



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y  
CAPACITACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO  
RUBRO IMPRENTAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2018.**

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

**AUTORA**

**FERNÁNDEZ MADRID, GRECIA AURORA**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GALVEZ, JOSE FERNANDO**

**TUMBES-PERU**

**2018**

## HOJA DE MIEMBROS DEL JURADO



---

Mgtr. Lic. Adm. Edita Jerid Periche Castro

Presidente



---

Mgtr. Lic. Adm. Galvani Guerrero Garcia

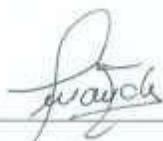
Miembro



---

Lic. Adm. Pablo Santiago Becerra Ortiz

Miembro



---

Mgtr. Lic. Adm. José Fernando Escobedo Gálvez

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y habersido mi apoyo durante todo este tiempo. De manera especial a mi tutor de tesis, por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria y haberme brindado el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores.

## **DEDICATORIA**

A Dios por guiarme y protegerme en todo momento y darme las fuerzas para encarar cualquier obstáculo que se presente en el camino y seguir adelante.

A mi esposo por estar en todo momento conmigo, a mi madre por aconsejarme y ser buen ejemplo de mis hermanos. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

## **RESUMEN**

La presente investigación denominada “Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018”. Es por ello que luego de investigar e identificar el problema ¿Cuáles son las características de la Competitividad y Capacitación de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018? En la cual el objetivo general es Determinar las características de la Competitividad y Capacitación de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018. La presente investigación se ubica en el tipo Descriptiva, con un nivel de investigación Cuantitativo y un diseño No Experimental de corte transversal, la población es de 68 clientes y 39trabajadores de las ocho (08) MyPes en el rubro imprentas, en el sector servicio, se aplicó la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos. Por lo tanto se concluye que el compromiso de los trabajadores es importante, además que la empresa debe de contar con servicios novedosos además de innovar para mantenerse en el mercado, así mismo, se capacita a los trabajadores para que el servicio sea competitivo a diferencia de su competencia y así adaptarse a los cambios del mercado, finalmente gracias a los trabajadores que son eficientes con el servicio que brinda la empresa es aceptable.

***Palabras Claves: Competitividad, Capacitación, MyPes.***

## **ABSTRACT**

The present research called "Characterization of the Competitiveness and Training of the MyPes, service sector, printing industry, Tumbes district, 2018". That is why after investigating and identifying the problem, what are the characteristics of the Competitiveness and Training of the MyPes, service sector, printing industry, Tumbes district, 2018? In which the general objective is to determine the characteristics of the Competitiveness and Training of the MyPes, service sector, printing industry, district Tumbes, 2018. The present investigation is located in the Descriptive type, with a level of quantitative research and a design No Experimental cross-section, the population is of 68 clients and 39 workers of the eight (08) MyPes in the printing industry, in the service sector, the survey and questionnaire were applied as instruments of data collection. Therefore it is concluded that the commitment of workers is important, in addition to the company must have innovative services in addition to innovate to stay in the market, likewise, workers are trained so that the service is competitive unlike Its competence and thus adapt to market changes, finally thanks to workers who are efficient with the service provided by the company is acceptable.

***Key Words: Competitiveness, Training, MyPes.***

# ÍNDICE

HOJA DE MIEMBROS DEL JURADO .....	
ii AGRADECIMIENTO .....	
iii DEDICATORIA .....	iv
RESUMEN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ÍNDICE .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	9
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES .....	30
2.2.1. COMPETITIVIDAD .....	30
2.2.2. CAPACITACIÓN .....	34
2.3. MYPES .....	38
III. HIPÓTESIS .....	41
IV. METODOLOGÍA .....	42
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	42
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	42
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	42
4.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	43
4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	45
<b>Población.</b> .....	45
<b>MUESTRA</b> .....	45
4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	47
4.7. PLAN DE ANÁLISIS .....	48
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	49
4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS .....	50

V. RESULTADOS .....	51
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	58
5.2.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 01 .....	58
5.2.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02 .....	60
5.2.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03 .....	61
5.2.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04 .....	62
VI. CONCLUSIONES .....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	66
ANEXOS .....	69

## I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado **“Caracterización de la competitividad y capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018”** La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración y comprenden el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

Las unidades económicas materia de trabajo son MyPes del distrito de Tumbes, dedicadas entre otras actividades al rubro de imprentas; en el distrito de Tumbes se han identificado a criterio del investigador ocho (08) MyPes dedicadas a este rubro objeto de la investigación, el estudio parte del problema de la competitividad y capacitación en el **Distrito de Tumbes**, en donde se pretende investigar **¿Cuáles son las características de la competitividad y capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018?** Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación **Determinar la caracterización de la competitividad y capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018.** Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas de imprentas sean factible para la comodidad de los trabajadores, para así posteriormente se hace poder determinar diferentes características que ayuden a la competitividad y capacitación en el mercado y así poder brindar estrategias para la solución mediante este informe de investigación.

Dentro del entorno externo las MyPes les comprometen investigar los aspectos claves del entorno que envuelve el negocio y que actúa de manera directa e indirecta, empleando el método PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal).

En el ***Ámbito Político***: Para iniciar un negocio requiere que los dueños realicen una lista de políticas que los empleados deben cumplir con la normativa sanitaria y de seguridad. Incluyendo las políticas básicas (normas de remuneración, las horas de trabajo, la remuneración del trabajador, la discriminación y la licencia médica). Inclusive es importante incluir políticas relacionadas al acoso. La inclusión de una política de acoso ayuda a los empleados y a los clientes se sientan seguros y valorados. Además, es importante establecer políticas estrictas relacionadas con tus normas de uniformes o código de vestimenta, si apruebas que tus empleados elijan su propia vestimenta. Algunas de las políticas de empleo más importantes para un restaurante son las condiciones que se relacionan con la seguridad alimentaria y la manipulación de alimentos. También, se da guías de capacitación para los empleados, con respecto a los métodos de desinfección para los platos y los utensilios de forma segura. Así mismo, se incluye las políticas relacionadas con los horarios, descansos, nómina y beneficios en el manual del empleado para que los empleados sean conscientes de dicha política. Los beneficios pueden extenderse a cosas tales como las vacaciones pagadas, las comidas o descuentos para los miembros de la familia, (Knaebel, s.f).

Las Normas formuladas por el Poder Ejecutivo, al amparo de la delegación de facultades legislativas apuntan a argumentos distintos, es significativo resaltar que la mayoría de disposiciones tiene como meta beneficiar y formalizar a aquellos sectores emprendedores que puedan contribuir de modo efectivo a los niveles de desarrollo del

Perú. Por ejemplo, destacan medidas de corte administrativo, como la simplificación y la exclusión de barreras burocráticas, con lo cual las MyPes disminuirán sus costos y el país ganará competitividad; así tenemos que estas unidades productivas pagarán menos impuestos de alquiler del nuevo régimen MyPe Tributario, con lo que se promoverá a los pequeños emprendedores que consideraban alto el pago de impuestos, pero que ahora tributarán solo el 10% del impuesto a la renta. Además, se añade el fraccionamiento especial de deudas tributarias y otros ingresos administrados por la Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT), (Diario Oficial El Peruano, 2017).

En el **Ámbito Económico**: Conforme a la última encuesta mensual de restaurantes del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el sector restaurantes creció 1.85% en enero del 2017, a pesar del descenso en el abastecimiento de comida por misión, que se ubicó en 3.08%. En diciembre del año pasado, el sector se expandió 2.79%. La actividad de los restaurantes que ofrecen servicios de preparación comidas y bebidas aumentó 1.25% en enero, por el avance de negocios de comida rápida comida japonesa, pollerías, heladerías, y chifas. El mejoramiento se debió a la mayor afluencia de consumidores, servicios de delivery y la implementación de cartas de verano, (Semana Económica, 2017).

El Ministro de la Producción, Raúl Pérez-Reyes, señaló que el emprendimiento empresarial de la MyPe tiene una contribución de 24% en el PBI nacional. Además, durante el lanzamiento de la campaña “Guerreros MyPe” el titular del Ministerio de la Producción (Produce) manifestó que este sector contribuye con 85% del empleo en el país ya que es un sector muy intenso en mano de obra que genera la principal fuente de empleo en el Perú. Así mismo, con relación a la informalidad según Produce, entre el 50% y 60%

de las MyPes son formales y cumplen con los requisitos para ello, no obstante, consta una serie de motivos que componen la informalidad en dicho sector que tiene que ver, más que con un tema de trámites, que también es un motivo, con la baja productividad de la mano de obra, con el poco acceso a financiamiento barato y con el tamaño de la producción, el objetivo bicentenario es que tengamos un nivel de formalización como lo poseen los países de la Alianza del Pacífico (México, Chile, Colombia y Perú), (Chau, 2018).

En el *Ámbito Social*: Los negocios, como sector de relación social, han mejorado la fusión de diferentes grupos, algo que hemos logrado ver últimamente más a menudo, gracias a las redes sociales. Y aun en los países de cultura latino conserva la costumbre de promover la interacción entre las personas. El objetivo es proponer nuevas percepciones a través de claves basadas en experiencias de éxito, para que los empresarios o dueños de restaurantes puedan tener una visión de las posibilidades que ofrecen las iniciativas de esta muestra, (Coquillat, 2017).

Las bajas tasas de crecimiento para el empleo formal, el salario, así como la inversión privada, están impactando forzosamente en la capacidad de gasto que tienen las familias peruanas. La tasa de crecimiento del empleo formal este año fue de 0,9% a años anteriores que era de 4% hasta el 5%, estos indicadores no animan la economía peruana y por lo tanto no se siente en la familia peruana. Además, que si bien todos los estratos socioeconómicos se notaron afectados y el más golpeado por esta realidad fue la clase media emergente que tenía una tasa de crecimiento de 3% y en el último año hubo un crecimiento de 1%. Asimismo, Albuquerque detalló que tuvo una diferencia entre Lima y Provincias, ya que en Lima los ingresos crecieron levemente a 1,2% en el caso del ingreso

per cápita, pero en regiones bajaron a 0,4%. También, señaló que las ventas en el año 2015 crecieron un 1,5% y en el primer trimestre de este año fue similar. Además, comunicaciones creció el año pasado a 5% y este año en 3,4%. Vehículos ligeros bajo 3,6% en ventas. Además, declaró que estos indicadores económicos deberán ser considerados por las empresas peruanas en el futuro ya que se convierten en retos para su desarrollo, (Alburqueque, 2016).

En el **Ámbito Tecnológico**: Empleamos aquellos métodos que nos dan inteligencia de negocio y que nos admitan tener todo bajo control en tiempo real (Costos, Gastos, Facturación, etc.) y muy considerable, ver posibles desviaciones frente a los presupuestos que nos hemos planteado o comparativas entre restaurantes y posteriormente es muy importante el uso de la tecnología para la relación con el cliente. Ahí pretendemos ser muy eficaz para crear un vínculo con él en torno a una experiencia. Por ejemplo el móvil. Creo que la relación con los clientes a través del móvil, a día de hoy es tan necesaria como tener platos y vasos en el restaurante. Unas buenas redes sociales, buena información en la web, aunque eso se está olvidando por los dispositivos móviles, (Romanos, 2016).

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como la Internet como principal herramienta, dejó de ser exclusiva para las grandes marcas. Las TIC como porcentaje de innovación, se vienen estableciendo como ejes significativos a tomar en cuenta, en los planes de negocios y en las nuevas empresas. A nivel regional el mercado empresarial de Argentina, Brasil y Chile conducen la lista de mayor uso de herramientas tecnológicas que aprovechan sus pequeñas, medianas y grandes empresas para desarrollar sus niveles de ventas y su conectividad local, regional e internacional. En

ese contexto, el 99.6% del mercado empresarial en el Perú corresponde a las MyPes, según las últimas cifras del INEI (marzo 2017). Que existen en total 1, 713, 272 empresas en todo el Perú, entre las MiPyMe y grandes compañías. De ese número, el 96.2% (1, 648, 167 empresas) está constituido por las microempresas, con el 5.6% de las ventas y las grandes compañías, representan el 0.4% (6, 853 empresas), con el 79.3% de las ventas. Esa diferencia en los volúmenes de ventas, responde a variados factores que lo conforman, externos, internos, innovación, tendencias, público dirigido, al sector y el uso de la tecnología. En el Perú, especialmente, el uso de estas herramientas es muy limitado por la elevada informalidad y la nula capacitación que se le brinda a las MyPes. Así mismo, la ejecución de las TIC (correo electrónico, comercio electrónico, aplicaciones móviles, webs, banca online, cursos, celulares, computadoras, y una ilimitada gama de software y hardware) ya no es un lujo, o una cara inversión; sino una necesidad primordial que permite a las empresas estar en desarrollo competitivo tanto en el mercado nacional como internacional. El 93% de MyPes aprecia que el uso de la tecnología es un gasto y opta por prescindir de su uso. Limitándose a una amplia gama de herramientas que ayudaría en elevar las ventas, reducir costos, tener nuevas oportunidades comerciales y más, (Diario Uno, 2017).

En el *Ámbito Ecológico*: Los restaurantes sostenibles son aquellas empresas que cuidan el medio ambiente, brindando comida sana a la vez que cuidan del planeta. Los restaurantes sostenibles cumplen con las llamadas reglas “FLOSS” (Fresh, Local, Organic, Seasonal, Sustanaible) es decir “Fresco, Local, Orgánico, Estacional y Sostenible”, cada vez más clientes se preocupan por llevar una dieta saludable y estas entidades ofrecen una alimentación que satisface sus necesidades. La carta de los

restaurantes sostenibles dispone de alimentos ecológicos y productos locales que suelen promover la gastronomía tradicional, pero no solo se trata de ofrecer un producto ecológico, fresco y local, los restaurantes sostenibles van más allá y controlan los residuos, siendo el reciclaje una de sus condiciones, cuentan con instalaciones que cumplen con las medidas respectivas con cuidado del medio ambiente, ejecutan una gestión de eficacia energética y controlan el uso de agua, entre otros aspectos. En el 2010 se creó la Asociación de Restaurantes Sostenibles que inspecciona la labor de aquellos establecimientos que trabajan en un marco de sostenibilidad y que desean no afectar al medio ambiente. Además, una de las ventajas es que el producto que se brinda acostumbra a ser de mayor calidad, ya que se trata de alimentos ecológicos, mejora la imagen del restaurante, porque es un negocio comprometido con el medio ambiente y ayuda a diferenciarse del resto de la competencia, (Mercat, 2016).

La responsabilidad ambiental en el Perú es un argumento que pausadamente está tomando más dimensión, y que antes no era tomado en cuenta por las empresas peruanas debido a falta de conocimiento, eso hablando de las empresas nacionales porque las transnacionales que operan en el Perú ya tienen esos conceptos bien desarrollados por sus matrices en los países donde vienen trabajando. En ese sentido, aseguró que en el Perú existe una participación mínima de empresas nacionales que tengan políticas de responsabilidad ambiental, es decir, un 2% de las empresas peruanas que tienen ese enfoque. Sin embargo, la actual coyuntura económica mundial, que impresiona a todos los países en vías de desarrollo, está causando que se tomen compromisos en temas ambientales, como el del COP 21, que cuenta con el respaldo de instituciones como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI), para incentivar una

transformación en la economía, señaló Héctor Miranda, director gerente de Red Regenerativa, (Miranda, 2016).

En el *Ámbito Legal*: Los empresarios que piensan en la apertura de un nuevo restaurante deben estar informados acerca de las muchas licencias y permisos que las autoridades sanitarias requieren antes de que el primer cliente entre por la puerta, el no conseguir las licencias necesarias para abrir un restaurante podría resultar en multas, sanciones y posiblemente el cierre del restaurante. Para abrir un restaurante, primero se debe obtener una licencia de negocio, la licencia de negocios da autorización para operar legalmente dentro de una jurisdicción específica. Además, se requiere un permiso de empresa de servicio de alimentos para abrir un restaurante, este permiso afirma que el restaurante cumple la normativa en cuanto a higiene de los alimentos, el almacenamiento, la protección y la preparación, es por ello que los trabajadores deben conseguir un permiso de manipulación de alimentos para asegurarse de que han completado con éxito una certificación de seguridad alimentaria. Además, las autoridades requieren una licencia para bebidas alcohólicas o licencia de licor. Las autoridades de venta de bebidas alcohólicas por lo general tienen varios niveles o "series" de licencias que pueden solicitar, el tipo de licencia que apliques determina el tipo de licor que se vende, así como dónde puedes vender el licor. Por ejemplo, si deseas que el restaurante sea parte de un festival culinario local, debes conseguir una licencia para servir bebidas alcohólicas en el festival a pesar de que tu restaurante ya tenga licencia para servir bebidas alcohólicas, (Scott, s.f).

El Congreso de la República publicó la Ley 30222 que modifica la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, Ley 29783, en el diario Oficial El Peruano con aplicación desde el día 12 de julio de 2014. Entre los principales cambios de la ley de Seguridad y Salud en

el Trabajo contienen lo siguiente: El director de la organización debe asumir el liderazgo y responsabilidad por un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, éste puede conceder diferentes contratos para servicios de terceros, para la gestión, implementación, monitoreo y cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre la seguridad y la salud en el trabajo. Además la ley 29783 regularizó con respecto a los miembros del Comité Paritario y los Supervisores de Seguridad y Salud en el trabajo que tienen derecho a conseguir una licencia en la que se debe cumplir todas sus funciones. Así mismo, se ha adaptado el compromiso de realizar exámenes médicos a los trabajadores, ya que el jefe se encuentra obligado a llevarlos a cabo cada dos años y que el examen médico ocupacional de salida es voluntario solicitado por el jefe o el trabajador. Además, con respecto a la adecuación del trabajador al puesto de trabajo, se ha señalado como excepción a la obligación de trasladar al trabajador en un puesto que admita menos riesgo para su seguridad y salud en el trabajo, el caso de que se ocasione la invalidez absoluta permanente. Se muestra como resultado del incumplimiento deliberado de las normas de seguridad y salud en el trabajo, se causa la muerte del trabajador o terceros e inclusive que se originen lesiones graves, y puede preverse tal resultado, la pena privativa de libertad será no menor de cuatro años ni mayor de ocho años en caso de muerte y no menor de tres años ni mayor de seis años en caso de lesión grave. Se excluye la responsabilidad penal cuando la muerte o las lesiones graves son fruto de una negligencia de las normas de seguridad y salud en el trabajo por parte del trabajo, (Isotools, 2016).

Frente a la problemática descrita se formuló el siguiente interrogante de investigación ¿Cuáles son las características de la competitividad y capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018? Considerando formular los

objetivos: Objetivo General: Determinar la caracterización de la competitividad y capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018. Y los objetivos específicos: a. Describir las características de la competitividad de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018. b. Determinar los tipos de competitividad de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018. c. Determinar las características de la capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018. d. Determinar los principios de la capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018.

Por lo cual Se justifica *teóricamente* porque contiene una apertura de conocimiento de la competitividad y capacitación, teniendo como base las características y niveles de competitividad, además de las características y principios de capacitación. (Miller y Salkiu, 2002).

Por tal motivo en el campo de la justificación de la presente investigación, se justifica en lo *práctico*, por que utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar al rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018, desde los aspectos del competitividad y capacitación.

Tiene una justificación *metodológica*, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso rubro de imprentas. (Batista, 2006).

La investigación del presente trabajo va a permitir poder visualizar como se encuentran hoy en día las empresas pollerías así mismo poder aplicar diferentes estrategias

para un mejor nivel de competitividad y capacitación, saber así mismo el porqué de la competencia en el mercado.

*Institucionalmente* este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a las MyPes el manejo del negocio, para una mejor prestación de los servicios. (Batista, 2006).

Se justifica *profesionalmente*, en la medida en que me permitirá obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Se justifica por *conveniencia* porque permite conocer la realidad de la competitividad y capacitación del rubro de imprentas en el distrito de Tumbes, 2018, promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de las MyPes.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Según, Alban (2017) En su *investigación “Caracterización De La Competitividad Y Marketing En Las MyPe Rubro Pollerías Del Distrito De Tambogrande - Piura, Año 2017”*, estableció como objetivo general determinar las características de la Competitividad y Marketing en las MyPe rubro pollerías del distrito de Tambogrande - Piura, año 2017. Se empleó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y el diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Así mismo, se concluyó que las características tienen la competitividad y Marketing en las MyPe rubro pollerías del distrito de Tambogrande, Piura año 2017, es la calidad de producto brindado ya que llega

a satisfacer las necesidades del comprador, renuevan en tecnología lo que las hace más competitivas, ofrecen un servicio eficiente, además se diferencian de la competencia en precio y calidad de producto, así como también el tener tiempos establecidos en la producción y entrega de sus productos lo que los hace competitivos y referente al marketing las MyPe rubro pollerías del distrito de Tambogrande; es mayormente publicidad a través de volantes, renunciando a las promociones, además, las herramientas de marketing utilizadas en las MyPe bajo estudio son los precios bajos y ubicación cercana a la población. Por consiguiente, Córdova (2017) En su *investigación “Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MyPe De Servicio Rubro Restaurantes De La Urb. Los Titanes - Piura, 2017”*, tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MyPe de servicios rubro - Restaurantes en la Urb. Los Titanes - Piura, año 2017, en la metodología de la investigación su tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta como recolección de datos. Finalmente las principales conclusiones, referente a la variable capacitación son las características de la capacitación informal, por la de inducción, seguidos de la capacitación de tipo especial de entrenamiento técnico, capacitación de acuerdo a la necesidad de los trabajadores y en otros temas. Y de acuerdo a la competitividad, las estrategias más frecuentes son el liderazgo de costos identificándose en: la calidad del servicio, precios bajos, diferenciándose a través de la utilización adecuada de los productos, la seguridad de la infraestructura, contar con

personal especializado, identificación de las necesidades, y proveedores que garantizan la calidad y sostenibilidad del aprovisionamiento de insumos. Además, la infraestructura es propia y les permite mejores costos, tienen un buen manejo del control de proceso de los productos y la buena accesibilidad a los diferentes locales.

Por otro lado, Araujo (2017) En su investigación “*Caracterización De La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MyPes En El Sector Servicio Rubro Hoteles En La Provincia De Leoncio Prado Período - 2017*”, el objetivo general es conocer las características de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes en el sector servicio rubro hoteles en la Provincia de Leoncio Prado periodo - 2017. En la metodología de la investigación realizada se utilizó el diseño no experimental - descriptivo, nivel descriptivo, y tipo de investigación aplicada puesto que se determina porque los resultados logrados intentan aplicarse o utilizarse en forma inmediata para solucionar alguna situación confusa. Para el recojo de la información se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Las conclusiones más significativas de este estudio son que la mayoría de los MyPes con respecto a la Gestión de Calidad, la mayoría de las MyPes no efectúa capacitación a su personal para optimizar la calidad de atención al cliente, por lo tanto en la mayoría los servicios de los hoteles son deficientes y para mejorar la calidad del servicio, son en su mayoría el plan de trabajo, también cuentan con plan estratégico, muy pocos cuentan con

documentos de estudios de mercados, no hacen uso de las redes sociales para promocionar el servicio que brindan.

Seguidamente, Sánchez (2017) En su investigación “*Caracterización De La Competitividad Y Calidad Del Servicio De Las MyPes Rubro Hoteles, Distrito Pariñas - Provincia Talara Año 2017*”, estableció como objetivo identificar las características que tiene la competitividad y la calidad del servicio en las MyPes, rubro hoteles distrito Pariñas - Provincia Talara, año 2017. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Así mismo, se concluyó que las MyPes su ventaja competitiva como principal factor en recursos físicos dado a su localización cercana a la Refinería de Talara, además manejan una estrategia de enfoque orientándose hacia nichos de mercado como son los convenios que brindan servicios a la Refinería, lo que les cede tener precios altos con la alta responsabilidad de conservar un buen servicio y preocuparse por la continuidad de los convenios que en algunos casos consiguen ocupar todas las habitaciones de un hotel. Además, se estableció que el desempeño de los estándares derivados de las buenas prácticas de la gestión de servicio en cuanto calidad de servicio se encuentra en un nivel “Aceptable”, lo cual los pone en un compromiso grande de mejorar y adecuarse a dichos estándares si lo que se quiere es brindar un mejor servicio.

Por otro lado, De la Cruz (2016) En su investigación “*Caracterización De La*

*Competitividad En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Servicios – Rubro Restaurantes, De La Av. Santa Adela, Del Distrito De Nuevo Imperial, Provincia De Cañete, Departamento De Lima, Período 2015”*, tuvo por objetivo determinar las principales características de la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la Av. Santa Adela s/n, del distrito de Nuevo Imperial, 2015. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental/transversal, se utilizó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos, se concluyó que los gerentes tienen una edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo femenino y tienen grado de instrucción educación básica, tienen más de 6 años de permanencia en el mercado, y la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas tienen de 05 - 07 trabajadores. Además, la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas conocen sus fortalezas y debilidades entre sus competidores, para lograr destacar utilizando estrategias de marketing que lo diferencie de su competencia.

Como también Villalta (2016). En su trabajo de investigación *“Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes comerciales rubro metal mecánica en Tumbes, 2016”* cuyo propósito es conocer la caracterización de competitividad y de la competencia de las MyPes metal mecánica en Tumbes, 2016; para la cual también se permitirá describir los diferentes factores de la competencia que se genera como también la clave principal de la competitividad; asimismo analizar los diferentes factores de

motivación que se aplican en las MyPes. Para este trabajo se utilizó un diseño descriptivo, con una población de 74 trabajadores y sus instrumentos de recolección de datos fue el cuestionario, se concluyó que las diferentes MyPes de metálica tiene buenos factores de competencia debido a que crea nuevos diseños, para el cual tiene un gran porcentaje de diferenciación de sus competidores, estas MyPes tienen una calidad eficiente que permite que sea una estrategia competitiva entre las diferentes empresas, por otro lado el personal se capacita de manera continua fortaleciendo las relaciones humanas tanto en los factores administrativo como a los nivel de obreros

Para Ramos & Romero (2016). En su tesis denominada: *“Diseño de un plan de servicio para una mejor gestión competitiva en las empresas hoteleras de la región de Tumbes- 2016”*, estableció como objetivo de la investigación diseñar el plan de servicios que le permita mejorar la gestión de la competitividad, metodológicamente el estudio fue de tipo de descriptivo, explicativo, en la que su población y muestra estaba constituida por las 93 empresas hoteleras. La recolección de la información se realizó mediante la técnica de la encuesta, de la cual luego de analizado los resultados concluye que: hay una comunicación pobre con el personal y los clientes, no están de acuerdo con lo que la tecnología les puede facilitar, no podrán desarrollarse y crecer empresarialmente, consideran necesario contar con el plan para que sirva de guía en el mejoramiento de la competitividad.

Seguidamente Merino (2016). En cuyo estudio denominado:

*“Caracterización competitividad y gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016”*, estableció como objeto la determinación de las características primordiales de la competitividad y gestión de calidad en las MYPES. Metodológicamente la investigación fue de tipo descriptivo con un nivel cuantitativo y de un diseño no experimental, considero una población de 81 personas cuya muestra representativa fueron de 40 personas que corresponden a las MYPES. Utilizo la técnica de la encuesta, abordando la siguiente conclusión, las empresas se hacen competitivas conforme cumplen dos requisitos fundamentales: primero, subordinarse a una presión competitiva que obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar la eficiencia de sus productos; segundo, preocuparse por los esfuerzos de la competencia que se ve apoyada por toda una serie de externalidades, considerando además que son muchos los factores que quebrantan en el éxito competitivo.

Según, Campos (2015) En su investigación *“Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MyPe Rubro Restaurantes Cevicherías Del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015”*, estableció como objetivo determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MyPe rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, se aplicó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos y se concluyó que si influye la gestión de calidad en la competitividad pero no hay

interés por los propietarios ya que hoy en día es una estrategia dirigida al éxito competitivo de la empresa y con respecto a la importancia de la competitividad de las MyPe de esta investigación presentan debilidades a la importancia de ajuste en los precios, la innovación, en las medidas estándar de calidad y en la satisfacción que exige el cliente, además, se evidencio que los elementos que interceden como la toma de decisiones, la estrategia de diferenciación y la adaptabilidad no van con el perfil que se exige en la competitividad de este rubro.

Por consiguiente, Vela (2016). En su investigación: *“La Competitividad y la Integración Económica de América Latina: Caso de Comunidad Andina de Naciones 2006-2014”* tiene como propósito de determinar como la competitividad influye en la comunidad andina de américa latina, con un diseño de investigación descriptivo y explicativo con una población de cuatro países que integran a américa latina, aplicando así normatividad, documentación, análisis situacional, análisis económico como instrumentos de recolección de datos, concluyo que para que pueda influenciar la competitividad en la comunidad andina de américa latina se tiene que tener un buen crecimiento económico para que así pueda obtener una buena rentabilidad y sobre una buena calidad de servicio.

Según, Feijoo (2016). En su investigación: *“Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MyPes Comerciales rubro*

*Electrodomésticos Tumbes, 2016*”. Tiene como propósito estudiar los niveles de capacitación en la empresa comercial de Electrodomésticos para ver su funcionamiento en cada uno de sus cargos para la detección de algún error hacia un futuro, con un diseño de investigación descriptivo, con una población de cuatro empresas que se dedican al rubro de electrodomésticos en la ciudad de Tumbes, aplicando cuadro de tabulación, cronograma de actividades, análisis cuantitativo, aplicación de encuestas como instrumentos de recolección de datos así mismo concluyo que hoy en día las empresas de Tumbes son capacitados sus trabajadores para un buen desarrollo pero de forma anual, ya que ellos necesitan que los capaciten constantemente para una buena competencia al mercado, solo los trabajadores se preocupan por recibir todos sus beneficios pero no por ser reconocidos en el mercado.

Según Castillo (2016). En su tesis denominada: “*La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas, de la Avenida Próceres de la independencia, cuadra 10 a la 27, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015*”, cuyo objeto consistió en determinar las particularidades de la variable competitividad; la investigación fue de tipo cuantitativo con un nivel descriptivo y un diseño no experimental, considero una población y muestra de 15 microempresas, en el recojo de la información utilizó la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario. Concluye que no solo es suficiente el conocimiento de la competitividad sino su aplicación de la misma en el negocio, para ello considera necesario la inversión en infraestructura,

tecnología y considerar la aplicación de precios accesibles, brindar cortesía a los consumidores y marcar la diferencia ante la competencia.

Según Fajardo (2016). En su investigación denominada: “*Caracterización de la competitividad y calidad de las MYPES rubro colegios privados en Tumbes, 2016*”, cuyo propósito u objeto fue determinar la características de ambas variables estudiadas y el aprendizaje de las MYPES en los colegios privados de Tumbes. La investigación fue de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo y diseño no experimental; comprende una población de 20 centros educativos y se considera una muestra de 76 docentes; se utilizó la técnica de la encuesta y la entrevista para la recolección de la información, de los resultados obtenidos llego a concluir que es importante auxiliarse de las estrategias de la competencia, utilizar las ventajas comparativas y modernizar estrategias para cautivar a nuevos clientes, ofrecer un mejor adiestramiento sin descuidar a los clientes existentes; consideró además que para brindar una buena comodidad y educación es importante la infraestructura y la calidad de los docentes, los mismos que deben ser capacitados constantemente.

Por consiguiente Arana (2015). En su estudio denominado: “*La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector producción – rubro panaderías, de la urbanización Previ, Distrito del Callao, Provincia Constitucional del Callao, Departamento Lima, período 2015*”, cuyo propósito u objeto fue determinar la competitividad de las MYPES; metodológicamente su estudio fue cuantitativo y descriptivo, considero una población y muestra es de 15

MYPES, desarrolló la técnica de la encuesta, para llegar a concluir que el uso de la tecnología beneficia al crecimiento de la empresa, consideró de suma importancia el ofrecimiento de los productos a bajo precio permaneciendo en ello la calidad del mismo, lo cual es fundamental para incrementar su competitividad.

## **2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES**

### **2.2.1. COMPETITIVIDAD**

#### **2.2.1.1.DEFINICIÓN**

Según Roldán (s.f) La competitividad es la capacidad de una persona o empresa para ampliar sus ventajas competitivas con relación a sus competidores y lograr una posición destacada en el mercado. La competitividad habitualmente se basa en una ventaja competitiva, esto es, una cierta habilidad, recursos, tecnología o atributos que hacen superior al que la posee.

Según, Pérez y Merino (2014) La competitividad significa “cualidad relativa a luchar para lograr un objetivo”. Además, se denomina competitividad a la facultad de competir, es decir, disputar el dominio de algo para quedarse con aquello que otros también intentan conseguir. Así mismo, entre los más importantes está el nivel salarios, precios de los insumos, la relación entre la calidad y el costo del producto.

Según, Rodríguez (2015) Cuando aludimos competitividad, nos estamos refiriendo a la mejora de la capacidad de competir para buscar un logro con fin

determinado. Esta rivalidad, hablando de empresas, involucrará una competencia dentro de sectores o mercados determinados, ofreciendo o demandando algún(os) producto(s) o servicio(s). Así mismo, el concepto ha ido avanzando en el tiempo y en la actualidad está unido con la productividad, es decir, con la capacidad de las empresas, para beneficiar de la mejor manera posible los recursos que tienen para producir y ofrecer bienes o servicios en mejores condiciones de costo, calidad y precios de lo que otros podrían hacerlo.

#### **2.2.1.2. CARACTERÍSTICAS**

Vergara (2009), sostiene que la sobrevivencia de las organizaciones, en un ambiente de vertiginosos y continuos cambios, depende de su capacidad de poder adaptarse; la destreza que utiliza para enfrentar la extensión y la intensidad de las diversas competencias radica en su competitividad; por ello es importante porque:

- ✦ Si se logra el éxito, es obligatorio ser perseverante y mantenerse en adaptación frente a los cambios variables del medio, para así convertir la competitividad organizacional, empresarial y profesional, en los diferentes criterios de la economía por excelencia para evaluar y orientar el desempeño.

- ✦ Brinda habilidad profesional a la empresa para posicionarse y desenvolverse en el mercado manteniendo a lo largo del tiempo su crecimiento permanente.
- ✦ Para poder mantener una ventaja competitiva, y solucionar de manera eficiente los desafíos del mercado, se debe incorporar conocimientos a la organización mediante la creciente innovación.
- ✦ Perfecciona la administración y sirve como soporte y motivación para los expertos y dueños de los negocios a fin de poder mantenerse siempre competitivos.
- ✦ Por todas estas razones es que se debe tener en cuenta, para poder lograr el éxito en el mercado competitivo del hoy en día. Es por eso que los expertos y las empresas están inmersos en definir las estrategias incorporándolas como un causal administrativo que avale su realización.
- ✦ Es de vital importancia entonces, implementar un diseño que permita un adecuado uso sistemático de la gestión que permita el desarrollo de opciones innovadoras como son negocios mediante Internet.

### **2.2.1.3. TIPOS**

Para definir los tipos de la competitividad que existen en la actualidad, se ha considerado hacer una revisión explorativa acerca de los diferentes enfoques, para ello veremos a continuación los tipos de competitividad que se encuentra en el contorno empresarial:

- **Competitividad Sistémica.**

La competitividad sistémica destaca la importancia de aquellos elementos que determinan el progreso de los métodos económicos, que no están sistemáticamente pactados por los guías convencionales de la economía tanto macro y micro, este tipo de competitividad involucra a varios actores del mercado que logran ser beneficiados a nivel mundial, no solo se centra en la eficacia de las organizaciones.

- **Competitividad Dinámica /Estática.**

La competitividad estática es la competencia de los precios, la dinámica se centra en la innovación, veamos detalladamente:

Competitividad estática. Este tipo de competitividad no hace que la empresa prospere, ya que hoy no es útil porque en época donde la oferta es igual a la demanda muchas veces la supera al ser invertidos en activos que son fijos y se transforma en obsoletos.

Competitividad dinámica. Aquí tiene que ver mucho el marketing ya que es determinante y todos los esfuerzos deben estar enfocados para mejorar y evaluar los servicios que se brinda a los clientes en todos los aspectos y recursos.

- **Competitividad falsa y la competitividad auténtica.**

La competitividad falsa. Utiliza los recursos naturales y se determina los costos sobre las retribuciones y la retribución laborales por lo que su

recorrido en el tiempo es muy finito, de competitividad auténtica es de carácter ordenado y que cuenta con el progreso y avances de la tecnología, el apoyo es a nivel organizacional.

## **2.2.2. CAPACITACIÓN**

### **2.2.2.1. DEFINICIÓN**

Para Barrios (2012). En nuestra realidad las capacitaciones dentro de la empresa ó organización son de suma importancia porque contribuye al desarrollo del individuo tanto en lo personal como profesional, de acuerdo a ello las entidades están en la obligación de buscar estrategias que den a su personal las habilidades, conocimientos y aptitudes que se necesitan para lograr un buen desempeño insuperable. En la capacitación se diseñan programas para traspasar información enlazada a las actividades de la empresa, en tanto el personal de la empresa tiene la oportunidad de aprender muchas cosas nuevas como es relacionarse con otras personas, actualizar sus conocimientos, quiere decir que pueden satisfacer sus necesidades mediante métodos y técnicas nuevas que ayudan a aumentar sus competencias para desempeñarse con éxito en su puesto. Permitiendo a su vez a las organizaciones alcanzar sus metas. Globalmente en muchas empresas hay quienes piensan que la capacitación es como un gasto indebido porque no daría buenos resultados pero al contrario deberían de pensarlo de otra manera que la capacitación es una inversión que beneficiara a todo el personal como a la empresa.

### **2.2.2.2. CARACTERÍSTICAS**

- **Saber escuchar**

Los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto, controvierten con argumentos y aceptan los comentarios y sugieren que se les entregue en un proceso de retroalimentación. A partir de la información recibida construyen nuevas y mejores estrategias para aprovechar las oportunidades de mejora identificadas, lo que les permiten optimizar sus métodos de trabajo, todo en busca de mejorar la productividad y la de su equipo

- **Positivismo**

Los mejores empleados se centran en el positivismo. Aunque no siempre suceden cosas positivas en una empresa, estas personas buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando sea muy negativa, para convertirla en una oportunidad de mejora y no volver a cometer los errores que llevaron a que así fuera. Esta visión de las cosas les ayuda a comprometerse con su trabajo y buscar soluciones en lugar de generar más problemas.

- **Responsabilidad**

Los empleados de alto desempeño tiene claras sus funciones responsabilidades y se hacen cargo de los errores y os aciertos que se cometan durante la ejecución de las tareas que estén a su

cargo. Estas personas no buscan excusas, cumplen con los tiempos de entrega de sus proyectos, no se comprometen con fechas imposibles y si no pueden terminar a tiempo, lo comunican a su superior para explicar las razones y establecer una nueva fecha.

- **Desafíos**

Los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos a asumir nuevos desafíos, tareas difíciles de las que otras personas de la empresa huyen. Eran listos para resolver problemas, crean nuevas estrategias para cambiar la dirección equivocada, evitar errores y enfocarse en lo verdaderamente importante y no únicamente urgente.

### **2.2.2.3. PRINCIPIOS DE LA CAPACITACIÓN**

- **SABER ESCUCHAR:** Para Gema Sánchez (s.f) *Saber escuchar es un proceso fundamental para una comunicación eficaz*. Sin embargo, pocas son las personas que saben escuchar de verdad. No prestan atención, aunque sí lo simulan y esto provoca diferentes conflictos que afectan a la relación con las demás personas.
- **POSITIVISMO:** Seguidamente Florencia Ucha (s.f.) Por un lado, el positivismo resulta ser aquella tendencia, casi podría decirse innata, que presentamos los seres humanos de buscar aquellas cosas que resultan hacer nuestras actividades, cualesquiera sean, más prácticas, cómodas y

útiles.

- **DESAFIOS:** Julián Pérez y Ana Gerday (2009) Desafío es la acción y efecto de desafiar, una verbo que hace referencia a competir, retar o provocar a alguien. Un desafío puede ser, por lo tanto, una competencia donde una rivalidad queda en manifiesto.
- **APRENDIZAJE:** El sitio web Definista (s.f.) El Aprendizaje es la adquisición de nuevas conductas de un ser vivo a partir de experiencias previas, con el fin de conseguir una mejor adaptación al medio físico y social en el que se desenvuelve. Algunos lo conciben como un cambio relativamente permanente de la conducta, que tiene lugar como resultado de la práctica
- **SEGURIDAD:** En el sitio web INSPQ (s.f.) La seguridad es un estado en el cual los peligros y las condiciones que pueden provocar daños de tipo físico, psicológico o material son controlados para preservar la salud y el bienestar de los individuos y de la comunidad. Es una fuente indispensable de la vida cotidiana, que permite al individuo y a la comunidad realizar sus aspiraciones.
- **TRABAJO DE CAMPO:** Según la fuente Mailxmail,com (s.f.) El trabajo de campo es el conjunto de acciones encaminadas a obtener en forma directa datos de las fuentes primarias de información, es decir, de las personas y en el lugar y tiempo en que se suscita el conjunto de hechos o acontecimientos de interés para la investigación.

- **SUPERVISIÓN:** Para finalizar Phil Barthle (2007) La supervisión es la observación regular y el registro de las actividades que se llevan a cabo en un proyecto o programa. Es un proceso de recogida rutinaria de información sobre todos los aspectos del proyecto. Supervisar es controlar qué tal progresan las actividades del proyecto. Es observación, observación sistemática e intencionada.

### **2.3. MYPES**

El Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente” ¿Qué cambios nos trae esta Ley a las micro y pequeños empresas? Se cambian los criterios de clasificación para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la siguiente manera: Las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) pueden acogerse al Nuevo RUS “Decreto Legislativo 937, Ley del Nuevo Régimen Único Simplificado” siempre que

cumplan los requisitos establecidos por dicha norma; Se transferirá la administración del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) pasando del Ministerio de Trabajo (MINTRA) a la SUNAT Las microempresas que se inscriban en el REMYPE gozarán de amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción. Las empresas que se acogieron al régimen de la microempresa establecido en el D. Leg. N° 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, gozan de un tratamiento especial en materia de inspección del trabajo por el plazo de 03 (tres) años desde el acogimiento al régimen especial, específicamente en relación con las sanciones y fiscalización laboral. Así, ante la verificación de infracciones laborales leves, deberán contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento inspectivo. El régimen laboral especial establecido mediante el D. Leg. N° 1086 es ahora de naturaleza permanente; El régimen laboral especial de la microempresa creado mediante la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se prorrogará por 03 (tres) años. Sin perjuicio de ello, las microempresas, trabajadores y conductores pueden acordar por escrito, durante el tiempo de dicha prórroga, que se acogerán al régimen laboral regulado en el D. Leg. N° 1086. El acuerdo deberá presentarse ante la Autoridad Administrativa dentro de los 30 (treinta) días de suscrito; El TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, a partir de esta norma

se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”; La microempresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 (un) año calendario adicional el mismo régimen laboral; La pequeña empresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1,700 UIT), podrá conservar por 03 (tres) años calendarios adicionales el mismo régimen laboral; Sobre este punto, cabe recordar que en el año 2003 se publicó la Ley N° 28015, Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa. Esta norma estuvo vigente hasta el 30 de setiembre de 2008. A partir del 01 de octubre de 2008 entro en vigencia el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones (recopiladas en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente) son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

### **III. HIPÓTESIS**

Según dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El estudio fue de tipo DESCRIPTIVA, su propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010).

### **4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

La investigación fue de nivel CUANTITATIVO porque confirma la obtención de datos sin manipularlos (Bernal, 2010).

### **4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación es de diseño NO EXPERIMENTAL dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad (Bernal, 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal.

Dónde:

M = Muestra conformada por los propietarios.

O = Observación de las variables: Competitividad y Capacitación.

M            O

M : Muestra

O : Observación de la Muestra.

#### 4.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

*Cuadro 01.* Operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTAS)	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>COMPETITIVIDAD</b>	Según Roldan (s.f). La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con relación a sus competidores y lograr una perspectiva destacable en el mercado.	Se pretende determinar, describir las características de la Competitividad de las MyPes materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Facilidades de pago	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	Nominal
				Precios bajos	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	Nominal
				Incremento de precios	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	Nominal
				Economía del cliente	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	Nominal
				Precios competitivos	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	Nominal
				Clientes satisfechos	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	Nominal
				Promociones	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	Nominal
				Descuentos	¿La empresa le ofrece descuentos?	Nominal
			<b>TIPOS</b>	Compromiso	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	Nominal
				Servicios novedosos	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	Nominal
				Innovación	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	Nominal
				Capacitaciones	¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	Nominal
				Servicio competitivo	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	Nominal
				Adaptación a cambios	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	Nominal
				Eficiencia	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	Nominal

				Calidad de servicio al cliente	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	Nominal
--	--	--	--	--------------------------------	---	---------

43

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>CAPACITACIÓN</b>	Para Barrios (2012). En nuestra realidad las capacitaciones dentro de la empresa ó organización son de suma importancia porque contribuye al desarrollo del individuo tanto en lo personal como profesional, de acuerdo a ello las entidades están en la obligación de buscar estrategias que den a su personal las habilidades, conocimientos y aptitudes que se necesitan para lograr un buen desempeño insuperable.	Se pretende determinar, describir las características de la capacitación   MYPES materia de investigación mediante aplicación de serie de interrogantes indicadores formuladores preguntas.	<b>CARÁCTERÍSTICAS DE CAPACITACIÓN</b>	SABE ESCUCHAR	¿Considera que los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto?	NOMINAL
				POSITIVISMO	¿Considera que los empleados buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando sea muy negativa?	NOMINAL
				RESPONSABILIDAD	¿Considera que los trabajadores de alto desempeño tiene claras sus funciones responsabilidades y se hacen cargo de los errores y aciertos que se cometan durante la ejecución de las tareas ?	NOMINAL
				DESAFIOS	¿Considera que los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos a asumir nuevos desafíos?	NOMINAL
			<b>PRINCIPIOS</b>	APRENDIZAJE	¿Considera que el propietario busca que el personal aprenda cada una de las funciones desarrolladas?	NOMINAL
				SEGURIDAD	¿Considera que el propietario busca que el personal se sienta seguro en su trabajo?	NOMINAL
				TRABAJO DE CAMPO	¿Considera que el propietario aplica el trabajo de campo?	NOMINAL
				SUPERVISIÓN	¿Considera que el propietario supervisa al personal continuamente?	NOMINAL

44

#### 4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

##### **Población.**

**P1:** La población para la variable competitividad se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes de las ocho (08) MYPES.

**P2:** La población para la variable capacitación se considera finita, la misma que está conformada por los trabajadores de las ocho (08) MYPES.

*Cuadro 02.* Población de Investigación.

<b>Ord.</b>	<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>N° DE TRABAJADORES</b>
<b>01</b>	Caballo Rojo	3
<b>02</b>	Mili	5
<b>03</b>	Emanuel	6
<b>04</b>	PubliCenter	4
<b>05</b>	Tito EIRL	8
<b>06</b>	Vargas	9
<b>07</b>	ABC Impresiones	2
<b>08</b>	Bolivar	2
<b>TOTAL</b>		39

**Fuente:** Elaboración propia.

##### **MUESTRA**

Para, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variables competitividad, en este caso se aplicó la fórmula de muestra infinita. (Sampieri, 2010).

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

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z= 1.645)

p = Probabilidad 0.5% q = No probabilidad (donde

Q= 1-P) q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2} \quad n = \frac{(2.706025)}{(0.25)}$$

$$(0.01) \quad n =$$

$$\underline{0.67650625}$$

$$0.01 \quad n =$$

$$67.650625 \quad n =$$

$$68 \text{ clientes.}$$

Según Hernández considera que de acuerdo al instrumento la muestra asciende a 68 clientes quienes serán encuestados para la variable

Competitividad de investigación.

Además, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son finitas, entonces se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variable capacitación, en este caso se aplicó que  $N = 39$ ; por lo tanto para  $N = n$ ; entonces  $n = 39$  trabajadores. (Sampieri, 2010).

#### **4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

##### **Técnicas:**

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los se considera finita, la misma que está conformada por los clientes y trabajadores de las ocho (08) MyPes de las imprentas del distrito de Tumbes, 2018.

**Cuestionarios:** Se hizo uso de un cuestionario para los diferentes clientes que acuden frecuentemente a las diferentes empresas con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar nuestro trabajo de investigación acerca de la competitividad y capacitación.

**Observación Directa:** Se hizo uso de las diferentes guías, en la cual nos permitió conocer las diferentes opiniones acerca de la

competitividad y capacitación del rubro estudiado, y a la vez poder identificar cual es el problema que atraviesan estas empresas en nuestra investigación que vamos a realizar.

**Instrumentos:**

Para García, (2002) El cuestionario vienen a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

**Encuestas:** Se realizó una encuesta a los clientes y trabajadores con el objetivo de poder recaudar las diferentes opiniones acerca de las pollerías, que nos puedan brindar sus conocimientos en relación a la competitividad y capacitación que tienen las empresas.

**4.7. PLAN DE ANÁLISIS**

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables competitividad y capacitación; como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las

frecuencias y porcentajes, las herramientas utilizadas son los diferentes programas como es el Microsoft Office Word, el Microsoft Office Excel, el Power Point y el Turnitin.

#### 4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 03. Matriz de Consistencia.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTOS Y PROCESAMIENTO
¿Cuáles son las características de la Competitividad y Capacitación de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas del distrito Tumbes, 2018?	<p><b>Objetivo General</b> Determinar las características de la Competitividad y Capacitación de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas del distrito Tumbes, 2018.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir las características de la competitividad de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018.</li> <li>• Determinar los tipos de competitividad de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018.</li> <li>• Determinar las características de la capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018.</li> <li>• Determinar los de la capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018.</li> </ul>	<p>Dicho por Fidiás (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.</p>	<p><b>Variable 01:</b> Competitividad.</p> <p><b>Variable 02:</b> Capacitación.</p>	<p><b>Tipo:</b> Descriptiva.</p> <p><b>Nivel:</b> Cuantitativo.</p> <p><b>Diseño:</b> No Experimental de corte transversal.</p>	<p><b>Población:</b> P1: La población para la variable Competitividad se considera infinita. P2: La población para la variable capacitación se considera finita.</p> <p><b>Muestra:</b> Para el estudio se tomará la muestra resultante de 68 clientes y 39 trabajadores.</p>	<p>Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, las herramientas utilizadas son los diferentes programas como es el Microsoft Office Word, el Microsoft Office Excel, el Power Point y el Turnitin.</p>

FUENTE:Elaboración propia.



#### **4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS**

Entendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). Tiene como finalidad demostrar los efectos que produce la propuesta en determinar la caracterización de la competitividad y capacitación en las MyPes del sector servicio rubro imprentas, utilizando el enfoque colaborativo mediante la utilización de cuestionarios y encuestas que nos dan un resultado obtenido que no serán manipulados respetando las opiniones de cada uno de los participantes en el trabajo de investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 01

**Tabla 01:** ¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	48	71%
No	20	29%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 02:** ¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	41	60%
No	27	40%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 03:** ¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	38	56%
No	30	44%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 04:** ¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	45	66%

No	23	34%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

*Tabla 05:* ¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	43	63%
No	25	37%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

*Tabla 06:* ¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	47	69%
No	21	31%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

*Tabla 07:* ¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	41	60%
No	27	40%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

*Tabla 08:* ¿La empresa le ofrece descuentos?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	56	82%
No	12	18%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

### 5.1.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02

**Tabla 09:**¿Es importante el compromiso de los trabajadores?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	51	75%
No	17	25%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 10:**¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	55	81%
No	13	19%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 11:**¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	38	56%
No	30	44%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 12:**¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	40	59%
No	28	41%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 13:** ¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	41	60%
No	27	40%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 14:** ¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	39	57%
No	29	43%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 15:** ¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	41	60%
No	27	40%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

**Tabla 16:** ¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	45	66%
No	23	34%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las imprentas, 2018.

### 5.1.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03

**Tabla 17.** ¿Considera que los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto?

<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	39	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los trabajadores de las imprentas, 2018.

**Tabla 18.** ¿Considera que los empleados buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando sea muy negativa?

<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	39	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los trabajadores de las imprentas, 2018.

**Tabla 19.** ¿Considera que los trabajadores de alto desempeño tiene claras sus funciones responsabilidades y se hacen cargo de los errores y os aciertos que se cometan durante la ejecución de las tareas?

<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	1	3%
No	38	97%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los trabajadores de las imprentas, 2018.

**Tabla 20.** ¿Considera que los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos asumir nuevos desafíos?

<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	39	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta dirigida a los trabajadores de las imprentas, 2018.

#### 5.1.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04

*Tabla 21.* ¿Considera que el propietario busca que el personal aprenda cada una de las funciones desarrolladas?

<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	31	79%
No	8	21%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta dirigida a los trabajadores de las imprentas, 2018.

*Tabla 22.* ¿Considera que el propietario busca que el personal se sienta seguro en su trabajo?

<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	4	10%
No	35	90%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta dirigida a los trabajadores de las imprentas, 2018.

*Tabla 23.* ¿Considera que el propietario aplica el trabajo de campo?

<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	0	0%
No	39	100%

<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------	-------------

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los trabajadores de las imprentas, 2018.

**Tabla 24.** ¿Considera que el propietario supervisa al personal continuamente?

<b>OPCIÓN DE RESPUESTA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Si	39	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los trabajadores de las imprentas, 2018.

## **5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **5.2.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 01**

En la Tabla 01 se aprecia que la dimensión de características de la competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 71% (48 encuestados) consideran que la empresa brinda facilidades de pago y el 29% (20 encuestados) consideran que la empresa no brinda facilidades de pago.

En la Tabla 02 se aprecia que la dimensión de características de la competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 60% (41 encuestados) consideran que al disminuir los precios la empresa aumentaría su competencia y el 40% (27 encuestados) consideran que la empresa no aumentaría su competencia al disminuir los precios.

En la Tabla 03 se aprecia que la dimensión de características de la competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 56% (38 encuestados) consideran que al incrementar los precios

afectaría a la empresa y el 44% (30 encuestados) consideran que al incrementar los precios no afectarían a la empresa.

En la Tabla 04 se aprecia que la dimensión de características de la competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 66% (45 encuestados) consideran que la economía está al alcance para adquirir un producto y/o servicio y el 34% (23 encuestados) consideran que no tienen suficiente economía para adquirir un producto y/o servicio.

En la Tabla 05 se aprecia que la dimensión de características de la competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 63% (43 encuestados) consideran que la empresa tiene precios competitivos y el 37% (25 encuestados) consideran que la empresa no tiene precios competitivos.

En la Tabla 06 se aprecia que la dimensión de características de la competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 69% (47 encuestados) consideran que se sienten satisfechos con el servicio brindado y el 31% (21 encuestados) consideran que no se sienten satisfechos con el servicio brindado.

En la Tabla 07 se aprecia que la dimensión de características de la competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 60% (41 encuestados) consideran que las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas y el 40% (27 encuestados) consideran que las promociones que brinda la empresa no están bien diversificadas.

En la Tabla 08 se aprecia que la dimensión de características de la competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes),

el 82% (56 encuestados) consideran que la empresa si le ofrece descuentos y el 18% (12 encuestados) consideranla empresa no le ofrece descuentos.

### **5.2.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02**

En la Tabla 09 se aprecia que la dimensión de tipos de competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 75% (51 encuestados) consideran que el compromiso de los trabajadores es importante y el 25% (17 encuestados) consideranno es importante el compromiso de los trabajadores.

En la Tabla 10 se aprecia que la dimensión de tipos de competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 81% (55 encuestados) consideran que la empresa tiene servicios novedoso y el 19% (13 encuestados) consideranque la empresa no cuenta con servicios novedosos.

En la Tabla 11se aprecia que la dimensión de tipos de competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 56% (38 encuestados) consideran que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado y el 44% (30 encuestados) consideran que la empresa no necesita innovarse para mantenerse en el mercado.

En la Tabla 12se aprecia que la dimensión de tipos de competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 59% (40 encuestados) consideran que la empresa capacita a sus trabajadores y el 41% (28 encuestados) consideran que la empresa no capacita a sus trabajadores. En la Tabla 13se aprecia que la dimensión de tipos de competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 60% (41

encuestados) consideran que el servicio que brinda la empresa es competitivo a diferencia de su competencia y el 40% (27 encuestados) consideran que el servicio que brinda la empresa no es competitivo a diferencia de su competencia.

En la Tabla 14 se aprecia que la dimensión de tipos de competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 57% (39 encuestados) consideran que la empresa si se adapta a los cambios del mercado y el 43% (29 encuestados) consideran que la empresa no se adapta a los cambios del mercado.

En la Tabla 15 se aprecia que la dimensión de tipos de competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 60% (41 encuestados) consideran que los trabajadores son eficientes y el 40% (27 encuestados) consideran que los trabajadores no son eficientes.

En la Tabla 16 se aprecia que la dimensión de tipos de competitividad en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), el 66% (45 encuestados) consideran que la calidad de servicio que brinda la empresa es aceptable y el 34% (23 encuestados) consideran que la calidad de servicio que brinda la empresa no es aceptable.

### **5.2.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03**

En la tabla 17 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable capacitación al total de la población 100% (39); el 100% (39) manifiestan que los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto.

En la tabla 18 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable capacitación al total de la población 100% (39); el 100% (39) manifiestan que los empleados buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando sea muy negativa.

En la tabla 19 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable capacitación al total de la población 100% (39); el 3% (1) manifiesta que los trabajadores de alto desempeño tiene claras sus funciones responsabilidades y se hacen cargo de los errores y los aciertos que se cometan durante la ejecución de las tareas y el 97% (38) manifiesta que no, que los trabajadores de alto desempeño no tiene claras sus funciones responsabilidades y no se hacen cargo de los errores y los aciertos que se cometan durante la ejecución de las tareas.

En la tabla 20 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable capacitación al total de la población 100% (39); el 100% (39) manifiestan que los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos asumir nuevos desafíos.

#### **5.2.4. SEGÚNEL OBJETIVO ESPECÍFICO 04**

En la tabla 21 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable capacitación al total de la población 100% (39); el 79% (31) manifiesta que el propietario busca que el personal aprenda cada una de las funciones desarrolladas y el 21% (8) manifiesta que no, que el propietario no busca que el personal aprenda cada una de las funciones desarrolladas.

En la tabla 22 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable capacitación al total de la población 100% (39); el 10% (4) manifiesta que el propietario si busca

que el personal se sienta seguro en su trabajo y el 90% (35) manifiesta que no, que el propietario no busca que el personal se sienta seguro en su trabajo.

En la tabla 23 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable capacitación al total de la población 100% (39); el 100% (39) manifiestan que los propietarios no adiestran en el trabajo de campo.

En la tabla 24 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable capacitación al total de la población 100% (39); el 100% (39) manifiestan que el propietario supervisa al personal continuamente.

## VI. CONCLUSIONES

- Se concluyó respecto al objetivo específico 01, que la dimensión de características de competitividad las empresas brindan facilidades de pago al cliente, además al disminuir el precio la empresa aumentaría su competencia en el mercado pero afectaría a la misma pero gracias a ello el cliente puede adquirir el producto y/o servicio de la empresa lo cual lo hace competente en el mercado, además los clientes se sienten satisfecho con el servicio brindado, las promociones que brinda empresa y los descuentos que ofrece.
- Se concluyó respecto al objetivo específico 02, que la dimensión de tipos de competitividad; el compromiso de los trabajadores es importante, además que la empresa debe de contar con servicios novedosos además de innovar para mantenerse en el mercado, así mismo, se capacita a los trabajadores para que el servicio sea competitivo a diferencia de su competencia y así adaptarse a los cambios del mercado, finalmente gracias a los trabajadores que son eficientes con el servicio que brinda la empresa es aceptable.
- Se concluyó respecto al objetivo específico 03 se describe que las características de capacitación, se considera que los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto, además concluyo que los empleados buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando muy negativa, por último los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos a asumir nuevos desafíos.
- Se concluyó respecto al objetivo específico 04 en donde se determina los principios de la capacitación, que el propietario busca que el personal aprenda

cada una de las funciones desarrolladas, además concluyo que el propietario supervisa al personal continuamente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBAN, PANTA, VelissaDenithStephany (2017) “*Caracterización De La Competitividad Y Marketing En Las MyPe Rubro Pollerías Del Distrito De Tambogrande – Piura, Año 2017*”. (Pág. 119), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.
- CAMPOS, JIBAJA, Carlos Armando (2015) “*Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MyPe Rubro Restaurantes Cevicherías Del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015*”. (Pág. 70 - 71), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.
- CORDOVA, ROMÁN, Cruz María (2018) “*Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MyPes De Servicios Rubro Restaurantes TÁCala - Castilla - Piura, 2018*”. (Pág. 66 - 67), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.
- CORDOVA, VELASQUEZ, MerlyEsmit (2017) “*Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MyPe De Servicio Rubro Restaurantes De La Urb. Los Titanes - Piura, 2017*”. (Pág. 84), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

- CORREA, REYES, Flor Noelia (2018) “*Caracterización De La Capacitación Y La Competitividad En Las MyPe Del Rubro Restaurantes De La Urbanización Santa Ana De Piura, Año 2018*”. (Pág. 77 - 78), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.
- DE LA CRUZ, LÓPEZ, Abel Jesús (2016) “*Caracterización De La Competitividad En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Servicios - Rubro Restaurantes, De La Av. Santa Adela, Del Distrito De Nuevo Imperial, Provincia De Cañete, Departamento De Lima, Período 2015*”. (Pág. 53 - 54), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cañete.
- PEREZ, PORTO, Julián y MERINO, María (2016). Actualizado 2018 “*Definición de Competitividad*”. Definición. De. Recuperado del sitio de internet  
<https://definicion.de/competitividad/>
- PEREZ, RIVERA, Luz Idelia (2017) “*Caracterización De La Competitividad Y Rentabilidad De Las MyPe Rubro Restaurantes Cevicherías De La Urbanización Chira Piura, Año 2016*”. (Pág. 81), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.
- Sánchez Cueva Gema (s.f.) “*Definición de saber escuchar*” Recuperado del sitio web:  
<https://lamenteesmaravillosa.com/saber-escuchar/>

Sánchez Cueva Gema (s.f.) “Definición de saber escuchar” Recuperado del sitio web:  
<https://lamenteesmaravillosa.com/saber-escuchar/>

SANCHEZ, PALACIOS, Leslie Natalie (2017) “Caracterización De La Competitividad Y Calidad Del Servicio De Las MyPes Rubro Hoteles, Distrito Pariñas - Provincia Talara Año 2017”. (Pág. 113 - 114), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Piura.

Vilela Cruz (2016) tesis denominada. “Caracterización de calidad y capacitación de MYPEs en colegios privados, Tumbes del Distrito de Zarumilla, 2016”.  
 Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

**ANEXOS**

**ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
Actividades	2018					
	OCT	DIC				
	21	01	02-07	08	14	15
INICIO DE CLASES	X					
INICIO DE CLASE	X					
PREBANCA		X				
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES			X			
SUSTENTACIÓN				X		
TERMINO DE CLASE					X	
TERMINO DE CLASE						X

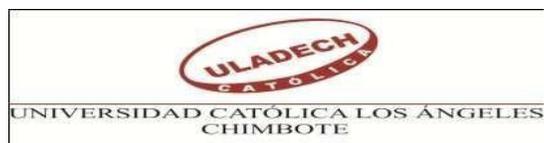
FUENTE: ERP ULADECH – CATÓLICA 2018.

## ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO TOTAL
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	01	Corrector	S/.2.00
	50	Hojas bond	S/.5.00
	02	Lapiceros	S/.3.00
	01	Resaltador	S/.2.00
	01	Engrapador	S/.12.00
		Grapas	S/.3.00
<b>SERVICIOS</b>	10 Horas	Uso de internet	S/.15.00
	03	Refrigerios	S/.12.00
	50	Fotocopias	S/.5.00
	02	Impresión	S/.1.00
<b>TALLER COCURRICULAR</b>	01	Matrícula	S/. 200.00
	02	Pensión	S/.1800.00
<b>MOVILIDAD</b>		Movilidad	S/.20.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/.2080.00</b>

FUENTE: Elaboración propia.

### ANEXO 03: ENCUESTA

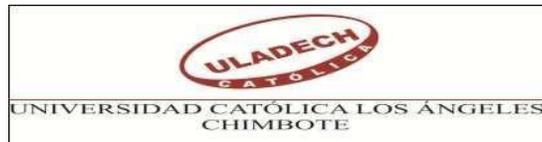


#### **FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Encuesta dirigida a los clientes y trabajadores del distrito de Tumbes, de las MYPES sector servicio. A continuación se formularán una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a las variables de estudio: Competitividad y Capacitación. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

<b>COMPETITIVIDAD</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. ¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?		
2. ¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?		
3. ¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?		
4. ¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?		
5. ¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?		
6. ¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?		
7. ¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?		
8. ¿La empresa le ofrece descuentos?		
9. ¿Es importante el compromiso de los trabajadores?		
10. ¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?		
11. ¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?		
12. ¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?		
13. ¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?		
14. ¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?		

15. ¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?		
16. ¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?		



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

Encuesta dirigida a los clientes y trabajadores del distrito de Tumbes, de las MYPES sector servicio. A continuación se formularan una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a las variables de estudio: Competitividad y Capacitación. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

<b>CAPACITACIÓN</b>		
¿Considera que los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto?		
¿Considera que los empleados buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando sea muy negativa?		
¿Considera que los trabajadores de alto desempeño tiene claras sus funciones responsabilidades y se hacen cargo de los errores y os aciertos que se cometan durante la ejecución de las tareas?		
¿Considera que los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos asumir nuevos desafíos?		
¿Considera que el propietario busca que el personal aprenda cada una de las funciones desarrolladas?		
¿Considera que el propietario busca que el personal se sienta seguro en su trabajo?		
¿Considera que el propietario adiestra en el trabajo de campo?		

¿Considera que el propietario supervisa al personal continuamente?		
--	--	--

**ANEXO 04: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

Yo, *Milagros Machado Pantoja*.....

Identificado con DNI.....*72322792*..... Carnet de Colegio N°.....*10021*.....

Con el grado de: *Licenciado en Administración*

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. GRECIA AURORA FERNÁNDEZ MADRID**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO IMPRENTAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 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 los resultados.

**Tumbes, Noviembre del 2018**

  
Milagros Aurora Machado Pantoja  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD-19821

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO IMPRENTAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2018									
AUTOR: Br. GRECIA AURORA FERNÁNDEZ MADRID									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso adquiscente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018.								
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	/			/		/		/
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	/			/		/		/
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	/			/		/		/
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	/			/		/		/
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	/			/		/		/
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	/			/		/		/
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	/			/		/		/
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	/			/		/		/
10E	Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018.								
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	/			/		/		/
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	/			/		/		/
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	/			/		/		/

  
 Milagros Julissa Pacheco Pinta  
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
 CLAO - 19821

12	¿Cree que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	/		/	/	/
13	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	/		/	/	/
14	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	/		/	/	/
15	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	/		/	/	/
16	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	/		/	/	/
30E	<b>• Determinar las características de la capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas del distrito de Tumbes, 2018</b>					
17	¿Considera que los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto?	/		/	/	/
18	¿Considera que los empleados buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando sea muy negativa?	/		/	/	/
19	¿Considera que los trabajadores de alto desempeño tiene claras sus funciones responsabilidades y se hacen cargo de los errores y los aciertos que se cometen durante la ejecución de las tareas	/		/	/	/
20	¿Considera que los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos asumir nuevos desafíos?	/		/	/	/
40E	<b>• Describir los niveles determinantes de capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas del distrito de Tumbes, 2018</b>					
21	¿Considera que el propietario busca que el personal aprenda cada una de las funciones desarrolladas?	/		/	/	/
22	¿Considera que el propietario busca que el personal se sienta seguro en su trabajo?	/		/	/	/
23	¿Considera que el propietario adiestra en el trabajo de campo?	/		/	/	/
24	¿Considera que el propietario supervisa al personal continuamente?	/		/	/	/

  
 HUGO ALBERTO MORALES  
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
 CLAD - 19821



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

Yo..... José Fernando Roberto Goñon

Identificado con DNI..... 44632438 Carnet de Colegio N°..... 09720

Con el grado de: Magister en Gestión Pública

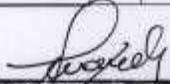
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. GRECIA AURORA FERNÁNDEZ MADRID**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO IMPRENTAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 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 los resultados.

**Tumbes, Noviembre del 2018**

ADM. UC. + Secretario Gen. et.  
10770

**Sello y Firma.**

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO IMPRENTAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2018									
AUTOR: Br. GRECIA AURORA FERNÁNDEZ MADRID									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018.								
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	/		/		/		/	
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	/		/		/		/	
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	/		/		/		/	
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	/		/		/		/	
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	/		/		/		/	
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	/		/		/		/	
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	/		/		/		/	
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	/		/		/		/	
20E	Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018.								
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	/		/		/		/	
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	/		/		/		/	
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	/		/		/		/	

  
 ADM. M.C. José F. Córdova Gómez  
 CLAD Nº 89720





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, SOSA ORELLANA, Cristian

Identificado con DNI. 00373944..... Carnet de Colegio N° 007335.....

Con el grado de Maestría en Finanzas y Licenciado en Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. GRECIA AURORA FERNÁNDEZ MADRID**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO IMPRENTAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 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 los resultados.

Tumbes, Noviembre del 2018



Mag. Lic. **CRISTIAN SOSA ORELLANA**  
ORDENO DE COLEGIATURA 007335  
MAGISTER EN FINANZAS

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO IMPRENTAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2018									
AUTOR: Br. GRECIA AURORA FERNÁNDEZ MADRID									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
<b>10E</b>	<b>Identificar los Precios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018.</b>								
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	/		/		/		/	
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	/		/		/		/	
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	/		/		/		/	
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	/		/		/		/	
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	/		/		/		/	
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	/		/		/		/	
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	/		/		/		/	
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	/		/		/		/	
<b>20E</b>	<b>Conocer los Servicios Competitivos de las MyPes, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018.</b>								
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	/		/		/		/	
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	/		/		/		/	
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	/		/		/		/	

  
 Arnel Dristhan Sosa Orillana  
 CONSEJO DE COORDINACIÓN  
 MAGISTER EN FINANZAS

12	¿Cree que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?	/		/	/	/
13	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	/		/	/	/
14	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	/		/	/	/
15	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	/		/	/	/
16	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	/		/	/	/
30E	<b>* Determinar las características de la capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas del distrito de Tumbes, 2018</b>					
17	¿Considera que los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto?	/		/	/	/
18	¿Considera que los empleados buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando sea muy negativa?	/		/	/	/
19	¿Considera que los trabajadores de alto desempeño tiene claras sus funciones responsabilidades y se hacen cargo de los errores y los aciertos que se cometan durante la ejecución de las tareas	/		/	/	/
20	¿Considera que los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos asumir nuevos desafíos?	/		/	/	/
40E	<b>* Describir los niveles determinantes de capacitación de las MYPES, sector servicio rubro imprentas del distrito de Tumbes, 2018</b>					
21	¿Considera que el propietario busca que el personal aprenda cada una de las funciones desarrolladas?	/		/	/	/
22	¿Considera que el propietario busca que el personal se sienta seguro en su trabajo?	/		/	/	/
23	¿Considera que el propietario adiestra en el trabajo de campo?	/		/	/	/
24	¿Considera que el propietario supervisa al personal continuamente?	/		/	/	/

  
**MIRELLA ROSA ORELLANA**  
 NUMERO DE COLEGIATURA 067133  
 ABICATED EN FINANZAS

**ANEXO 05: LIBRO DE CÓDIGOS**



N°	ITEM'S		1-68	Total	TOTAL	%	TOTAL%
1	¿Considera usted que la empresa brinda las suficientes facilidades de pago?	SI	48	48	68	70.59	100
		NO	20	20		29.41	
2	¿Cree usted que una ligera disminución de los precios podría aumentar su competencia en el mercado?	SI	41	41	68	60.29	100
		NO	27	27		39.71	
3	¿Cree usted que el incremento de precios afecte a la empresa?	SI	38	38	68	55.88	100
		NO	30	30		44.12	
4	¿Cree usted que la economía del cliente esté al alcance de adquirir dicho servicio y/o productos?	SI	45	45	68	66.18	100
		NO	23	23		33.82	
5	¿Son competitivos los precios que tiene la empresa?	SI	43	43	68	63.24	100
		NO	25	25		36.76	
6	¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por parte de la empresa?	SI	47	47	68	69.12	100
		NO	21	21		30.88	
7	¿Las promociones que brinda la empresa están bien diversificadas?	SI	41	41	68	60.29	100
		NO	27	27		39.71	
8	¿La empresa le ofrece descuentos?	SI	56	56	68	82.35	100
		NO	12	12		17.65	
9	¿Es importante el compromiso de los trabajadores?	SI	51	51	68	75.00	100
		NO	17	17		25.00	
10	¿La empresa brinda servicios novedosos como el Wi-Fi?	SI	55	55	68	80.88	100
		NO	13	13		19.12	
11	¿Usted cree que la empresa necesita innovarse para mantenerse en el mercado?	SI	38	38	68	55.88	100
		NO	30	30		44.12	
12		SI	40	40	68	58.82	100
		NO	28	28		41.18	

	¿Cree usted que la empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores?						
13	¿Es competitivo el servicio que brinda la empresa a diferencia de su competencia?	SI	41	41	68	60.29	100
		NO	27	27		39.71	
14	¿Considera que la empresa se adapta a los cambios del mercado?	SI	39	39	68	57.35	100
		NO	29	29		42.65	
15	¿Los trabajadores de la empresa son eficientes?	SI	41	41	68	60.29	100
		NO	27	27		39.71	
16	¿La calidad de servicio que ofrece la empresa es aceptable?	SI	45	45	68	66.18	100
		NO	23	23		33.82	

9	¿Considera que los empleados de alto desempeño escuchan a sus colegas, jefes y colaboradores con atención y respeto?	SI	39	39	39	100	100
		NO	0	0		0	
10	¿Considera que los empleados buscan identificar el lado bueno de cada situación aun cuando sea muy negativa?	SI	39	39	39	100	100
		NO	0	0		0	
11	¿Considera que los trabajadores de alto desempeño tiene claras sus funciones responsabilidades y se hacen cargo de los errores y os aciertos que se cometan durante la ejecución de las tareas ?	SI	1	1	39	2.564102564	100
		NO	38	38		97.43589744	
12	¿Considera que los empleados de gran rendimiento están siempre dispuestos asumir nuevos desafíos?	SI	39	39	39	100	100
		NO	0	0		0	
13	¿Considera que el propietario busca que el personal aprenda cada una de las funciones desarrolladas?	SI	31	31	39	79.48717949	100
		NO	8	8		20.51282051	
14	¿Considera que el propietario busca que el personal se sienta seguro en su trabajo?	SI	4	4	39	10.25641026	100
		NO	35	35		89.74358974	
15	¿Considera que el propietario adiestra en el trabajo de campo?	SI	0	0	39	0	100
		NO	39	39		100	

16	¿Considera que el propietario supervisa al personal continuamente?	SI	39	39	39	100	100
		NO	0	0		0	

## ANEXO 06: FOTOGRAFÍAS





## ANEXO 07: TURNITIN

