	
225	1		1			2	1		1		1		1		1		1	
226	1		1		1		1			2	1		1		1		1	
227	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
228	1		1		1		1		1			2	1		1		1	
229	1		1		1		1		1		1		1		1			2
230	1		1			2		2	1		1		1		1		1	
231	1		1		1		1		1			2	1		1		1	
232	1		1		1		1		1		1		1			2	1	
233	1			2		2	1		1		1		1		1		1	
234	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
235		2		2	1		1		1		1		1		1			2
236	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
237	1		1		1		1		1			2	1		1		1	
238	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
239	1		1		1			2		2	1		1		1		1	
240		2		2	1		1		1		1		1		1		1	
241		2	1		1		1		1		1		1		1			2
242	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
243	1		1		1		1		1		1		1			2	1	
244	1		1		1			2	1		1		1		1		1	
245	1		1		1		1			2	1		1		1			2
246	1		1		1		1		1		1			2	1		1	
Frecuencia	227	19	230	16	217	29	141	105	218	28	229	17	235	11	232	14	214	32
Total	246		246		246		246		246		246		246		246		246	
Porcentaje	92%	8%	93%	7%	88%	12%	57%	43%	89%	11%	93%	7%	96%	4%	96%	4%	87%	13%
Total	100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%	





13	¿Considera que el nivel de educación es importante para ofrecer un mejor servicio?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3
14	¿Está de acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3
15	¿Considera que la empresa debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3
OE04	d) Describir los factores de la competitividad en las MYPE rubro joyería del Centro de Catacaos-Piura, año 2018.																
16	¿Considera que la calidad de los productos influye en los precios?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3
17	¿Considera que recibe un servicio de atención agradable?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3
18	¿La empresa satisface sus necesidades y expectativas?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3
	<b>TOTALES</b>	18	18	18	54	18	18	18	54	18	18	18	54	18	18	18	54



Escala evaluativa	
Escala evaluativa EXCELENTE	3
Escala evaluativa BUENO	2
Escala evaluativa DEFICIENTE	1

La evaluación del instrumento se realizó a través de la evaluación de juicio de expertos de tres (03) Mgtr, Lic Adm. Dando el siguiente resultado se tiene:  $54/18 \text{ ítem} = 3$ , obteniéndose un valor de escala evaluativa de 3, o sea de Excelente.

Nivel	Escala evaluativa	
¿Es pertinente con el concepto?	3	Excelente
¿Necesita mejorar la redacción?	3	Excelente
¿Es tendencioso aquiescente?	3	Excelente
¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	3	Excelente

### Matriz de Indicadores de Pregunta

Variable	Dimensión	Indicadores	Pregunta	Fuente
<b>Capacitación</b>	Características	Continua	¿Se siente motivado por la empresa para desempeñar sus labores?	Trabajador
		Perenne		
		Dinámica		
	Tipos	Flexible	¿Considera que las capacitaciones que le brindan son constantemente?	Trabajador
		Unificadora		Trabajador
		Reflexiva y de amplio espectro		
Proceso	Formalidad	Naturaleza	¿Está de acuerdo que la empresa realice diferentes tipos de capacitación a su personal?	Trabajador
		Nivel ocupacional	¿Es orientado al momento de realizar sus labores?	Trabajador
			¿Es capacitado para realizar una nueva actividad o cargo en la empresa?	Trabajador
Proceso	Organización	Determinación	¿Considera que la empresa detecta las necesidades donde necesita ser capacitada?	Trabajador
		Ejecución	¿Considera que recibe una capacitación programada?	Trabajador
		Evaluación	¿Para el desarrollo de sus habilidades y destrezas requiere de una capacitación constante?	Trabajador
			¿La empresa evalúa sus conocimientos, habilidades y capacidades?	

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Fuente</b>
<b>Competitividad</b>	Características	Eficiencia Calidad Innovación Sustentabilidad	¿Está de acuerdo que la eficiencia y eficacia tiene un papel importante en la organización	Cliente
			¿Considera que la empresa ofrece productos de calidad?	Cliente
			¿Está de acuerdo que las joyería deben mejorar sus diseños?	Cliente
	Niveles	Global Organizada Individual	¿Considera que el nivel de educación es importante para ofrecer un mejor servicio?	Cliente
			¿Está de acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado?	Cliente
			¿Considera que la empresa debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas?	Cliente
Factores	Calidad del producto Productividad Calidad de servicio Imagen	¿Considera que la calidad de los productos influye en los precios?	Cliente	
		¿Considera que recibe un servicio de atención agradable?	Cliente	
		¿La empresa satisface sus necesidades y expectativas?	Cliente	
			Cliente	

ESTÁS VIENDO: INICIO > TALLER CO CURRICULAR > 1ENTREGA

### Acerca de esta página

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

## 1ENTREGA

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▾

Entregar archivo

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

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cunyarache Chinin ...	CUNYARACHE CHINININ	0%		*		98778339	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Paz Temoche Paz Tem...	PAZ TEMOCHE	0%		*		987781902	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Saavedra Mendoza Saa...	SAAVEDRA MENDOZA	0%		*		987785888	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Ayosa Chumacero Ayos...	AYOSA CHUMACERO	4%		*		987782885	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Avila Mendoz...	MENDOZA AVILA	6%		*		987782319	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Jaramillo Vale Jara...	JARAMILLO VALLE	7%		*		98778534	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Castro De Mujica Cas...	CASTRO DE MUJICA	9%		*		987980859	08-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Medina Chunga Medina...	MEDINA CHUNGA	13%		*		98777570	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Montalban Ramos Mont...	MONTALBAN RAMOS	13%		*		98778644	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Minga Inga Minga Ing...	MINGA INGA	14%		*		98772891	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Gonzales Camón Gon...	GONZALES CARRIÓN	15%		*		987786284	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valdiviezo Robledo V...	VALDIVIEZO ROBLEDO	17%		*		987786155	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Crísanto Yacila Crís...	CRISANTO YACILA	19%		*		987786809	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valverde Juarez Valv...	Valverde Juarez	24%		*		987986282	08-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Delgado Nanquen Delg...	DELGADO NANQUEN	27%		*		987786885	05-ago.-2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS TRABAJADORES DE LAS  
DIFFERENTES MYPE COMERCIALES RUBRO JOYERIAS DE  
CATACAOS DEL ÁMBITO DE ESTUDIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPES para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Características de la capacitación y competitividad de la MYPE comerciales en el rubro - joyerías en el distrito de Catacaos - Piura año 2015”.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Sexo:.....Edad:.....Fecha:.....

**Variable: Capacitación**

1. ¿Se siente motivado por la empresa para desempeñar sus labores?
  - a) Si ( )
  - b) No ( )
  
2. ¿Considera que las capacitaciones que le brindan son constantemente?
  - a) Si ( )
  - b) No ( )
  
3. ¿Está de acuerdo que la empresa realice diferentes tipos de capacitación a su personal?
  - a) Si ( )
  - b) No ( )

4. ¿Está orientado al momento de realizar sus labores?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
5. ¿Es capacitado para realizar una nueva actividad o cargo en la empresa?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
6. ¿Considera que la empresa detecta las necesidades donde necesita ser capacitada?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
7. ¿Considera que recibe una capacitación programada?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
8. ¿Para el desarrollo de sus habilidades y destrezas requiere de una capacitación constante?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
9. ¿La empresa evalúa sus conocimientos, habilidades y capacidades?
- a) Si ( )
  - b) No ( )



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**

**ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LAS  
DIFFERENTES MIYPE COMERCIALES RUBRO JOYERIAS DE  
CATACAOS DEL ÁMBITO DE ESTUDIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPES para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Características de la capacitación y competitividad de la MYPE comerciales en el rubro - joyerías en el distrito de Catacaos - Piura año 2015”.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Sexo:.....Edad:.....Fecha:.....

**Variable: Competitividad**

1. ¿Está de acuerdo que la eficiencia y eficacia tiene un papel importante en la organización?
  - a) Si ( )
  - b) No ( )
  
2. ¿Considera que la empresa ofrece productos de calidad?
  - a) Si ( )
  - b) No ( )
  
3. ¿Está de acuerdo que las joyerías deben mejorar sus diseños?
  - a) Si ( )
  - b) No ( )
  
4. ¿Considera que el nivel de educación es importante para ofrecer un mejor servicio?
  - a) Si ( )
  - b) No ( )

5. ¿Está de acuerdo que la empresa tenga ventajas comparativas para posicionarse en el mercado?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
6. ¿Considera que la empresa debería medir su nivel de competitividad ante las otras empresas?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
7. ¿Considera que la calidad de los productos influye en los precios?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
8. ¿Considera que recibe un servicio de atención agradable?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
9. ¿La empresa satisface sus necesidades y expectativas?
- a) Si ( )
  - b) No ( )