



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TÍTULO:

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA
CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO RUBRO COMPRA Y VENTA DE CACAO
EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO
2016.**

**INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO.**

AUTOR:

BR. JOSUE ADU CORDOVA RAMIREZ

ASESOR:

CPC. CONSTANTINO ANANIAS CORICORNE

TINGO MARÍA – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

MGTR. EUSTAQUIO AGAPITO MELÉNDEZ PEREIRA
PRESIDENTE

DR. LOO AYNE ENRIQUE
SECRETARIO

MGTR. ERLINDA ROSARIO RODRÍGUEZ CRIBILLEROS
MIEMBRO

DEDICATORIA

A Dios por cambiar mi vida y mi corazón, por ser mi guía, mi proveedor, mi fortaleza en tiempos de angustia, por su fidelidad y su inmenso amor que nos da cada día; y a Jesucristo por ser mi amigo, mi hermano, mi inspiración y mi modelo a seguir.

Mis padres por darme la vida, por su apoyo en todo momento, por haberme inculcado principios y valores. A mis hermanos por todo el recuerdo y presente.

A mis amigos que han estado más cerca de mí en estos años de universidad, apoyándome y haciéndome pasar momentos inolvidables.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar satisfactoriamente este trabajo de investigación. A mis padres porque gracias a su incondicional apoyo he llegado a alcanzar una de mis metas.

Asimismo, agradecer a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por darme la oportunidad de realizarme profesionalmente.

A mis amigos y a todas las personas que de una y otra manera me han ayudado desinteresadamente.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro Compra y Venta de Cacao en la Provincia de Leoncio Prado. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 12 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios, el 67 % de los representantes de las MYPE tienen entre 45 a 64 años de edad. El 75 % de los representantes de la MYPE son de género masculino. El 58 % de los representantes de las MYPE tienen grado de instrucción primaria. Respecto al perfil de la MYPE, el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años en este rubro comercial. Respecto al Financiamiento el 67% su financiamiento es ajeno, El 100 % obtuvieron créditos comerciales, el 92 % precisa que solicitaron crédito a cajas Municipales. Respecto a la Capacitación de las MYPE, el 83% de los representantes legales de la MYPE precisa No haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, Respecto a la Rentabilidad de la MYPE, el 100% Cree que la rentabilidad de su negocio Si ha mejorado por el financiamiento recibido y el 100% si Cree que la capacitación recibida es una inversión. En conclusión las MYPE de este sector la mayoría están trabajando con entidades financieras conocidas como cajas municipales y requieren capacitación al recibir algún fondo financiero crediticio, necesitan invertir más en la capacitación para aumentar su rentabilidad.

Palabras clave: Financiamiento, capacitación, rentabilidad, MYPE

ABSTRACT

The present research had as general objective, to describe the main characteristics of financing, training and profitability of MSEs trade sector category Buy and Sell Cacao in the Province of Leoncio Prado. The research was descriptive, to carry out a population sample of 12 micro-enterprises, who were applied a questionnaire of 18 questions, using the technique of the survey, the following results were chosen: Regarding entrepreneurs, 67% of representatives of MSEs are between 45-64 years of age. 75% of the representatives of the MSEs are male. 58% of the representatives of MSEs have grade instruction. Regarding the profile of the MSE, 100% of the representatives of the MSEs have more than three years in this business category. Regarding financing 67% financing is foreign, obtained 100% commercial loans, 92% credit states that requested Municipal boxes. Regarding the training of MSEs, 83% of the legal representatives of the MSE accurate Not having received prior training before granting credit, regarding the profitability of MSEs, 100% think the profitability of your business If you have enhanced by the funding received and 100% if you think that the training received is an investment. In conclusion this sector MSEs are working with most known as municipal savings and require training to receive some credit financial fund financial institutions, need to invest more in training to increase their profitability.

Keywords: Financing, training, profitability, MSEs

Índice del Contenido

Título de la Investigación.....	i
Hoja Firma de Jurados.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice del Contenido	vii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Gráficos.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	6
2.1. Antecedentes de la investigación	6
2.2. Bases teóricas de la investigación	12
2.2.1. Financiamiento	12
2.2.2. Capacitación	16
2.2.3. Rentabilidad	32
2.2.4. MYPE	34
2.3. Marco Conceptual	38
III. METODOLOGÍA	46
3.1. Diseño de la Investigación	46
3.2. Población y Muestra.....	47
3.2.1. Área Geográfica del Estudio.....	47
3.2.2. Criterios de Inclusión.....	48

3.2.3. Criterios de Exclusión.....	49
3.2.4. Definición y Operacionalidad de variables.....	49
3.3. Técnicas e Instrumentos.....	52
3.4. Plan de Análisis de Datos.....	52
3.5. Matriz de consistencia.....	53
IV: RESULTADOS.....	54
4.1. Resultados.....	54
4.2. Análisis de Resultados.....	72
V. CONCLUSIONES.....	76
Referencias Bibliográficas.....	77
ANEXO.....	86
Carta de Presentación.....	87
Cuestionario de Encuesta.....	88
Cronograma de Actividades.....	92
Presupuesto.....	93

Índice de Tablas

Tabla 1. Definición y operacionalización de variables.....	50
Tabla 2. Matriz De Consistencia del Proyecto de Investigación.....	53
Tabla 3. ¿Edad de los representantes legales de la MYPE del sector comercio Rubro compra y venta de cacao?.....	54
Tabla 4. ¿Sexo de los representantes legales de la MYPE del sector comercio Rubro compra y venta de Cacao?.....	55
Tabla 5. ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE del sector comercio Rubro compra y venta de cacao?.....	56
Tabla 6. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?.....	57
Tabla 7. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?.....	58
Tabla 8. ¿El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?.....	59
Tabla 9. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?.....	60
Tabla 10. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE comercio Rubro compra y venta de cacao?.....	61
Tabla 11. ¿Solicitó crédito para su negocio?.....	62
Tabla 12. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?.....	63
Tabla 13. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?.....	64
Tabla 14. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?.....	65
Tabla 15. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?.....	66
Tabla 16. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?.....	67
Tabla 17. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?.....	68
Tabla 18. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?.....	69
Tabla 19. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?.....	70
Tabla 20 ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?.....	71

Índice de Gráficos

Gráfico 1. ¿Edad de los representantes legales de la MYPE del sector comercio Rubro compra y venta de Cacao?.....	54
Gráfico 2. ¿Sexo de los representantes legales de la MYPE del sector comercio Rubro compra y venta de Cacao?.....	55
Gráfico 3. ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE del sector comercio Rubro compra y venta de Cacao?.....	56
Gráfico 4. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?.....	57
Gráfico 5. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?.....	58
Gráfico 6. El personal de su empresa del sector comercio rubro compra y venta de cacao ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?.....	59
Gráfico 7. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó su personal?.....	60
Gráfico 8. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE del sector comercio Rubro compra y venta de Cacao?.....	61
Gráfico 9. ¿Solicitó crédito para su negocio?.....	62
Gráfico 10. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?.....	63
Gráfico 11. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?.....	64
Gráfico 12. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?...	65
Gráfico 13. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?.....	66
Gráfico 14. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?.....	67
Gráfico 15. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?.....	68
Gráfico 16. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?.....	69
Gráfico 17. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?.....	70
Gráfico 18. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?.....	71

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas Empresas (PYME) surgen de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el Estado, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo, y por lo tanto, estas personas guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, y para ello, recurren de diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto emplearse y emplear a sus familiares. (Gilberto , 2009).

En América Latina y el Caribe, las MYPE son los motores del crecimiento económico, por ello, es preocupación de los gobiernos de turno y de la sociedad civil en general, generar los instrumentos adecuados para apoyarlas. Estos instrumentos son fundamentalmente el financiamiento (créditos) y la capacitación empresarial. (Bernilla M. , 2006).

Las MYPE del sector cacaoero es muy competitivo, pues la demanda actual de cacao en grano seco genera que muchos comercializadores ofrezcan un mayor precio por la materia prima para garantizar su volumen de venta. La estrategia de compra garantiza la competitividad, ya que posee una estabilidad en la entrega de la materia prima por parte de los aliados estratégicos. Éstos desarrollarán una tecnificación en sus cultivos con el apoyo de la empresa, con ello se está garantizando el abastecimiento de la masa fresca de cacao de calidad así como los costos adecuados para asegurar la competitividad de la alianza. Reduciéndose al mínimo los costos de cambio de proveedor y la búsqueda de éstos, que satisfagan el volumen y calidad que demanda la empresa. (Gonzales, Maje, Cruz & Rodríguez., 2012).

Según la Organización Mundial del Cacao (ICCO), los proveedores de cacao mundial han incrementado su producción de 3 385 mil t en el 2005 a 3 632 mil t en el 2010, con un crecimiento promedio del 2% en los últimos seis años Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria, Brasil y Camerún agrupan el 90%. Costa de Marfil ha mantenido el liderazgo de la producción entre el 2005 y el 2010, en éste último año abarcó un 38% del total, su alta producción se debe a la superficie cultivada, siendo un país históricamente dedicado al cultivo del cacao. (Food And Agriculture Organization Of The United Nations, 2009)

En el ranking mundial, Perú ocupa el duodécimo puesto con un 0.3% de la producción total y el segundo productor mundial de cacao orgánico, luego de República Dominicana. (PROMPERÚ, 2010)

En el 2009 el rendimiento promedio mundial del cultivo fue de 494.4 kg/ha, Costa de marfil e Indonesia, países líderes en la producción mundial, cuentan con 611.6 y 800 kg/ha, respectivamente. Sin embargo, países como Tailandia y Guatemala logran alcanzar los mayores rendimientos con 2 248.6 y 1 711.1 kg/ha, respectivamente. Esto se debe a que han implementado mejoras tecnológicas en sus cultivos. La fuerte tecnificación del cacao es una gran oportunidad para satisfacer una mayor oferta y aún más si se promueve una mayor superficie sembrada en sus territorios. (MAXIMIXE, 2011)

Existe una gran preocupación mundial por los factores de producción, los cuales distorsionan los márgenes de rentabilidad. Así, la mano de obra en muchos países implica trabajo no remunerado, trabajo infantil e incluso esclavitud; por otro lado, existe un desaprovechamiento de tecnología generada por falta de recursos

financieros, lo cual hace que los productores en promedio no logre reducir sus costos por una mayor productividad. Y si bien no se han precisado costos mundiales promedio de los agricultores, lo que sí se afirma es que los márgenes de ganancia de los productores, aún son muy bajos. (CAPELLE, 2009)

Finalmente, la cosecha principal de cacao en la mayoría de los países se desarrolla entre octubre y marzo, meses en los que existe una gran competencia en el mercado internacional y la cosecha secundaria se desarrolla en los meses de abril a setiembre. Es en este período, que pocos países de Latinoamérica tienen su oferta principal. Perú también se incluye en este grupo, pues su cosecha principal es de abril a julio.

En los últimos años en la provincia de Leoncio Prado se ha visto que las MYPE del sector comercio rubro Compra y venta de cacao están comenzando a tener una amplia aceptación en el ámbito comercial por parte de los pobladores agricultores cacaoteros de la provincia. Por otra parte, nos parece muy limitada la buena utilización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE en el sector comercio rubro compra y venta de cacao, por tal motivo se profundizará en estos conceptos, ya que sobre dichos pilares se centrará el trabajo de investigación planteándonos el siguiente enunciado:

¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro Compra y Venta de Cacao en la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2016?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente **objetivo general**:
Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la

rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y Venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes **objetivos específicos**: Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes legales en las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado. Determinar las principales características de las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado, Determinar las principales características del financiamiento de las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado. Determinar las principales características de la capacitación de las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado. Determinar las principales características de la rentabilidad de las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado.

Finalmente el desarrollo del presente trabajo se justifica en el sentido que se necesita complementar la formación de los propietarios o gerentes encargados de la dirección de las MYPE de la provincia de Leoncio Prado, ya que la comercialización y la producción de cacao en el Perú es uno de los aspectos más importantes que tiene la economía del País, y muy especialmente en la provincia de Leoncio Prado, donde hay MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao que vienen desempeñando esa actividad y generando una fuente de trabajo y desarrollo, con este trabajo de investigación se lograra conocer claramente las características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao ya que estas no solamente generan su

propios ingresos, si no también generan ingresos para las familias que viven del cultivo del cacao, mejorando la situación económica, mejorando la condición de vida, generando mayores fuentes de trabajo para la población y efectos multiplicadores. Finalmente, el trabajo servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores, ya sean de comercio o de servicio, de la provincia de Leoncio Prado y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

I. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes de la Investigación

Ramírez, Badii & Abreu (2008), realizó la investigación titulada “El impacto de la capacitación del personal: Caso empresa manufacturera de tubos.” Utilizaron una metodología no experimental, con una muestra poblacional de 10 personas de área operativa, 2 personas de cada nivel (5 niveles) y 10 personas del área administrativa (2 Directores, 2 Gerentes, 2 Jefes, 2 supervisores y 2 auxiliares) en el Estado de Nuevo León –México. Llegando a las siguientes conclusiones: De acuerdo a los estudios, los encuestados manifestaron en estar de acuerdo que la productividad está relacionada con la capacitación. Por otra parte según los resultados obtenidos el 15% está completamente de acuerdo, el 70% está de acuerdo y solo un 15% no está de acuerdo ni en desacuerdo, Los encuestados manifestaron que están completamente en desacuerdo ya que no existen estrategias de capacitación por nivel jerárquico, Los resultados obtenidos de las encuestas el 5% está completamente de acuerdo, el 20% está de acuerdo, el 15% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 50% está completamente en desacuerdo y un 10% está de acuerdo Programas de capacitación y necesidades de adiestramiento, Los encuestados manifestaron estar completamente en desacuerdo al mencionar que no son revisados ya que solo cumplen como requisito de la Secretaria del Trabajo, Los resultados obtenidos 5% completamente de acuerdo, 15% de acuerdo, 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 35% completamente en desacuerdo y 20% en desacuerdo Relación de capacitación actual vs motivación del personal, Los encuestados manifestaron estar completamente en desacuerdo al mencionar que no se tiene capacitación alguna en el área administrativa y en la operativa no se evalúan las necesidades de capacitación, Los

resultados obtenidos 20% completamente de acuerdo, 20% de acuerdo, 30% ni de acuerdo ni en desacuerdo, y 30% completamente en desacuerdo.

Ortiz, R.(2003), realizó la investigación Titulada “Alternativas de financiamiento para las MYPE: el caso de Huajuapán de León y Chilapa de Díaz, Oaxaca” , en su investigación utilizó la metodología Descriptiva, con una muestra poblacional conformada por 144 Empresas de la ciudad de Huajuapán y de Chilapa en México de los sectores industrial y de servicios, logrando llegar a las siguientes conclusiones: Las empresas de Huajuapán y Chilapa son importantes en la medida en que éstas contribuyen a elevar el nivel de bienestar de los habitantes de la región, puesto que al generar empleos y remunerar a los empleados por su trabajo contribuyen a reactivar la economía. La economía de estas poblaciones se fundamenta en micro y pequeñas empresas, donde la mayoría pertenece al sector servicios y una minoría al sector industrial. La falta de financiamiento es una limitante que tienen que superar para poder realizar inversiones productivas. Generalmente, las MYPE requieren financiamiento para llevar a cabo inversiones en capital de trabajo (materia prima, materiales auxiliares, etc.) y activos fijos (maquinaria, herramientas, tecnología e infraestructura). La carencia de financiamiento se debe en parte a que su administración es empírica y su organización es informal, por lo anterior, no tienen la capacidad de reunir y elaborar los requerimientos exigidos (estados de situación financiera) para calificar para un crédito, asimismo porque carecen de garantías hipotecarias, y esto asociado a que no tienen una visión ni conocen de cerca los esquemas de financiamiento de la banca comercial, banca de desarrollo y de algunas otras instituciones que pueden apoyarlas. Por tanto, no han tenido la oportunidad de contar con apoyos crediticios que estén a su alcance.

Alvines, E. (2013), realizó la investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro exportación de cacao de la ciudad de Tumbes periodo 2012.” Utilizo una metodología de investigación no experimental – descriptivo y para ello Tomó una muestra poblacional consistente en 14 Micro y Pequeñas Empresas en la ciudad de Tumbes - Perú. Llegando a las siguientes conclusiones: El 86% de los representa legales de las micro y pequeñas empresas son adultos, el 57% son de sexo femenino y el 43% tienen estudios superiores universitarios. 2. El 57% de las micro y pequeñas empresas se dedica al negocio por más de tres años, el 79% se encuentran formalizadas, y el 64% se creó con la finalidad de obtener ganancias. 3. El 71% de las micro y pequeñas empresas del sector financian su actividad con entidades bancarias y no bancarias de la región, el 50% de las micro y pequeñas empresas recibió financiamiento de la Caja de Ahorro y Crédito Sullana, y el 60% de las micro y pequeñas empresas invirtió en capital de trabajo el crédito obtenido. 4. El 50% de los empresarios de las micro y pequeñas empresas manifiestan haber recibido capacitación, el 60% manifestaron que participaron en el curso de Manejo Empresarial y el 71% de los empresarios opinan haber participado en temas de exportación. 5. El 100% de los empresarios de las micro y pequeñas empresas consideran a la capacitación como una inversión, y esto ha ayudado a obtener rentabilidad en su empresa. 6. El 86% de los empresarios de las micro y pequeñas empresas manifiesta que el financiamiento mejoro la rentabilidad, 71% de los empresarios está de acuerdo que la capacitación mejoro la rentabilidad, el 64% de los empresarios opina que si la exportación mejoro la rentabilidad.

Pretell, R. (2014), realizó la investigación de la tesis titulada: “Factibilidad economía y financiamiento de un proyecto de inversión para la producción plantón de cacao criollo en la empresa Productores agropecuarios S.A.C – Amazonas”. La metodología utilizada es no experimental -cuantitativo y transversal - correlacional. Utilizando una muestra poblacional conformada por la Empresa “Productores Agropecuarios S.A.C.” llegando a las siguientes conclusiones: El estudio de la “factibilidad económica y financiera de un proyecto de inversión para la producción de plantón de cacao criollo” es una alternativa más adecuada para dar solución al problema presentado en la empresa Productores Agropecuarios S.A.C. y también brindar facilidad al pequeño y gran empresario amazonense en el problema presentado en la obtención de plantón para la producción de cacao. El estudio de macro y micro localización; ubica la empresa en un lugar estratégico de la Región Amazonas - Distrito de Cajaruro, facilitando así la comercialización y su traslado de los plantones. El proceso productivo de plantón de cacao criollo es simple y demanda poco tiempo de capacitación. Por esto último se puede contar con obreros sin experiencia pero con ganas de crecer con la empresa. Por otro lado el que se requieran de pocos equipos y máquinas para el desarrollo del proyecto genera poca inversión en estos activos. El estudio de mercado, técnico, organizacional, legal, económico y financiero ayudaron a conocer y prevenir anticipadamente los acontecimientos sobre costos, gastos e ingresos del proyecto de inversión. La evaluación económica del proyecto arrojó que el VAN Económico es igual a S/.119,495.67 y que el TIR Económico es de 87.26%; con estas estimaciones se afirma que el proyecto será económicamente factible ya que presenta un VAN mayor a 0 y además, muestra un TIR mayor al COK (28.99%) y al WACC (26%) lo que

confirma su factibilidad. La evaluación financiera del proyecto arrojó que el VAN Financiero es igual a S/. 124,266.34 y que el TIR Financiero es de 131.87%; con estas estimaciones se afirma que el proyecto será financieramente factible ya que presenta un VAN mayor a 0. Por lo antes mencionado se concluye que el proyecto de inversión es factible desde el punto de vista económico, organizacional, y financieramente.

Espinoza, R. (2011), realizó la investigación titulada: “Las Microfinancieras como opción de financiamiento y maximización de la rentabilidad del pequeño productor de arroz de Chepén.”, la metodología de investigación utilizada es Descriptivo – Aplicada. Haciendo uso de una muestra poblacional de un 10% de los productores de arroz de la comisión de regantes de Chepén en la región de la Libertad. Llegando a las siguientes conclusiones: Se ha elaborado un diagnóstico a través de un cuestionario de 6 preguntas donde podemos concluir que un mayor porcentaje de los productores de arroz ha accedido a financiamiento de Microfinancieras. Se concluye que el financiamiento obtenido de una Microfinanciera es barato a comparación de otras opciones y que repercute en las ganancias o rentabilidad del pequeño productor de arroz de la comisión de regantes de Chepén. Además ha logrado demostrar que los préstamos en una Microfinanciera son de fácil acceso y oportunos, siendo esto aprovechados por los productores de arroz para un mejor uso de los recursos. Se concluye también que el pequeño productor de arroz de Chepén al tener una mayor rentabilidad y con un financiamiento barato a podido beneficiarse de esto para crecer y desarrollarse como pequeño empresario.

Asmat, E.(2011), realizó la investigación Titulada “Implicancia Financiera de la Capacitación al personal en la gestión del área de operaciones del Grupo Transpesa”. La metodología utilizada es no experimental, Analítico descriptivo. La muestra poblacional está conformado por las operaciones de la gestión del Grupo Transpesa S.A.C. Llegando a las siguientes conclusiones: La implicancia financiera de la capacitación al personal se manifiesta por el mejoramiento de la gestión del área de operaciones del Grupo Transpesa. Toda vez que la eficiencia, se incrementa debido a la mayor preparación de dicha mano de obra, así como de su eficiencia, expresada en la información económica y financiera de la empresa. La relación entre el aspecto financiero de personal con la gestión del área de operaciones del Grupo Transpesa se da de manera directa porque según las proyecciones obtenidas se puede deducir que a mayor preparación, y por tanto mayores desembolsos en capital humano, existe una mejor gestión en dicha área. Los beneficios de la capacitación al personal en el área de operaciones del Grupo Transpesa están contenidos en: una mejor relación laboral, mayor identificación del área de operaciones con la empresa y un mayor rendimiento que se demuestra en los ratios financieros: índice de liquidez se estima en 0.9707, la rentabilidad neta sobre el patrimonio en 11.13%, la rentabilidad neta sobre los activos a 6.82%, la rentabilidad neta sobre las ventas a 9.71% y el margen comercial a 29.98%, en el incremento del ratio de eficiencia operativa al 2014 y en el aumento de número de viajes realizados. Se ha logrado demostrar la relación entre la capacitación a los trabajadores del área de operaciones y la rentabilidad de la empresa a través de los gastos de capacitación que en sí representan una inversión menor a las utilidades obtenidas en los periodos proyectados del estudio.

Fuentes I. (2014), realizó la investigación titulada: “Plan de capacitación y el desempeño laboral de Personal del proyecto especial chavimochic en el Año 2012” utilizando una metodología de investigación es analítico – sintético, Inductivo - Deductivo . La muestra poblacional está conformada por 129 trabajadores del proyecto especial chavimochic, Llegando a las siguientes conclusiones: La aplicación correcta del Plan de Capacitación en el talento humano del Proyecto Especial CHAVIMOCHIC permitió que los trabajadores presentaran cambios favorables en su rendimiento, mejorando el nivel de desempeño en sus funciones y produciendo una positiva relación de costo / beneficio de su capacitación recibida. La mayoría de los evaluados sin importar al grupo ocupacional al que pertenecen o al nivel dentro de la jerarquía organizacional mostraron un alto dominio en las habilidades técnicas u operativas diarias; pero un nivel bajo en actividades de planificación y dirección de personas. El Proyecto Especial CHAVIMOCHIC como institución pública del Estado peruano a pesar de llevar en marcha el D.L. 1025 (Normas de Capacitación y Rendimiento del Personal) a su personal; aún muestra ciertos favoritismo en grupos ocupacionales. Varios de los programas educativos brindado por el Proyecto a su personal estuvieron dentro del Plan de Capacitación que se desarrolló a mediano y corto plazo; más nunca fueron considerado dentro de un Plan de Evaluación Constante de Actividades.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1. Financiamiento

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno y sirven para complementar los recursos propios (Sánchez, 2002 y Actualidad Empresarial, 2006).

Por otro lado, es el dinero en efectivo que recibimos para hacer frente a una necesidad financiera y que nos comprometemos a pagar en un plazo determinado, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo de nuestra parte garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo (Sosa, 2007).

Es el dinero en efectivo que recibimos para hacer frente a una necesidad financiera y que nos comprometemos a pagar en un plazo determinado, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo de nuestra parte garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo (Pérez & Campillo, 2011).

Finalmente, es el mecanismo que tiene por finalidad, obtener recursos con el menor costo posible y tiene como principal ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a un costo de capital fijo (Ley De Promoción Y Formalización De La MYPE, 2009).

Las instituciones bancarias si representan una opción para apoyar el desarrollo del estado al hacer esfuerzos por captar más empresarios de nivel micro, reduciendo su nivel de montos elegibles para crédito. Por lo tanto, si existe apertura crediticia a la MPYME, puesto que, se nota una fuerte tendencia a considerarlas como una opción

de negocio a corto plazo. La empresa: Conozca las características de las diversas alternativas de financiamiento, puesto que, posibilita la utilización de la banca comercial para financiar la empresa, aumentando las posibilidades de éxito, al contar con recursos frescos tanto para contar con capital de trabajo, como para invertir en infraestructura y equipo. Al conocer las diversas alternativas de financiamiento permite al empresario visualizar, si es o no, prospecto para un crédito, lo que lo orienta en caso de ser necesario a buscar la alternativa que más convenga en relación a la perspectiva de desarrollo y a las necesidades de financiamiento que se presenten. El conocimiento de los requisitos, modalidades, plazo e Intereses, permite al empresario decidir la fuente de financiamiento bancario acorde a sus necesidades y elegir aquella específica que se ajuste a sus posibilidades de pago y nivel de ventas. (Rincón, A. 2004)

Teoría tradicional de la estructura financiera

La teoría tradicional sobre la estructura financiera propone la existencia de una determinada combinación entre recursos propios y ajenos que define la estructura financiera óptima EFO.

Esta teoría puede considerarse intermedia entre la posición “RE” y “RN”. Durand en 1952 publicó un trabajo donde defendió la existencia de una determinada EFO en base a las imperfecciones del mercado. La teoría tradicional no tiene un basamento teórico riguroso, pero ha sido defendida por empresarios y financieros, sin olvidar que la EFO depende de varios factores, como son: el tamaño de la empresa, el sector de la actividad económica y la política financiera de la empresa; el

grado de imperfección del mercado y la coyuntura económica en general. (Alarcón A., 2011)

Teoría de Modigliani y Miller M&M

Los planteamientos anteriores sirvieron de base a Modigliani y Miller para enunciar su teoría sobre la estructura de capital en 1958, los cuales suponen que el costo del capital medio ponderado y el valor de la empresa son totalmente independientes de la composición de la estructura financiera de la empresa; por tanto se contraponen a los tradicionales. MM parten de varios supuestos y argumentan su teoría a través de tres proposiciones.

Proposición I: afirman al respecto: “El valor de la empresa se refleja en la columna izquierda de su balance a través de los activos reales; no por las proporciones de títulos de deuda y capital propio emitidos por la empresa”. Según esta proposición la política de endeudamiento de la empresa no tiene ningún efecto sobre los accionistas, por lo tanto el valor total de mercado y el costo de capital de la empresa son independientes de su estructura financiera. (Brealey y Myers,1993).

Proposición II: “La rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece proporcionalmente al ratio de endeudamiento, expresada en valores de mercados”. Este crecimiento se da siempre que la deuda sea libre de riesgo. Pero, si el apalancamiento aumenta el riesgo de la deuda, los propietarios de ésta demandarán una mayor rentabilidad sobre la deuda. Lo anterior hace que la tasa de crecimiento de la rentabilidad esperada de las acciones disminuya. (Brealey y Myers,1993)

Proposición III: “La tasa de retorno requerida en la evaluación de inversiones es independiente de la forma en que cada empresa esté financiada”. Esta proposición

es un corolario de las dos anteriores. Es decir, cualquier empresa que trate de maximizar la riqueza de sus accionistas habrá de realizar solamente aquellas inversiones cuya tasa interna de rentabilidad sea al menos igual al costo de capital medio ponderado, independientemente del tipo de recurso utilizado en su financiación. (Fernández, 2003).

2.2.2. Capacitación

El mundo empresarial está en constante cambio y por ende también el aspecto laboral. En la actualidad, los cambios tecnológicos y la globalización impulsa a que los empleadores se centren en aprovechar la creatividad y el entusiasmo de sus trabajadores, creando un ambiente organizacional donde prime el trabajo en equipo, la colaboración, la participación y el aprendizaje.

Una empresa que aprende es aquella que se ocupa de crear, modificar, adquirir y transferir conocimiento, y en mejorar conductas para reflejar el nuevo conocimiento.

Una empresa que capacita a su personal estará mejorando su presente y le permite construir un futuro.

La capacitación es el proceso de desarrollar cualidades de los recursos humanos que les permitirá ser más productivos y así aportar al alcance de las metas de las empresas.

Es el conjunto de procesos dirigidos a prolongar y a complementar la generación de nuevos conocimientos para el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad para contribuir al cumplimiento de los objetivos y al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. (Certo, S., 2001).

La capacitación Consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una organización orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador (Davis, 1996)

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. (Helberth, 2006)

La capacitación es la adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo. Es decir, es la preparación teórica que se les da al personal (nivel administrativo) con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia (Sutton, C.,2001).

Cuando en una organización se realiza una evaluación de las necesidades, esto permite detectar los problemas actuales y los desafíos a futuro que esa organización tendrá que enfrentar. Es muy importante realizar una detección de necesidades ya que esto nos proporciona la información necesaria para elaborar o seleccionar los cursos que la empresa requiera. Así mismo se capacita sólo cuando existen razones válidas para impartir la capacitación. Todo esto le genera a la empresa datos esenciales para realizar comparaciones a través del seguimiento (Siliceo, 1992)

El principal enemigo de la capacitación es la obsolescencia, que es la situación de poseer un conocimiento atrasado, inservible; un conocimiento que estrictamente no puede orientarse hacia buenos resultados (Calderón, 1994)

Algunas personas que ya tienen experiencia en algunos campos y que ya han aprendido muchas cosas, tienen costumbres, opiniones, preferencias y actitudes que se han formado a lo largo de los años. Generalmente son conservadores porque ya han encontrado una forma especial de reaccionar y presentan resistencia al cambio, cuando el cambio se les impone, es decir es difícil interesarlos en aprender algo nuevo, si no sienten que esto pueda ayudarlos a resolver problemas en su trabajo o en su vida personal, o bien que les ayude a destacar entre sus compañeros a preguntar; en suma solo les interesa aprender aquello que satisfaga una necesidad personal (Gartner, 1997).

La capacitación es el proceso de enseñanza-aprendizaje orientado a dotar a una persona de conocimientos, desarrollarle habilidades, adecuarle actitudes para que pueda alcanzar los objetivos de un puesto diferente al suyo (Armo, 1979, Pág.2).

La capacitación abarca desde impartir a los empleados destrezas básicas de lectura hasta cursos avanzados en liderazgo ejecutivo (Robbins, 2004, p.493).

La capacitación es en esencia un proceso de aprendizaje. Por tanto para capacitar a los empleados es útil saber algo acerca de cómo aprende la gente La capacitación es toda acción organizada y evaluable que se desarrolla en una empresa para modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal en conductas produciendo un cambio positivo en el desempeño de sus tareas . . . El objeto es perfeccionar al trabajador en su puesto de trabajo (Aquino y otros, 1997).

"La capacitación está orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas

circunstancias internas y externas, Compone uno de los campos más dinámicos de lo que en términos generales se ha llamado, educación no formal." (Blake, O., 2000)

"La capacitación es, potencialmente, un agente de cambio y de productividad en tanto sea capaz de ayudar a la gente a interpretar las necesidades del contexto y a adecuar la cultura, la estructura y la estrategia (en consecuencia el trabajo) a esas necesidades." (Gore, E., 1998)

"El término capacitación se utiliza con frecuencia de manera casual para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros, Se orienta hacia la cuestiones de desempeño de corto plazo." (Bohlander et al, 1999).

"Actividades que enseñan a los empleados la forma de desempeñar su puesto actual." (Davis et al, 1992).

"La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador, La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores." (Siliceo, 1996).

La teoría predominante es la teoría del capital humano, la cual tiene diversas variantes, pero también existen algunos desarrollos interesantes del análisis institucionalista. En lo que sigue revisaremos los principales postulados de cada una de estas teorías. (Chacaltana, J. 2005).

La teoría de las inversiones en capital humano

La teoría dominante en cuanto a inversiones en capacitación de la mano de obra es la teoría del capital humano planteada por Becker (1964). Esta teoría ha evolucionado en el tiempo, pues fue concebida inicialmente para explicar aspectos del ciclo de vida de las personas, pero recientemente tiende a enfocarse en decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas (Leuven, 2001).

En lo básico, esta teoría concibe a la capacitación como una inversión para el empleador y los trabajadores: esta puede incrementar la productividad del trabajo esperada en la firma pero se tiene que incurrir en costos. Es decir, como en toda inversión las inversiones en capital humano producen tasas de retorno, los cuales tienen que ser comparados con sus costos. Estos costos pueden ser costos directos o costos de oportunidad. Los costos directos incluyen gastos en materiales educativos, tutoría, transporte, etc. Los costos de oportunidad incluyen una más baja productividad durante el periodo de entrenamiento, tiempo del capacitado y su supervisor durante el proceso de entrenamiento.

El problema principal analizado en esta teoría se refiere a los derechos de propiedad de los beneficios de la inversión en capacitación. El punto en realidad es bastante simple: si una empresa invierte en maquinaria esta puede ser vendida luego en cualquier momento de manera que parte de esta inversión puede ser recuperada. En el caso del capital humano, en cambio, el empresario no puede “revender” el capital humano para recuperar sus inversiones. Más aun, parte de los beneficios de estas inversiones se quedan con el trabajador y en otros casos, pasan a otros empleadores futuros de esos trabajadores. Este fenómeno, apropiabilidad de los retornos, configura que el problema central de estas inversiones no sólo sea su nivel que tiene que ver

con la eficiencia de la inversión – sino también con los derechos de propiedad, es decir :

¿Quién debe invertir en capacitación de los trabajadores?

Los modelos originales de Becker (1964). En las inversiones en capital humano hay dos períodos bien marcados: aquellas inversiones en educación básica (schooling models) y aquellas que se dan posterior a ellas (post schooling). La capacitación técnica o profesional forma parte de inversiones en educación “post escuela”. (Mincer, 1988)

Asumían condiciones de competencia perfecta para responder a estas preguntas; sin embargo, en tiempos recientes, la constatación de que los mercados son imperfectos, ha llevado a la creación de modelos basados en estas condiciones de competencia (Stevens, 1994).

La teoría estándar: capacitación en condiciones de competencia perfecta

El modelo estándar sobre inversiones en capacitación de la mano de obra, fue propuesto en uno de los trabajos pioneros de Becker (1964). El modelo básico asume que los mercados de trabajo y de bienes finales son competitivos. La idea general del modelo -en el que se comparan los beneficios con los costos de la capacitación. Aquí se grafican ingresos y costos asociados a inversiones en capital humano, a lo largo de la vida, específicamente a partir de cierta edad mínima como los 18 años. Existe un perfil de ingresos, sin capacitación, que se inicia en un nivel bajo, pero que va creciendo a lo largo de la vida gracias a ganancias en experiencia. Este perfil es comparado con otro perfil, el cual tiene un periodo de capacitación, durante el cual los ingresos son negativos (se realiza la inversión).

¿Por qué capacitar?

"En cualquier institución importante, sea empresa, organismo estatal o cualquier otra, la capacitación y desarrollo de su potencial humano es una tarea a la cual los mejores dirigentes han de dedicar enorme tiempo y atención".

Hay muchas razones por las cuales una organización debe capacitar a su personal, pero una de las más importantes es el contexto actual. Y con esto me refiero a que vivimos en un contexto sumamente cambiante. Ante esta circunstancia, el comportamiento se modifica y nos enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo y por eso es debemos estar siempre actualizados.

Por lo tanto las empresas se ven obligadas a encontrar e instrumentar mecanismos que les garanticen resultados exitosos en este dinámico entorno. Ninguna organización puede permanecer tal como está, ni tampoco su recurso máspreciado (su personal) debe quedar rezagado y una de las formas más eficientes para que esto no suceda es capacitando permanentemente.

Las personas son esenciales para las organizaciones y ahora más que nunca, su importancia estratégica está en aumento, ya que todas las organizaciones compiten a través de su personal. El éxito de una organización depende cada vez más del conocimiento, habilidades y destrezas de sus trabajadores. Cuando el talento de los empleados es valioso, raro y difícil de imitar y sobre todo organizado, una empresa puede alcanzar ventajas competitivas que se apoyan en las personas. Por esto la razón fundamental de por qué capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño

óptimo. Porque las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias. Y para esto no existe mejor medio que la capacitación, que también ayuda a alcanzar altos niveles de motivaciones, productividad, integración, compromiso y solidaridad en el personal de la organización. No debemos olvidarnos que otro motivo importante del por qué capacitar al personal, son los retos mencionados anteriormente.

Algunos motivos concretos por los cuales se emprenden programas de capacitación son: incorporación de una tarea, cambio en la forma de realizar una tarea y discrepancia en los resultados esperados de una tarea (esto puede ser atribuido a una falla en los conocimientos o habilidades para ejercer la tarea).

Como así también ingreso de nuevos empleados a la empresa. Capacitación del personal que se encuentra en contacto con el cliente. En este caso y para facilitar la explicación, solo se considerará como personal que se encuentra en contacto con el cliente, a los vendedores. Sin embargo, este análisis es posible extenderlo al resto del personal que interactúa con los clientes de una empresa.

De esta forma intento enfocarme en aquellas personas de una organización que son el punto de contacto con el cliente, lo que constituye el centro de mi análisis. Todo nuevo vendedor por lo general recibe instrucciones en cinco grandes áreas: políticas y prácticas de la empresa, técnicas de venta, conocimiento del producto, características de la industria y de los clientes y tareas no relacionadas con las ventas, como la preparación de informes acerca del mercado. Un buen programa de

capacitación eleva la confianza, mejora la moral, incrementa las ventas y finca mejores relaciones con los clientes.

De todos modos, es muy importante tener en cuenta que la capacitación no es solo para las contrataciones nuevas. Más bien, la capacitación se ofrece a todos los vendedores en un esfuerzo constante para afinar las habilidades de ventas y el establecimiento de relaciones.

En búsqueda de relaciones sólidas entre el vendedor y el cliente, empresas como Toshiba ofrecen programas de capacitación con el objeto de mejorar las habilidades de ventas de asesoría y de escucha, así como para ampliar los conocimientos del producto y de los clientes. Además, los programas de capacitación hacen hincapié en las habilidades interpersonales necesarias para convertirse en la persona de contacto para los clientes. (Abreu & Garza ,2009)

¿Qué es evaluar los programas de capacitación?

Medir el impacto de la capacitación en la empresa es uno de los aspectos más críticos de dicho proceso, le permite a los servicios de capacitación evaluar su tarea para que la organización reconozca su contribución al proyecto empresarial. Además de la función de información a los involucrados de las actividades realizadas, la evaluación sirve también para mejorar las acciones de capacitación, ya que se produce una retroalimentación. "Normalmente, la satisfacción expresada por los participantes inmediatamente después del curso, con la evaluación de reacción, resulta insuficiente y surge la necesidad de realizar una evaluación posterior en el lugar de trabajo para verificar los resultados de la capacitación. Dicha necesidad se completa con la evaluación del aprendizaje y transferencia. Por último se debe

realizar la evaluación de resultados, para demostrar a nivel organizacional dicho impacto." (Pain, 1993).

La evaluación de los cursos de capacitación sirve, entre otras cosas para:

Mejorar diversos aspectos de la acción de capacitación: condiciones materiales, métodos, instructores.

Tomar decisiones sobre la continuidad de la acción: replanteo, mejoras, cancelación.

Involucrar a los tomadores de decisiones dentro de la organización.

Entregar un informe de resultados sobre el servicio.

Planear la capacitación futura.

Definir las competencias adquiridas por los participantes.

Saber si el curso logró los objetivos.

Identificar fuerzas y debilidades en el proceso.

Determinar el costo/ beneficio de un programa.

En el ámbito de la capacitación la evaluación se refiere específicamente al proceso de obtener y medir toda la evidencia acerca de los efectos del entrenamiento y de los procesos tales como identificar necesidades o fijación de objetivos. Esta recolección sistemática y análisis de la información es necesaria para tomar decisiones efectivas relacionadas con la selección, adopción, diseño, modificación y valor de un programa de capacitación. La pregunta acerca de qué evaluar es crucial para la estrategia de evaluación, su respuesta dependerá del tipo de programa de

capacitación, de la organización y de los propósitos de la evaluación. (Abreu & Garza ,2009)

¿Por qué y para qué necesitamos evaluar la capacitación?

Entre otras cosas para justificar la productividad del departamento de capacitación, señalando: en qué medida éste contribuye a los objetivos y metas de la organización; que compruebe el uso racional de los recursos escasos de la empresa; decidir la continuidad o no de dichas acciones; conseguir información sobre cómo mejorar futuras acciones de capacitación; entender que es lo que está pasando dentro de una organización; evaluar el alcance al que este proceso coincide con lo que se esperaba que pasara; indicar que decisiones o acciones necesitan ser tomadas si hay una falta de correlación entre la intención y la realidad. (Abreu & Garza ,2009)

Dos técnicas para determinar los requerimientos de capacitación son el análisis de tareas y el análisis de desempeño.

La primera es el estudio detallado de un puesto para identificar las habilidades requeridas, de tal manera que se podría instituir un programa de capacitación adecuado. Y la segunda es el estudio cuidadoso del desempeño para identificar una deficiencia y posteriormente corregirla con un nuevo equipo, un nuevo empleado, un programa de capacitación o cualquier otro ajuste. (Dessler , 2004, p.241)

El Análisis de tareas es apropiado para determinar las necesidades de capacitación de empleados que son nuevos en sus puestos. Particularmente con los obreros de bajo nivel, es común contratar personal inexperto y capacitarlo. En este punto el objetivo es desarrollar la capacidad y el conocimiento requerido para el desempeño eficiente, y por lo tanto, la capacitación generalmente se basa en análisis de tareas, un estudio

detallado del puesto para determinar las habilidades específicas como soldar o entrevistar. (Dessler, 2004, p.240)

El Análisis de desempeño significa la verificación de que existe una deficiencia importante en el rendimiento y posteriormente determinar si debe rectificarse esa falla mediante la capacitación o algún otro medio. El primer paso para evaluar el desempeño del empleado, es necesario determinar cuál es actualmente el desempeño de la persona y como se desearía que fuera. (Dessler , 2004, p.240)

Capacitación y técnicas de capacitación

Capacitación en el puesto

Capacitación por instrucciones del puesto

Las listas de cada una de las tareas básicas de un puesto junto con punto clave para cada una a fin de proporcionar una capacitación paso por paso en los empleados.

Conferencias Es una manera rápida y sencilla de proporcionar conocimientos y sencilla de proporcionar conocimientos a grupos grandes de personas en capacitación, como cuando hay que enseñar al equipo de ventas las características especiales de algún nuevo producto.

Pueden utilizar materiales impresos como libros y manuales, esto podría representar gastos considerables de impresión y no permite el intercambio de información de las preguntas que surgen durante las conferencia.

Técnicas audiovisuales La presentación de la información a los empleados mediante técnicas audiovisuales como películas, circuito cerrado de televisión, cintas de audio

o de video pueden resultar muy eficaz y en la actualidad estas técnicas se utilizan con mucha frecuencia.

Aprendizaje programado Método sistemático para enseñar habilidades para el puesto, que implica presentar preguntas o hechos y permite que la persona responda, para posteriormente ofrecer al empleado retroalimentación inmediata sobre la precisión de sus respuestas.

Capacitación vestibular por simulacros Es una técnica en la que los empleados aprenden en equipo real o simulado que utilizarán en su puesto, pero en realidad son instruidos fuera del mismo.

La capacitación cultural de carácter sumamente general

Capacitación que se da al obrero: Esto es lo que se conoce como inducción del trabajo, la que sirve para explicar al trabajador que ingresa a la empresa, sus reglas, prestaciones, la que se da sobre seguridad industrial o sobre relaciones humanas.

Capacitación de supervisores: Esta tiene 2 aspectos principales: el técnico o sea la manera concreta como debe hacerse el trabajo que está bajo su vigilancia, y el administrativo, que comprende aspectos tales como saber escoger sus trabajadores y acomodarlos, saber calificar, saber mantener la disciplina, saber resolver las quejas, saber prevenir y corregir defectos.

Capacitación de ejecutivos: Esta suele referirse a cómo prepararlos para ocupar puestos y responsabilidades de mayor categoría, dándoles conocimientos en planeación, organización, control, finanzas, mercados, relaciones humanas, relaciones públicas, etc. (Reyes, 1981, p.107).

Capacitación directa

Clases: Son enseñanzas sistemáticas, dadas por técnicos en la enseñanza, o sea maestros propiamente dichos.

Cursos breves: son los que se hacen en torno a un tema específico dentro de una materia más amplia.

Becas: se comprende fácilmente que cuando una empresa quiere dar capacitación directa, emplea más bien el método de enviar a sus empleados o funcionarios a centros de enseñanza superior especializada en este aspecto.

Cursos por correspondencia: la empresa imparta capacitación a su personal distribuido en varias poblaciones, o bien para que contrate los servicios de instituciones dedicadas a dar este tipo de cursos.

Instrucción programada: Más actual y útil que los cursos por correspondencia, puede ser el método de Instrucción programada, que tanta difusión tiene. Este método consiste en un sistema por el cual, el alumno, después de leer un trozo que le da información suficiente, tiene que responder a preguntas que se le hacen, debiendo cerciorarse posteriormente de si su respuesta fue acertada o no, comparándola con la que encuentre en otra parte. (Reyes, 1981, p.108).

Capacitación indirecta

Mesas redondas: Son quizá el mejor medio para el estudio de problemas prácticos, sobre todo de tipo administrativo, principalmente cuando intervienen funcionarios de alto nivel.

Publicaciones: Las que de modo específico se editan para enseñar una materia determinada, sea en libros, en forma de panfletos, son más bien un medio para ayudar a otro sistema de capacitación directa.

Medios audiovisuales: La utilización de películas, filminas, carteles, por lo plástico de las figuras, pueden ser, a veces, medios de gran valor para inculcar ciertas nociones de las que, de otra manera, sería difícil convencer al personal. (Reyes, 1981, p.112).

Tipos de capacitación

Capacitación para el trabajo Esta va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva función ya sea por ser de nuevo ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma organización.

Capacitación de pre ingreso. Esta capacitación se hace generalmente con fines de selección. Se centra en otorgar al nuevo personal los conocimientos necesarios y desarrollarle las habilidades y destrezas necesarias para el desempeño de las actividades del puesto.

Inducción. Constituye el conjunto de actividades que informa al trabajador sobre la organización, planes y programas para acelerar su integración al puesto.

Capacitación promocional. Constituye las acciones capacitacionales que otorgan al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel de autoridad y remuneración. (Córdova, 1990 p.40)

Productividad

La productividad y la competencia laboral

Para que una organización transite hacia una mayor productividad, necesita integrar a todos los elementos que en su quehacer cotidiano, hacen posible la premisa del "ser mejor" y como consecuencia el "hacer mejor", con ello, vislumbrará un futuro digno que la coloque en una posición competitiva.

Dicha posición debe incluir: mejor servicio, calidad y menores costos, para lograr una producción eficiente y supervivencia en su entorno al ser capaz de adaptarse a él.

Complementando a lo anterior cabe mencionar un reporte especial de la revista Expansión que dice: "... subirse al tren de la productividad significa actualmente desdeñar la coerción administrativa y revalorizar la creatividad y el ingenio: los mitos del conductismo desaparecen ya del entorno laboral, en suma: la clave de la productividad la da hoy en día el humanismo".

Para lograr lo anterior, se han planteado infinidad de maneras de actuar propuestas por diferentes corrientes administrativas, técnicas y humanísticas en diversas épocas y circunstancias, las más de las veces enfatizando el papel de la capacitación y el adiestramiento.

En los inicios de la última década de este siglo, se han desarrollado conceptos que inciden en la capacitación y el mercado laboral, a los que se les ha denominado formación o educación basada en competencias. El concepto de competencia laboral es complejo, inclusive es su intento por definirlo.

2.2.3. Rentabilidad

La rentabilidad, se puede definir que es un ratio económico que compara los beneficios obtenidos en relación con recursos propios de la empresa (Cuesta, P. 2006).

Se considera que una empresa es rentable cuando los resultados que se obtienen en la empresa son superiores a los que se podrían lograr los accionistas si los tuvieran invertido sin riesgo, son superiores a la inflación y permiten cubrir las necesidades básicas de la empresa, así como de sus accionistas. Estos rendimientos deben ser superiores al promedio que un accionista espera obtener de otras inversiones con riesgos similares. (Hitt, Ireland y Hoskisson, 1999).

Es el rendimiento, ganancia que produce una empresa se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia (Borísov, Zhamin y Makáva. ,1965).

Tipos de rentabilidad

Según Sánchez, J. (2002), existen dos tipos de rentabilidad:

La rentabilidad económica

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto

de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio.

$$\text{RE} = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad. (Sánchez, J. 2002).

La rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. Para el cálculo de la rentabilidad financiera, a diferencia de la rentabilidad económica, existen menos divergencias en cuanto a la expresión de cálculo de la misma. La más habitual es la siguiente:

$$\text{RF} = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos Propios a su estado medio}}$$

Como concepto de resultado la expresión más utilizada es la de resultado neto, considerando como tal al resultado del ejercicio. (Sánchez, J. 2002).

2.2.4. MYPE

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Vega, et al., 2010)

El nacimiento de una cultura emprendedora que se caracteriza por “la capacidad de ver oportunidades y aprovecharlas” Permite dar paso a una alternativa correcta de negocio con la finalidad de obtener bienes o prestar servicios, que genere ingresos, para poder solventar gastos tanto personales como familiares; pero sobre todo para fortalecer el ámbito empresarial de un país, es de ahí que diversos autores parten con el significado de una MYPE.

Una MYPE es una pequeña unidad de producción, comercio o prestación de servicios. Representando en el Perú más del 99,3 % del empresariado nacional, generando en un 62% empleos ocupados. Para ser más exacto, según la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley 28015), una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (ProInversión, 2007).

Las MYPE son un importante centro de atención para la economía, que busca responder a muchas necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población, especialmente para el sector financiero, debido a que genera oportunidades de empleo e ingresos a la población y dinamiza la economía local. De acuerdo a las estadísticas de América Latina, las MYPE fluctúan entre el 95% a 98% de la economía constituida por el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPE), contribuyendo al 42% de la producción nacional y al 88% del empleo privado; las MYPE de acuerdo a la experiencia internacional poseen la capacidad de convertirse en el motor del desarrollo empresarial, descentralizado y flexible, teniendo mayor presencia en las actividades de confecciones, artesanía, turismo, establecimiento de salones de belleza y otros. (Regalado, 2006).

Las microempresas, están localizadas en áreas tanto urbanas como rurales, y se caracterizan por ser actividades económicas a pequeña escala que operan en diversos sectores. Su nivel tecnológico generalmente es bajo, y la carencia de recursos no permite muchas inversiones ya que los microempresarios no tienen acceso a recursos financieros porque el sistema bancario formal no los reconoce como sujetos económicos. (Foschiatto & Stumpo, 2006).

Características de las MYPE

Según SUNAT y el Ministerio de Trabajo de acuerdo a las últimas normas legales, las MYPE deben reunir las siguientes características:

El número de trabajadores:

La microempresa tiene de 1 a 10 trabajadores.

La pequeña empresa tiene de 1 hasta 100 trabajadores.

Niveles de ventas anuales:

La microempresa: opera hasta por un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

La pequeña empresa: opera hasta el monto máximo de 1,700 UIT.

Entre las características comerciales y administrativas de las MYPE destacan las siguientes:

Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.

Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.

Tienen escasa especialización en el trabajo.

No suelen utilizar técnicas de gestión.

Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas.

Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.

Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.

Disponen de limitados recursos financieros.

Tienen un acceso reducido a la tecnología.

Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.

Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su

Informalidad. Así también diversos autores destacan que hay elementos característicos exitosos de las MYPE y lo destaca de esta forma la investigación.

Poseen una intuitiva percepción de las necesidades de los clientes, lo que implica que están enfocados en el mercado y, dado su tamaño, tienen flexibilidad para adaptarse a las nuevas circunstancias rápidamente.

Tienen la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, aún de experiencias negativas o limitaciones que les impida continuar con la normalidad.

Destaca su creatividad y desarrollo gradual de habilidades personales que les permite diseñar soluciones de negocios que corresponden a su disponibilidad efectiva de recursos.

Llevan un trabajo duro y persistente, dedicando en muchos casos cerca de 15 horas diarias al negocio y no dejarse vencer por los problemas.

Buscan apoyo de grupos de referencia, especialmente de familiares más cercanos, durante el inicio o las crisis del negocio. (ProInversión, 2007).

Clasificación de MYPE por actividad económica

Las MYPE, desarrollan diversas actividades económicas, de las que obtienen productos, bienes o servicios, con el fin de atender las necesidades de las personas y de la sociedad en general, convirtiéndose en una fuente generadora de ingresos.

Según el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa – CODEMYPE, las actividades económicas detalladas en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) son las actividades aceptadas y definidas por la División de Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas.

2.3. Marco Conceptual

MYPE

La Micro y Pequeña Empresa es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Bernilla, 2011).

Microempresa

Es la unidad económica involucrada en la producción de alimentos, prendas de vestir, monumentos de mármol, muebles de hierro y madera, y construcción de vivienda; servicios y transportes, ya sea que las tareas las realicen en la vivienda o fuera de ella, que cuente con recursos materiales, técnicos, financieros y con hasta treinta o veinte personas ocupadas tratándose de los sectores industrial y de servicios, respectivamente, incluyendo al dueño y al personal remunerado o no remunerado. (García, S., 1998).

Pequeña Empresa

Es la unidad económica involucrada en la producción de alimentos, fabricación de bolsas de polietileno, vinos y licores; servicios y transportes, ya sea que las tareas las realicen en un establecimiento o fuera de él, en el cual el capital es aportado por los dueños con ingresos diferentes al del negocio, atendiendo a un mercado local o regional, que cuenta con recursos materiales, técnicos, financieros y con hasta cien o cincuenta personas ocupadas tratándose de los sectores industrial y de servicios, respectivamente. (García, S., 1998).

Financiamiento

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico. (Espinoza, R., 2011).

Capacitación

Es un método apoyado en programas que se utiliza en todos los niveles de la organización, para ayudar a desarrollar habilidades y así poder realizar sus tareas dentro de la organización (Mendoza, 1982 pág. 65)

Rentabilidad

En la economía, la rentabilidad financiera es considerada como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio. En otras palabras, puede entenderse a la rentabilidad o “returnequity” en inglés (ROE), como el retorno que recibe un accionista en una empresa por participar económicamente de la misma. (Espinoza, R., 2011).

Producto

Un economista define los productos como bienes y servicios. (Juran, 1996).

Cacao:

Es el componente fundamental del chocolate, es un cultivo originario de América. El primer europeo en descubrir los granos de cacao fue Cristóbal Colón, durante su cuarto viaje a nuestro continente, la primera zona productora se encuentra en África, con una participación de 70%, principalmente en África del Oeste, seguida de Asia y finalmente en América Central y Sub América, según la producción anual los ocho países productores en el mundo son: Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Camerún,

Nigeria, Brasil, Ecuador y Malasia. Estos países representan el 95% de la producción mundial. El cacao es y ha sido siempre, parte de la vida cultural de la humanidad; pues ya no queda espacio en el planeta que no haya sido testigo de su existencia.(Alvines,E.,2013).

Comercialización:

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales (Zuñiga, 2011).

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el producto y los mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben existir políticas de comercialización que guiaran las negociaciones. (Ejemplo: Ventas a créditos, Ventas con Descuentos, Políticas de Cobranzas y servicios postventa, etc.) (Pretell, R. ,2014).

Comercio:

Actividad económica por excelencia, que consiste en la adquisición de bienes del sector productivo para su reventa, ha sido considerada el eje fundamental de intermediación entre productores y consumidores de productos intermedios y finales. (Hurtado, Cortes & Holguín, 2010).

Comercio minorista:

Desempeña un papel fundamental en la economía nacional ya que además de la generación de empleo, canaliza la mayor parte los ingresos personales o familiares y responden adecuadamente y oportunamente a las necesidades de consumo en la población. (Hurtado, Cortes & Holguín, 2010).

Alternativas de financiamiento:

Permite al empresario visualizar, si es o no, prospecto para un crédito, lo que lo orienta en caso de ser necesario a buscar la alternativa que más convenga en relación a la perspectiva de desarrollo y a las necesidades de financiamiento que se presenten. (Rincon, T., 2004).

Sistema financiero

Se define como el conjunto de instituciones cuyo objetivo es canalizar el excedente que generan las unidades de gasto con superávit para encauzarlos hacia las unidades que tienen déficit. (Espinoza, R., 2011).

Calidad:

La palabra calidad es amplia pero describe muy bien un conjunto de atributos o propiedades de un objeto o servicio y permite emitir un juicio de valor acerca de él; en este sentido de habla de la nula, poca, buena o excelente calidad de un objeto, por lo que calidad en síntesis, significa excelencia y perfección, ya sea enfocado a un producto o servicio, pero siempre satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes (Pérez, 2011).

Servicio:

Los servicios surgen en el sistema económico, porque satisfacen las necesidades de los clientes, mejor de lo que lo harían ellos solos, ya sean individuos u organizaciones (Vargas, 2007).

Cliente

Manifiesta que En general las personas buscan y se quedan en donde se sienten bien, son aceptadas y les ponen atención, en otras palabras, se sienten felices, ya sea en

una relación personal, de trabajo o comercial. Por otro lado tratarán de alejarse de cualquier situación que les provoque dolor, ya sea falta de respeto y de atención o maltrato. Por desgracia en la mayoría de los casos, nosotros somos quienes alejamos a las personas con nuestras actitudes, mal comportamiento e indiferencia. (Figueroa, 2009)

Servicio al Cliente

El servicio al cliente es definido como “el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo” (Horovitz, 1994).

Satisfacción del cliente

Satisfacción al cliente es el resultado alcanzado cuando las características del producto responden a las necesidades del cliente. Generalmente es sinónimo de satisfacción con el producto. Este es un estímulo de la vendibilidad del producto. (Juran, 1996).

Trabajador solitario

Existen muchos ejemplos de trabajadores que no pueden trabajar muy bien en equipo, pero demuestran unos logros impresionantes bajo la forma de ser respetados por sus colegas y semejantes. Tales personas pueden hacer unas contribuciones fabulosas a la compañía la compañía debe reconocer las contribuciones de tales personas y brindarles ayuda. (Deming, 1989).

Clientes y usuarios

La palabra cliente tiene un atractivo popular, por eso la adoptamos para designar a aquellas personas sobre la que repercuten nuestros procesos y productos incluso aunque no sea compradores En este contexto cliente incluye los espectadores

inocentes, adoptaremos la palabra usuario para designar cualquier persona que realiza acciones positivas con respecto a nuestro producto acciones como posteriores procesos, venta, uso ultimo y así sucesivamente. (Juran, 1988).

Proveedores

Los clientes suministran a sus proveedores las solicitudes, especificaciones retroalimentación sobre el comportamiento del producto y así sucesivamente en cuanto a la comunicación, están invertidos los papeles convencionales, el cliente se convierte en proveedor y el proveedor se convierte en cliente. (Juran, 1988).

Necesidades de los clientes

Los clientes generalmente manifiestan sus necesidades desde un punto de vista y en su propio idioma, especialmente el caso de aquellos clientes externos que son también compradores. Ejemplo es la compra de bienes. Los clientes pueden mostrar sus necesidades en función a los bienes que desean comprar, sin embargo sus necesidades reales son las de servicios que esos bienes pueden suministrar. Dos maneras de ser clientes, Diseñar tareas de manera que, como el tonelero o posadero, una persona que este expuesta a muchas necesidades de los clientes. Establecer un curso de formación que exponga temporalmente a las personas a muchas necesidades más allá de aquellas que son directamente visibles dentro de sus respectivos trabajos. (Juran, 1988).

Satisfacción del usuario

Es el resultado de un servicio de calidad, y que se cumplan con sus expectativas, sin embargo debemos tener en cuenta que para saber cuál es la satisfacción del cliente debemos conocer cuáles son sus expectativas, ya que estas puedan ser altas por su

condición social o bajas debido al acceso limitado que tiene a este servicio y por ello puede sentirse satisfecho con un servicio deficiente.

En estos casos los usuarios cuando acude a un establecimiento de salud, aceptan la atención de salud sin quejarse es decir que están aceptando este tipo de servicio, porque aunque no existan quejas no quiere decir que la atención es buena, sino que las autoridades deben investigar y monitorear el servicio que se brinda en estos centros.

Es por ello que es muy importante dar a conocer a la sociedad con respecto a lo que compone una atención apropiada para que de esta manera favorezca a todos por igual. (Thompson I. , 2005).

Usuario

Es la persona que usa frecuentemente un determinado servicio o un producto. Viene del latín “usuarius”, que quiere decir una persona que utiliza un objeto o a la vez un servicio, ya sea privado o público.

Para el servicio de salud, el usuario es aquella persona que tiene derecho a recibir los servicios de salud ya sean estos privados o públicos, debido algún problema que tenga en su salud. (Prieto, 2010).

Productividad:

El concepto matemático de productividad puede expresarse mediante la relación entre los resultados obtenidos y los medios, inversiones o recursos empleados. La productividad no es algo que depende sólo del empleado, depende de todos los integrantes de la empresa y, en primer lugar, de los directivos. La productividad no

consiste en que el obrero trabaje más horas y a un ritmo más acelerado. En realidad, se obtiene mediante la suma de todas las productividades alcanzadas cuando se administran y potencian acertadamente todos los recursos (Pola, 2009).

III. METODOLOGÍA

Señala que es un instrumento de dirección “guía” con un conjunto de pautas, bajo las cuales se realiza una investigación. En mérito de ello el término diseño de investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. (Hernández, 2003).

Una investigación puede definirse como un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento. (Sabino , 1992).

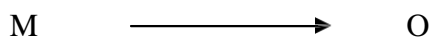
Se define la investigación como una actividad encaminada a la solución de problemas. Su objetivo consiste en hallar respuesta a preguntas mediante el empleo de procesos científicos. (Cervo , 1989).

3.1. Diseño de la investigación.

El diseño metodológico de una investigación está formado por un diseño básico y dentro de él por un conjunto de procedimientos y técnicas específicas consideradas como adecuadas para la recolección y análisis de la información requerida por los objetivos del estudio. Por lo tanto, las características de una investigación dependen del propósito que se pretende alcanzar y estas son determinantes para el nivel de complejidad de la investigación y el tipo de estudio que se intenta desarrollar. (Galan, 2009).

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-descriptivo. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables. Descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.

La investigación se realizará con el diseño descriptivo, con el propósito de describir las variables y ser analizadas con su incidencia en su contexto dado.



Donde decimos que:

M = Muestra conformada por las siguientes MYPE encuestadas.

O = Observaciones de las variables nombradas: financiamiento, capacitación y rentabilidad.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Área geográfica del estudio

La provincia de Leoncio Prado, es una provincia del centro-norte del Perú situada en el norte de la región Huánuco, bajo la administración del Gobierno de Huánuco. Limita por el norte con la región de San Martín; por el este con la región de Ucayali; por el sur con la provincia de Puerto Inca y la provincia de Huánuco; y, al oeste con las provincias de Marañón, Huacaybamba, Huamalíes y Dos de Mayo. La provincia fue creada mediante Ley del 27 de mayo de 1952, en el gobierno del Presidente Manuel A. Odría. La provincia se divide en siete distritos, incluyendo el distrito de Castillo Grande (recientemente distritalizado); Rupa Rupa, José Cresó y Castillo, Mariano Dámaso Beraún, Daniel Alomía Robles, Padre Felipe Luyando y Hermilio Valdizán (Enciclopedia Wikipedia, 2016)

La ciudad de Tingo María es la capital de la provincia de Leoncio Prado, ubicada en la región Huánuco; a 600 msnm; su clima es cálido y húmedo (tropical), su temperatura promedio es de 24°C. Sus principales ríos son el Huallaga y el Monzón. Cuenta con un aproximado de 50,000 habitantes. Es la ciudad más joven de la selva peruana, conocida también como puerta de entrada a la Amazonía Peruana. (Municipalidad provincial de Leoncio Prado, 2016)

Población

Según la información recopilada es de un promedio de 20 MYPE formales dentro del sector Comercio dedicadas al rubro de compra y venta de Cacao en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016.

Muestra

En este estudio de investigación utilizaremos una muestra de 12 MYPE del sector Comercio dedicadas al rubro de compra y venta de Cacao en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016. Con selección sistemática, es decir un subgrupo de la población en el que todos los elementos de esta tienen la misma posibilidad de ser elegidos, o seleccionados al azar.

3.2.2. Criterios de inclusión

Se Tomó en Consideración a Todas MYPE del sector Comercio dedicadas al rubro de compra y venta de Cacao en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016, que cuyos establecimientos comerciales están ubicados en la zona urbana de la provincia de Leoncio Prado.

3.2.3. Criterios de exclusión

No se ha tomado en consideración a las MYPE del sector Comercio dedicadas al rubro de compra y venta de Cacao en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016, que cuyos establecimientos comerciales están ubicados en la zona Rural de la provincia de Leoncio Prado.

3.2.4. Definición y operacionalización de las variables

Definición de variables

Financiamiento:

Es el dinero en efectivo que recibimos para hacer frente a una necesidad financiera y que nos comprometemos a pagar en un plazo determinado, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo de nuestra parte garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo (Pérez & Campillo, 2011).

La Capacitación:

Es el conjunto de procesos dirigidos a prolongar y a complementar la generación de nuevos conocimientos para el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad para contribuir al cumplimiento de los objetivos y al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. (Certo, S., 2001).

Rentabilidad

Es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia (Boríssov, Zhamin & Makáva. ,1965).

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las MYPE	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las MYPE	Edad	Razón: Años
		Sexo	Nominal: Masculino/Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad
Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de las MYPE	Son algunas características de las MYPE	Antigüedad de las MYPE	Razón Un año Dos años Tres años Más de tres años
		Número de trabajadores	Razón: 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?	Razón: Uno Dos Tres Más de cuatro
		Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?	Nominal: Gestión empresarial Manejo eficiente del crédito Gestión Financiera Prestación de mejor servicio al cliente, Otros
Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en las MYPE.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las MYPE.	Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE	Nominal: Propio/ Ajeno
		Solicitó crédito para su negocio	Nominal: Sí / No
		Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo	Normal: Créditos de Consumo Crédito comerciales Crédito hipotecario, otros
		De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito	Normal: Edipyme Confianza, CrediScotia, Bco. Crédito Usureros, cajas municipales
		En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo	Normal: Capital de trabajo Mejoramiento y/o ampliación del local. Activos fijos, Programa de capacitación, Otros.

Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Capacitación en la MYPE.	Son algunas características relacionadas a la Capacitación del personal en las MYPE.	Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito	Nominal: Sí/No
		Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años	Ordinal: Uno, Dos, Tres, Más de tres.
		Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?	Nominal: Inversión del crédito, Inversión del crédito financiero, Manejo empresarial, Administración de recursos humanos, Marketing empresarial, otros.
Variable complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad en las MYPE	Son algunas características relacionadas a la Rentabilidad en las MYPE	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	Nominal: Si/No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento Recibido.	Nominal: Si/No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud.	Nominal: Si/ No
		Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto	Nominal: Si / No

3.3. Técnicas e Instrumentos

La Observación: Para el desarrollo del presente trabajo se hará uso de información primaria como: encuestas, informes orales, y así como información secundaria como: Censos, informes estadísticos, archivos, anuarios, reportes y publicaciones vía Internet y otros documentos que tengan relación con nuestra investigación.

La Entrevista: Se aplica la entrevista preparada con las preguntas respectivas que se formularan a los propietarios y/o representantes de los comercios de compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado.

La Encuesta: Se elaborara el cuestionario en función de las variables de la investigación, con la finalidad de obtener datos positivos que nos servirán como herramienta referencial para la contratación de las hipótesis.

3.4. Plan de Análisis de datos

La ejecución del procesamiento y almacenamiento del análisis de datos se realizó a través del programa informático Microsoft Excel, para la posterior creación de la base de datos, los respectivos gráficos, desarrollando el análisis de los datos obtenidos complementado con el uso de bibliografía, y así generar un mayor sustento a los resultados.

3.5. Matriz de Consistencia

Tabla 2. Matriz de Consistencia de la Investigación.

CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO COMPRA Y VENTA DE CACAO EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.

PROBLEMA			OBJETIVOS	
¿Cuáles son las características del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016?			GENERAL: Determinar las características del financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio	
			ESPECIFICOS: Describir las características del Perfil de los representantes legales de las MYPE; Describir las características de la MYPE en estudio; Describir las características del Financiamiento de las MYPE en estudio; Describir las características de la capacitación de las MYPE en estudio; Describir las características de la rentabilidad de las MYPE en estudio.	
VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
INDEPENDIENTE: Financiamiento de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	Mejoramiento continuo del financiamiento empresarial. Importancia para el país, la inversión de las MYPE.	Nivel de Importancia del financiamiento de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao. en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	NIVEL DE LA INVESTIGACION: La investigación que proponemos es Descriptiva TIPO DE LA INVESTIGACIÓN: Cuantitativa, no experimental.	ENCUESTA: + Cuestionario + Lista de cotejo
INDEPENDIENTE: Capacitación de los representantes de las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	Satisfacción de los Miembros de las MYPE por la generación de alta calidad de preparación de los trabajadores a través de las capacitaciones	Grado de Capacitación del personal del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	UNIVERSO Y MUESTRA: Universo: Microempresas de la provincia de Leoncio Prado Total de Microempresas: 24 unidades Muestra: 12 unidades	EL CUESTIONARIO COMPRENDE LAS SIGUIENTES ÁREAS + Datos de identificación del encuestado + Nombre de la Empresa + Pregunta sobre las veces de capacitación + Pregunta sobre los cursos de capacitación
INDEPENDIENTE Rentabilidad de las MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	Rentabilidad empresarial en la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.	Grado de rentabilidad empresarial del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.	TÉCNICAS UTILIZADAS: +Análisis documental + Aplicación de Encuestas	CUESTIONARIO COMPRENDE LAS SIGUIENTES ÁREAS: + preguntas sobre la rentabilidad
DEPENDIENTE: Desarrollo del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.	Incremento acelerado de Microempresas del sector comercio rubro compra y venta de Cacao	Grado de desarrollo de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de Cacao en la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.	+Análisis documental +Aplicación de cuestionario +Entrevistas con microempresarios	Filmación del Tesista con los microempresarios de la provincia de Leoncio Prado.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

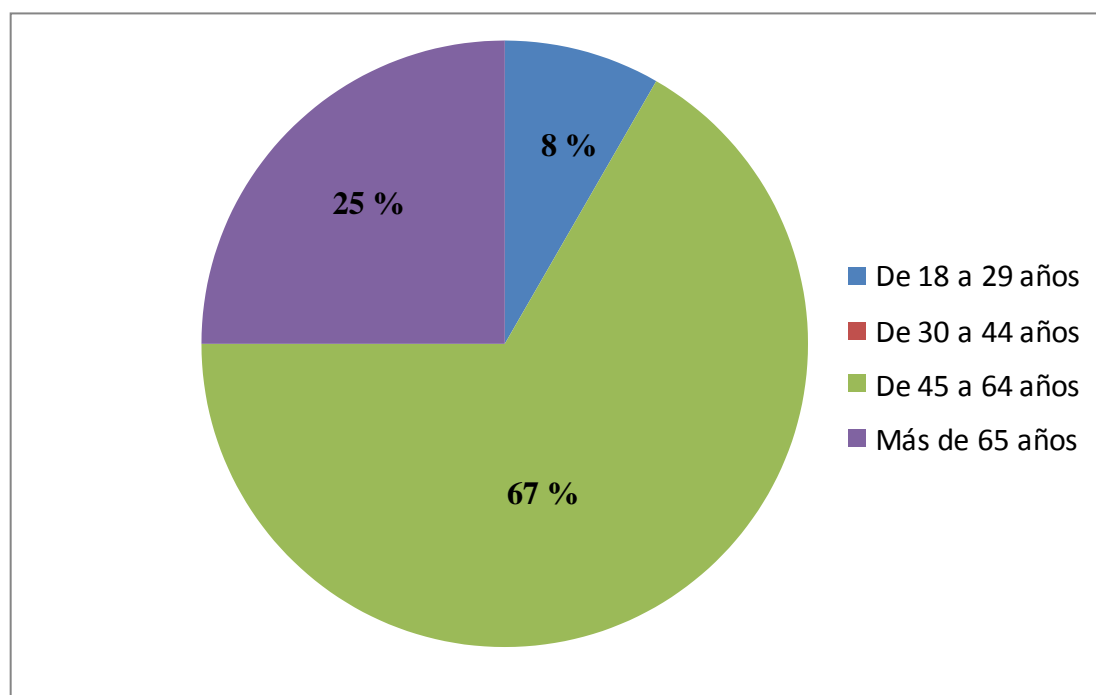
Respecto al Perfil de los empresarios

Tabla 3 . ¿Edad de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado?

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 29 años	1	8.3
De 30 a 44 años	0	0.0
De 45 a 64 años	8	66.7
Más de 65 años	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 1. Edad de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado.



Fuente: Tabla 3

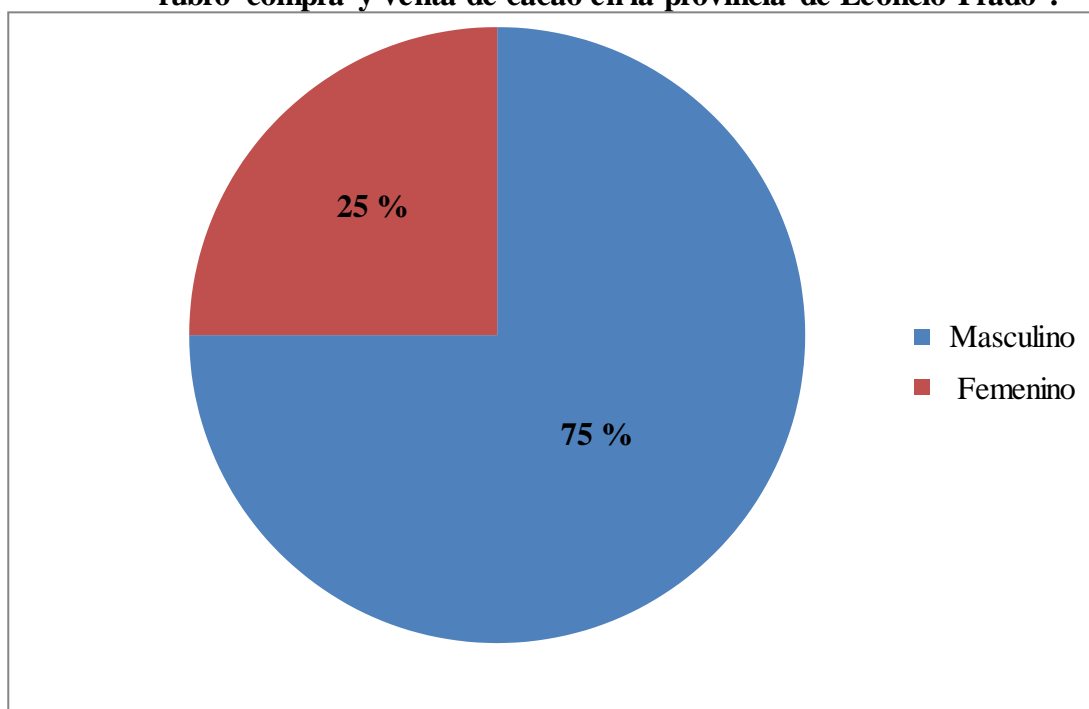
En la Tabla 3 y Gráfico, se observa que el 67 % de los representantes de las MYPE tienen entre 45 a 64 años de edad y el 25 % tiene más de 65 años de edad; un 8% tiene de 18 a 29 años de edad.

Tabla 4. ¿Género de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado?

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	9	75.0
Femenino	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE ,2016.

Gráfico 2. Género de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado .



Fuente: Tabla 4

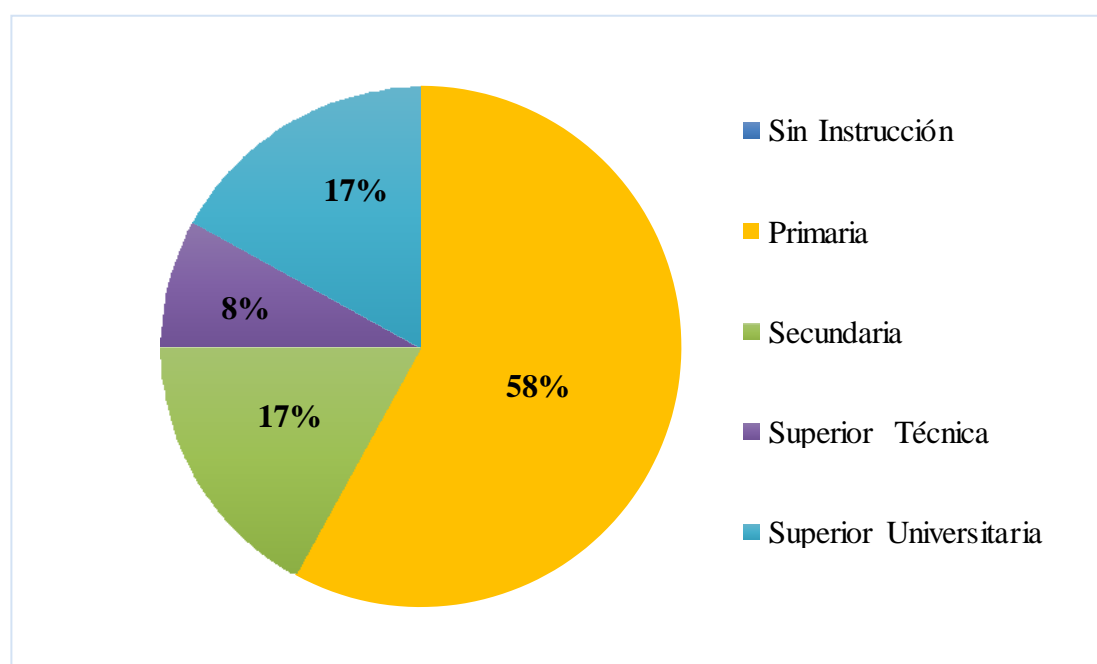
En la Tabla 4 y Gráfico 2, se observa que el 75 % de los representantes de la MYPE son de género masculino y el 25 % son del género femenino.

Tabla 5 ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado?

Grado de Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	7	58.3
Secundaria	2	16.7
Superior Técnica	1	8.3
Superior Universitaria	2	16.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 3. ¿Grado de Instrucción de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado?



Fuente: Tabla 5

En la Tabla 5 y Gráfico 3, se observa que el 58 % de los representantes de las MYPE tienen grado de instrucción primaria y el 17 % tienen estudio superior universitario y un 17% tienen estudio de nivel Secundaria, un 8% tienen estudios Superior Técnica.

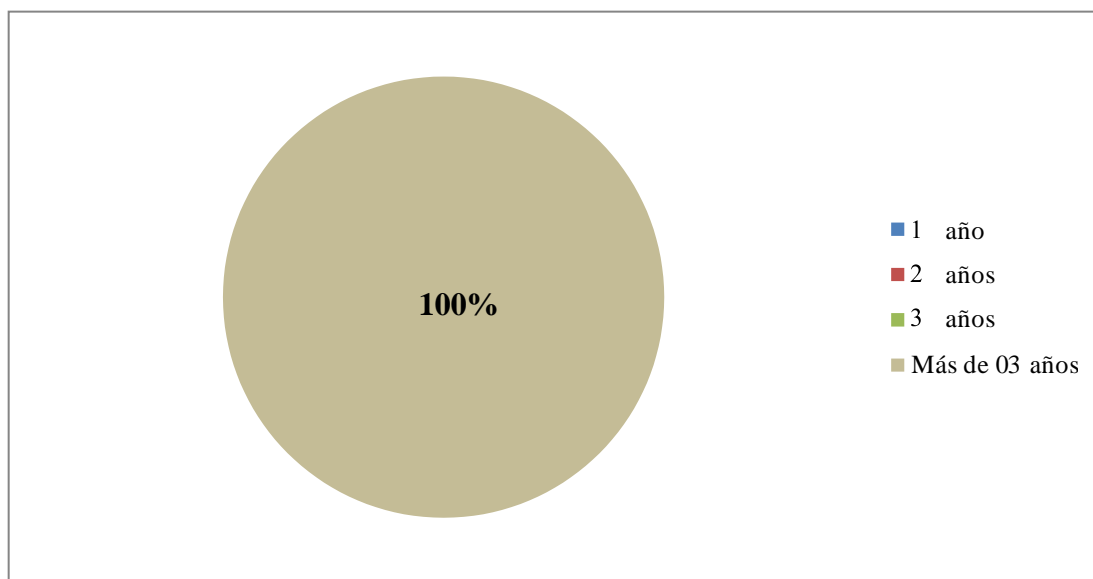
Respecto al Perfil de la MYPE

Tabla 6. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial del sector comercio rubro compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado?

Tiempo del negocio	Frecuencia	Porcentaje
01 año	0	0.0
02 años	0	0.0
03 años	0	0.0
Más de 03 años	12	100.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 4. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial del sector comercio rubro compra y venta de cacao en la provincia de Leoncio Prado?



Fuente: Tabla 6

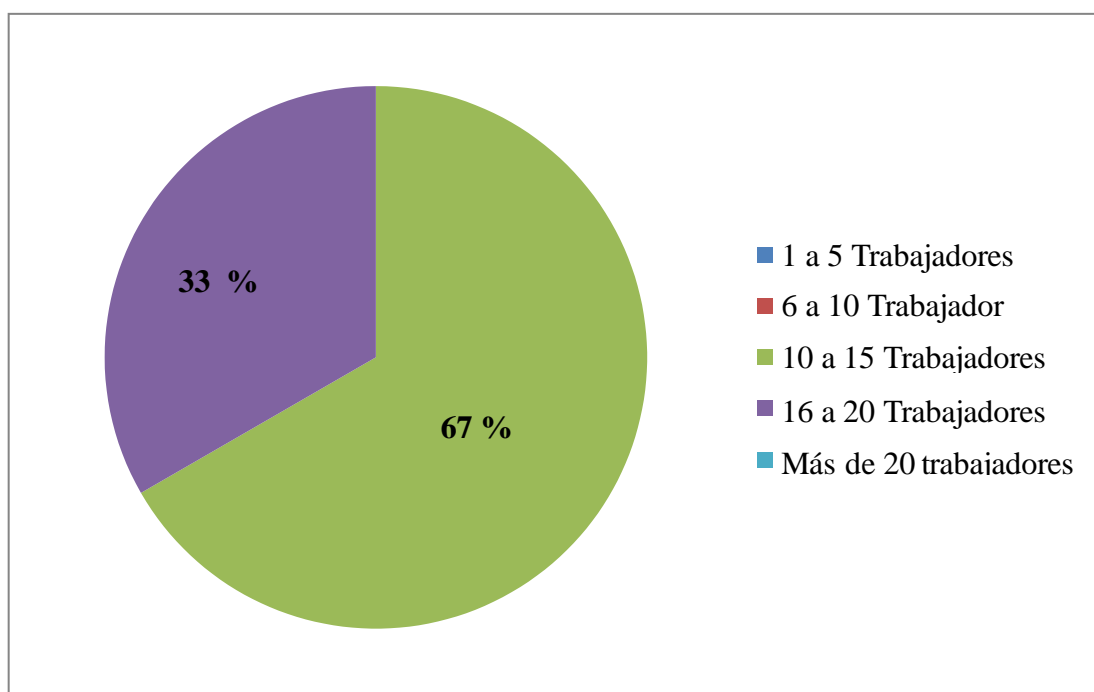
En la Tabla 6 y Gráfico 4, se observa que el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial.

Tabla 7 ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?

N° de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 Trabajadores	0	0.0
6 a 10 Trabajador	0	0.0
10 a 15 Trabajadores	8	66.7
16 a 20 Trabajadores	4	33.3
Más de 20 trabajadores	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 5. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?



Fuente: Tabla 7

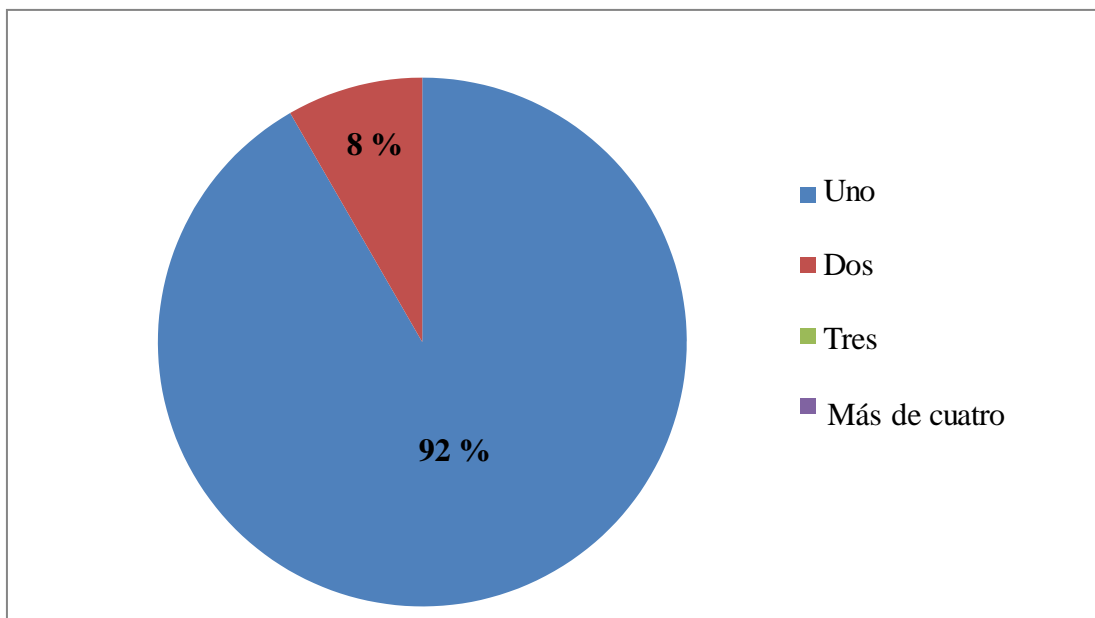
En la Tabla 7 y Gráfico 5, se observa que el 67 % de los representantes de la MYPE tienen de 10 a 15 trabajadores, el 33% tienen de 16 a 20 trabajadores,

Tabla 8. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Uno	11	91.7
Dos	1	8.3
Tres	0	0.0
Más de cuatro	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 6. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?



Fuente: Tabla 8

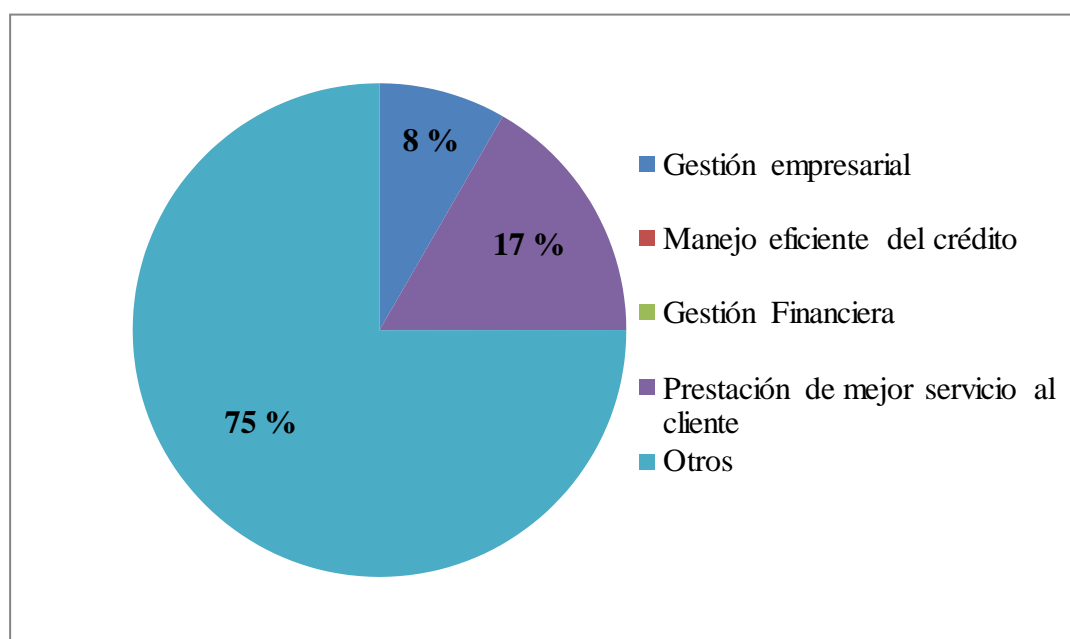
En la Tabla 8 y Gráfico 6, se observa que el 92% recibieron capacitación en un curso, el 8% recibieron capacitación en dos cursos.

Tabla 9. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó su personal?

Tipo de curso	Frecuencia	Porcentaje
Gestión empresarial	1	8.3
Manejo eficiente del crédito	0	0.0
Gestión Financiera	0	0.0
Prestación de mejor servicio al cliente	2	16.7
Otros	9	75.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 7. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó su personal?



Fuente: Tabla 9

En la Tabla 9 y Gráfico 7, se observa que el 75% ha participado en otros Cursos, el 17 % en el curso de prestación de mejor servicio al cliente, el 8% en manejo empresarial.

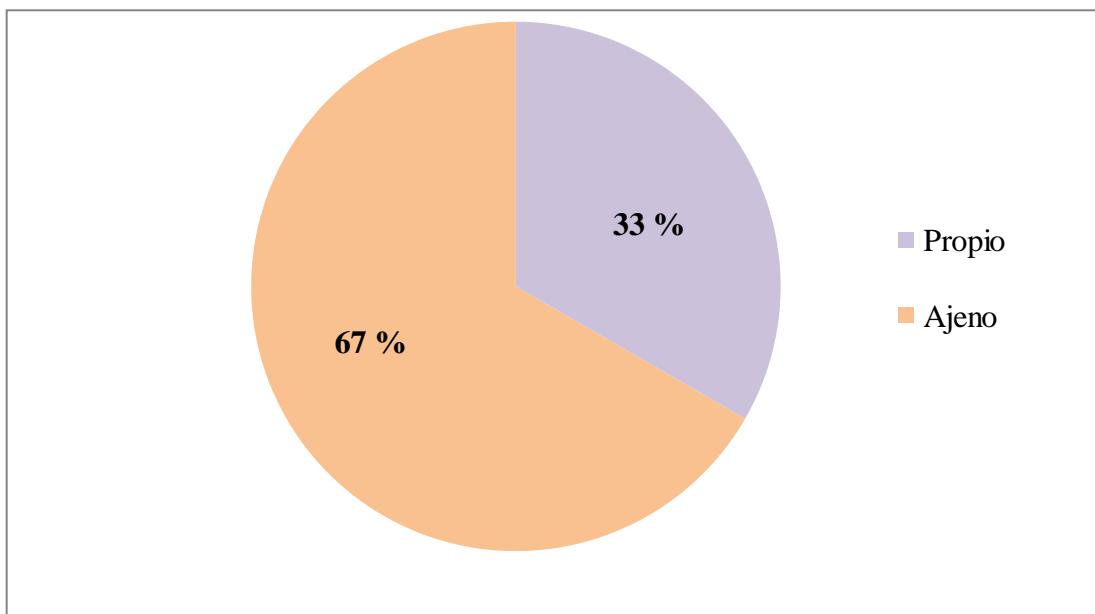
Del financiamiento de las MYPE:

Tabla 10 ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE?

Su financiamiento es	Frecuencia	Porcentaje
Propio	4	33.3
Ajeno	8	66.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 8. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE?



Fuente: Tabla 10

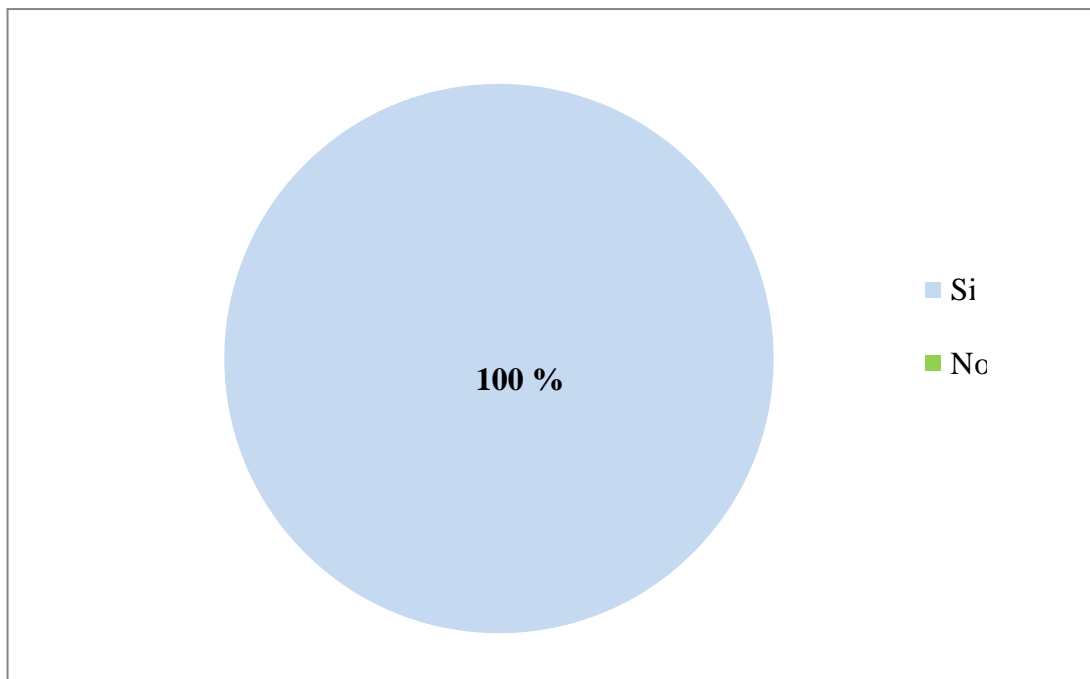
En la Tabla 10 y Gráfico 8, se observa que el 67% su financiamiento es ajeno y el 33% su financiamiento es propio.

Tabla 11 ¿Solicitó crédito para su negocio?

Solicitó Crédito	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 9. ¿Solicitó crédito para su negocio?



Fuente: Tabla 11

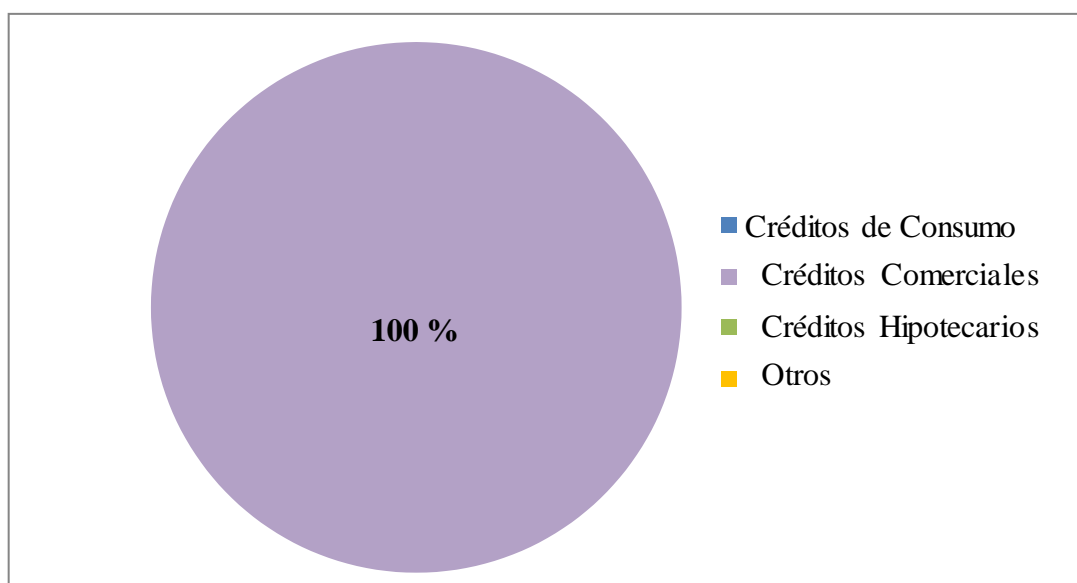
En la Tabla 11 y Gráfico 9, se observa que el 100% si solicitaron crédito para su negocio.

Tabla 12 ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?

Tipo de Crédito	Frecuencia	Porcentaje
Créditos de Consumo	0	00.0
Créditos Comerciales	12	100.0
Créditos Hipotecarios	0	0.0
Otros	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 10. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?



Fuente: Tabla 12

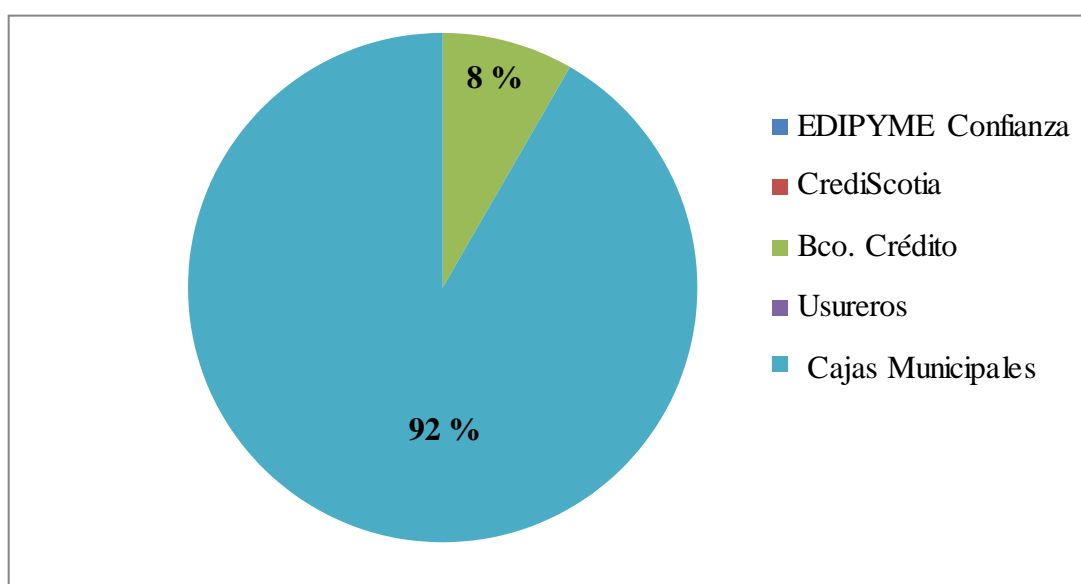
En la Tabla 12 y Gráfico 10, se observa que el 100 % obtuvieron créditos comerciales.

Tabla 13 ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?

Entidad financiera	Frecuencia	Porcentaje
EDIPYME Confianza	0	0.0
CrediScotia	0	0.0
Bco. Crédito	1	8.3
Usureros	0	0.0
Cajas Municipales	11	91.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 11. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?



Fuente: Tabla 13

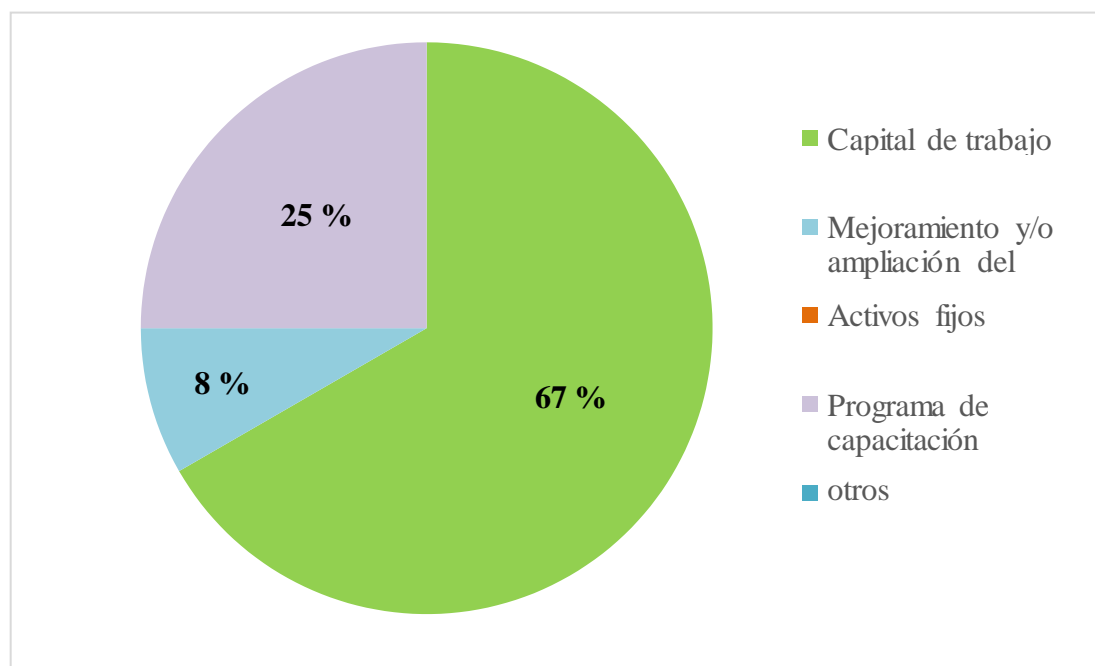
En la Tabla 13 y Gráfico 11, se observa que el 92 % precisa que solicitaron crédito a cajas Municipales, el 8% solicitaron crédito a banco de crédito.

Tabla 14 ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?

En qué fue invertido el crédito	Frecuencia	Porcentaje
Capital de trabajo	8	66.7
Mejoramiento y/o ampliación del local	1	8.3
Activos fijos	0	0.0
Programa de capacitación	3	25.0
Otros	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 12. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?



Fuente: Tabla 14

En la Tabla 14 y Gráfico 12, se observa que el 67% precisa que solicitaron crédito para capital de trabajo, el 25% solicitaron crédito para programa de capacitación, el 8% solicitaron crédito para Mejoramiento y/o ampliación del local.

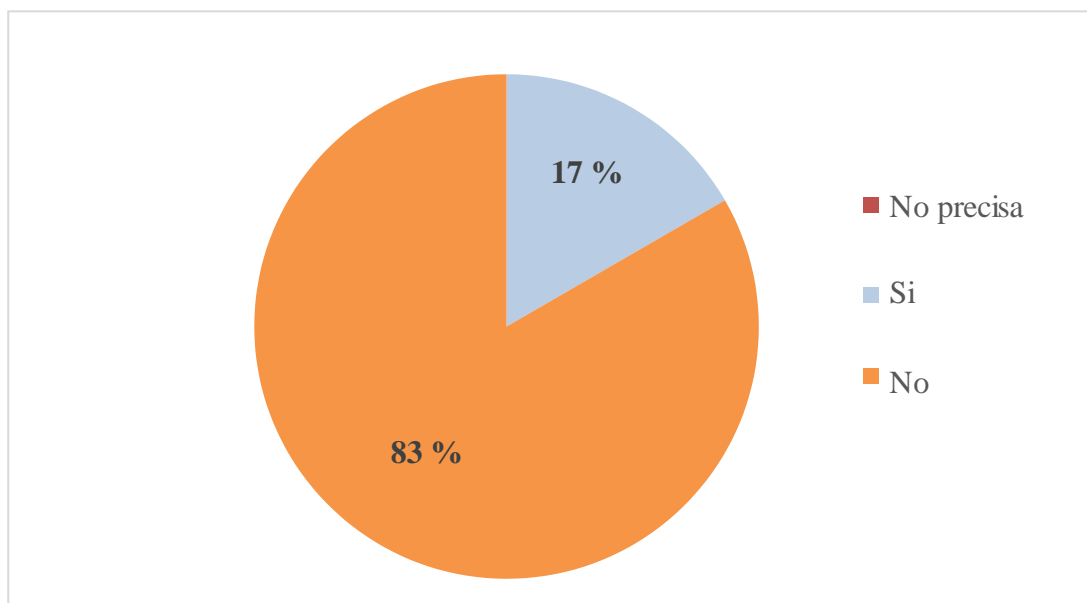
Respecto a la Capacitación de las MYPE:

Tabla 15 ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?

Recibió capacitación	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0.0
Si	2	16.7
No	10	83.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 13. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?



Fuente: Tabla 15

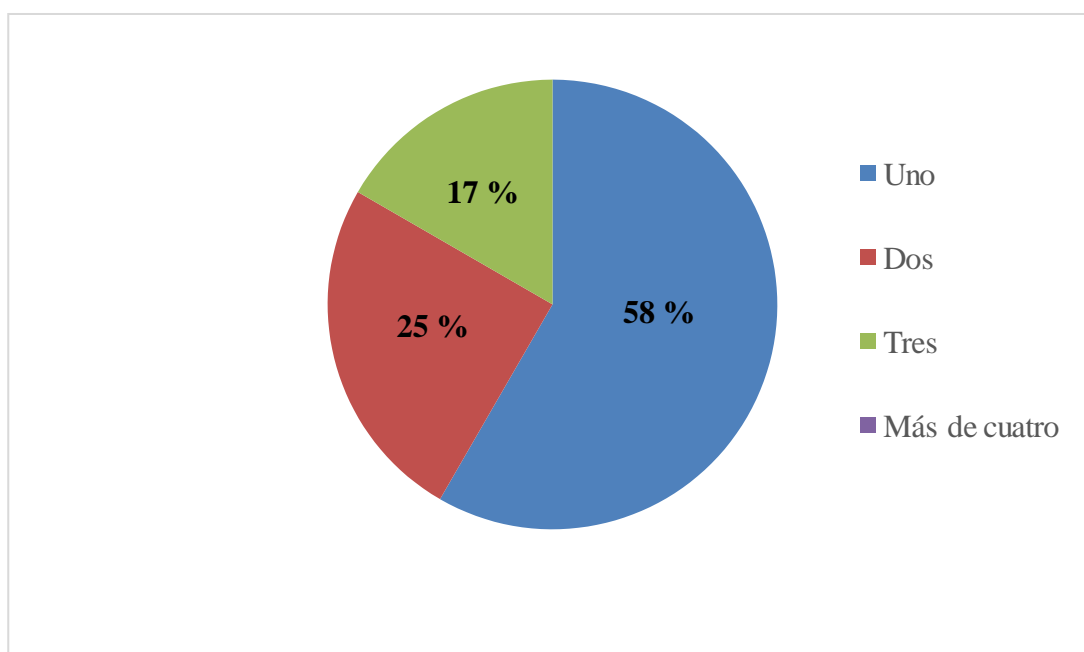
En la Tabla 15 y Gráfico 13, se observa que el 83% precisa No haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 17% Si precisa que si han Recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito.

Tabla 16 ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?

Nº Cursos de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Uno	7	58.3
Dos	3	25.0
Tres	2	16.7
Más de cuatro	0	0.0
TOTAL	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 14. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?



Fuente: Tabla 16

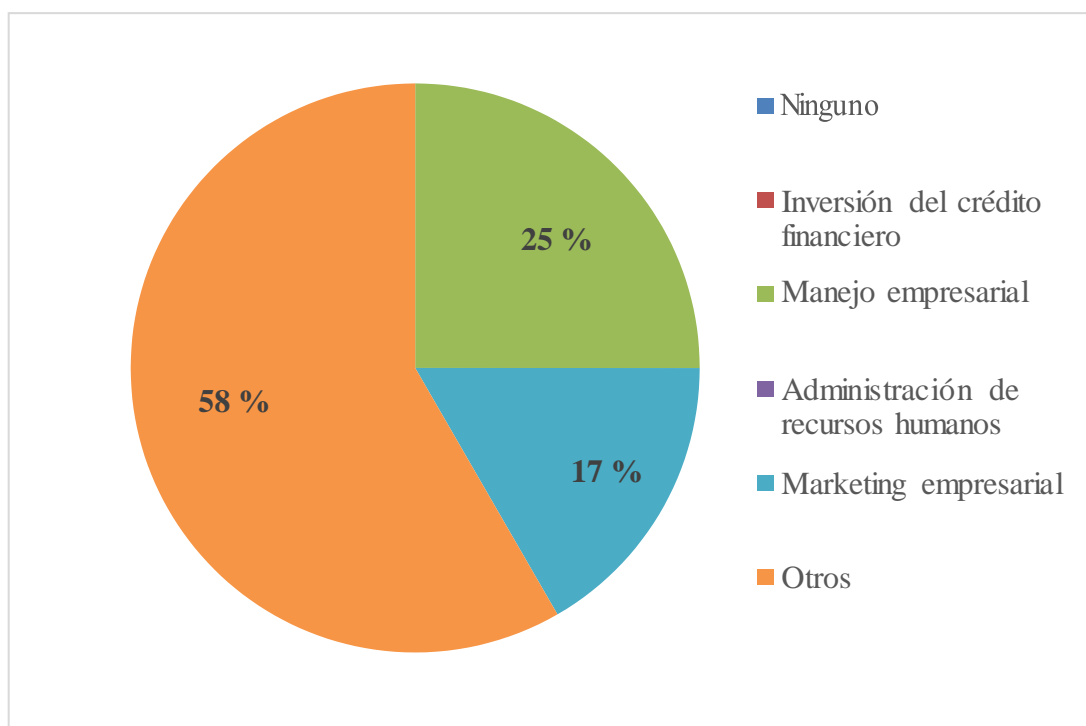
En la Tabla 16 y Gráfico 14, se observa que el 58% precisa que han recibido un curso de capacitación, el 25% precisa que han Recibido capacitación en dos cursos, el 17 % han recibido capacitación en tres cursos.

Tabla 17. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?

Tipo de curso	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	0	0.0
Inversión del crédito financiero	0	0.0
Manejo empresarial	3	25.0
Administración de recursos humanos	0	0.0
Marketing empresarial	2	16.7
Otros	7	58.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 15. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?



Fuente: Tabla 17

En la Tabla 17 y Gráfico 15 se observa que el 58% han recibido capacitación en otros cursos, el 25% han Recibido capacitación en el curso de manejo empresarial, un 17% han recibido capacitación en marketing empresarial.

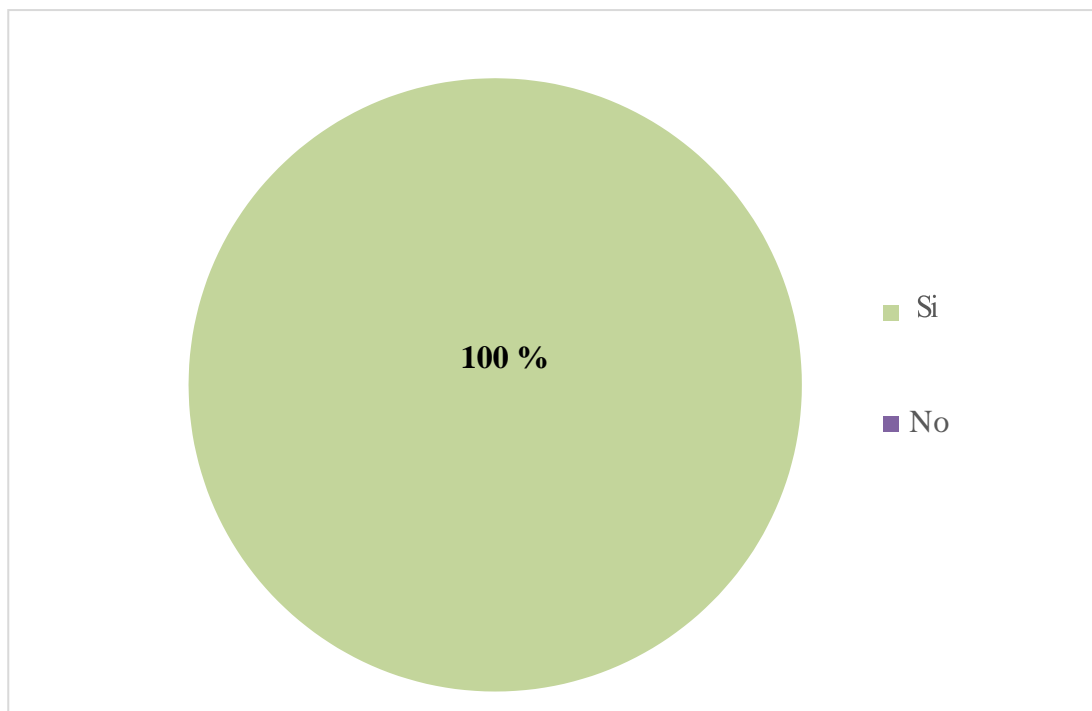
Respecto a la Rentabilidad De Las MYPE

Tabla 18. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?

Mejorado la Rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 16. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?



Fuente: Tabla 18

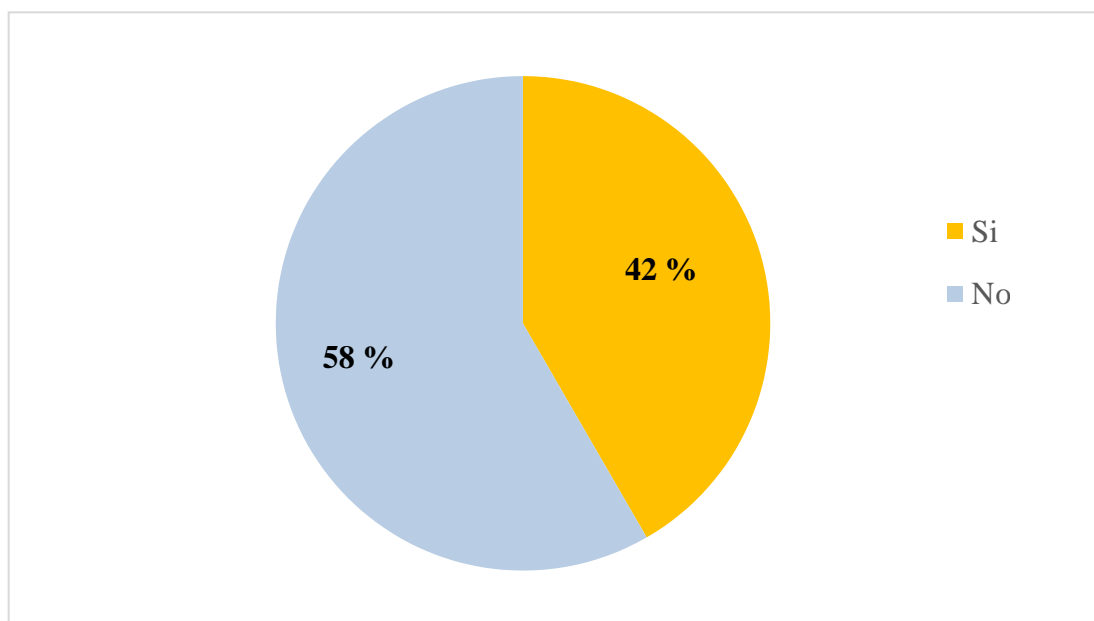
En la Tabla 18 y Gráfico 16, se observa que el 100% Cree que la rentabilidad de su negocio Sí ha mejorado por el financiamiento recibido.

Tabla 19. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?

La capacitación ha mejorado	frecuencia	Porcentaje
Si	5	41.7
No	7	58.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 17. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?



Fuente: Tabla 19

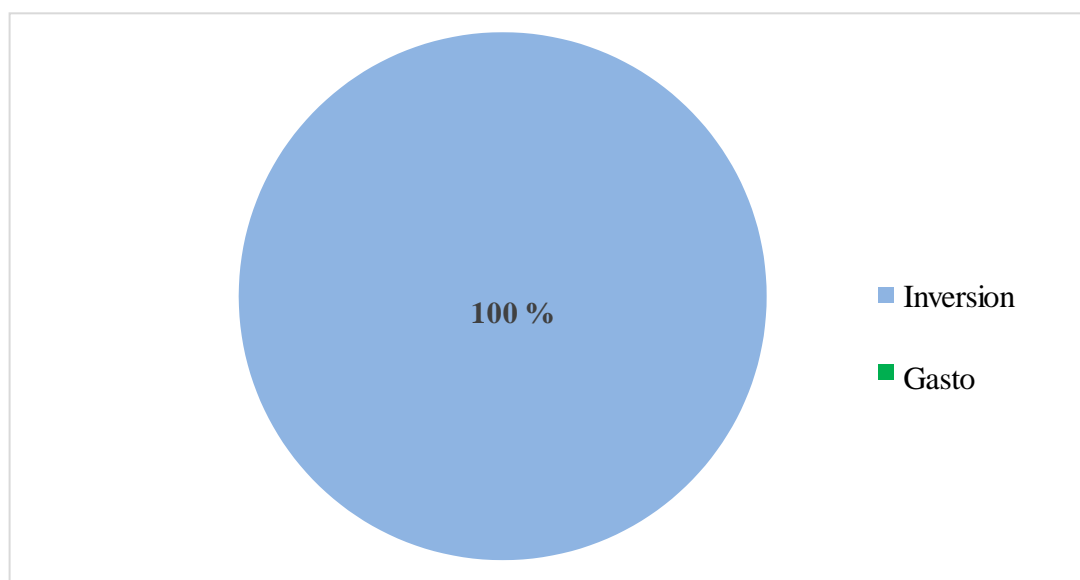
En la Tabla 19 y Gráfico 17, se observa que el 42% Cree que la rentabilidad de su negocio sí ha mejorado por la capacitación recibido y el 58% no Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido.

Tabla 20. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?

La capacitación es una inversión	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 18. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?



Fuente: Tabla 20

En la Tabla 20 y Gráfico 18, se observa que el 100% sí Cree que la que la capacitación recibida es una inversión.

4.2 Análisis de los Resultados

Respecto a los Empresarios

En la Tabla(3), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, el 67 % de los representantes de las MYPE tienen entre 45 a 64 años de edad y el 25 % tiene más de 65 años de edad; un 8% tiene de 18 a 29 años de edad .

En la Tabla (4), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 75 % de los representantes de la MYPE son de género masculino y el 25 % son del género femenino.

En la Tabla (5), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que el 58 % de los representantes de las MYPE tienen grado de instrucción primaria y el 17 % tienen estudio superior universitaria y un 17% tienen estudio superior universitaria, un 8% tienen estudios superior técnica.

Respecto al perfil de la MYPE

En la Tabla (6), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial.

En la Tabla (7), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 67 % de los representantes de la MYPE tienen de 10 a 15 trabajadores, el 33% tienen de 16 a 20 trabajadores.

En la Tabla (8), de la MYPE encuestadas se establece que sus trabajadores del 100%, el 92% recibieron capacitación en un curso, el 8% recibieron capacitación en dos cursos.

En la Tabla (9), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de los encuestados se obtuvo que el 75% ha participado en otros Cursos de capacitación , el 17 % en el curso de prestación de mejor servicio al cliente, el 8% en manejo empresarial.

Respecto al Financiamiento

En la Tabla (10), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de los encuestados, se obtuvo que el 67% su financiamiento es ajeno y el 33% su financiamiento es propio.

En la Tabla (11), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% ,se obtuvo que el 100% si solicitaron crédito para su negocio.

En la Tabla (12), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, se obtuvo que el 100 % obtuvieron créditos comerciales.

En la Tabla (13), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, se obtuvo que el 92 % precisa que solicitaron crédito a cajas Municipales, el 8% (1) solicitaron crédito a banco de crédito.

En la Tabla (14), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, se obtuvo que el 67% precisa que solicitaron crédito para capital de trabajo, el 25% solicitaron crédito para programa de capacitación, el 8 % solicitaron crédito para Mejoramiento y/o ampliación del local.

Respecto a la Capacitación de las MYPE:

En la Tabla (15), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, se obtuvo que el 83% precisa No haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 17% Si precisa que si han Recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito.

En la Tabla (16), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, obtuvo que el 58% precisa que han recibido un curso de capacitación, el 25% precisa que han Recibido capacitación en dos cursos, el 17 % han recibido capacitación en tres cursos.

En la Tabla (17), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, se obtuvo que el 58% han recibido capacitación en otros cursos, el 25% han Recibido capacitación en el curso de manejo empresarial, un 17% han recibido capacitación en marketing empresarial.

Respecto a la Rentabilidad de la MYPE

En la Tabla (18), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, se obtuvo que el 100% Cree que la rentabilidad de su negocio Sí ha mejorado por el financiamiento recibido.

En la Tabla (19), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 42% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido y el 58% no Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido.

En la Tabla (20), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, se obtuvo que el 100% sí Cree que la que la capacitación recibida es una inversión.

V. CONCLUSIONES

Respecto a las características de los empresarios

El 100% de los representantes de las MYPE son adultos, el 75 % de los representantes son de género masculino y un 58 % de los representantes tienen grado de instrucción primaria.

Respecto a las Características de la MYPE

El 100% de los representantes de las MYPE se dedican al negocio por más de 03 años respectivamente, el 67 % de los representantes tienen de 10 a 15 trabajadores, El 92% de sus trabajadores recibieron capacitación en un curso. El 75% ha participado en otros Cursos de capacitación.

Respecto a las características del financiamiento

El 67% de los empresarios su financiamiento es ajeno. El 100% si solicitaron crédito para su negocio. El 100 % obtuvieron créditos comerciales. El 92 % precisa que solicitaron crédito a cajas Municipales.

Respecto a las características de la capacitación

El 83% de los representantes precisan No haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito. El 58% de los representantes de la MYPE precisa que han recibido un solo curso de capacitación.

Respecto a las características de la rentabilidad

El 100% cree que el financiamiento otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa comercial, el 42% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido, el 100% si Cree que la capacitación recibida es una inversión.

Referencia bibliográfica

Abreu y Garza (2009). Impacto de la capacitación en una empresa del ramo eléctrico

[Extraído el 13 de mayo del 2016]. Disponible en: [http://www.spentamexico.org/v4-n1/4\(1\)%20194-249.pdf](http://www.spentamexico.org/v4-n1/4(1)%20194-249.pdf)

Actualidad Empresarial (2006), La rentabilidad económica y financiera de la empresa.

[Extraída el 14 de mayo del 2016]. Disponible en: <http://www.docstoc.com/docs/3266391/APUNTES-DE-GESTI%EF%BF%BDN-LA-RENTABILIDAD-ECON%EF%BF%BDMICA-Y-FINANCIERA-EN-LA/>

Alvines, E.(2013), realizó la investigación titulada : “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro exportación de cacao de la ciudad de tumbes periodo 2012.”[Extraído el 14 de mayo del 2016]. Disponible en: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034171>

Alarcón, A. (2007). Teoría sobre la estructura financiera. [Extraído el 14 de mayo del 2016]. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2007/aaafinhot.htm>.

Armo; F. (1979) Metodología para la determinación de necesidades de adiestramiento y Capacitación.

Asmat, E. (2011) “Titulada implicancia financiera de la capacitación al personal en la gestión del área de operaciones del Grupo Transpesa”. Universidad

- Nacional de Trujillo [Extraído el 02 de mayo del 2016]. Disponible en :
http://bibliotecas.unitru.edu.pe/tesisecon/asmatcarrion_emely.pdf
- Aquino y otros. (1997). La capacitación en el Perú. [Extraído el 02 de Mayo del 2016]. Disponible en: https://www.google.com.pe/?gws_rd=cr&ei=6dnqUtXpObPhsAS5voH4AQ#q=concepto+de+capacitaci3n&start=10.
- Bernilla, M. (2011). Micro y pequeña empresa oportunidad de crecimiento. Lima: EDIGRABER.
- Bernilla M. (2006). Manual práctica para formar MYPE. Editorial Edigraber
Lima-Perú
- Boríssov, Zhamin y Makárova. (1965). Diccionario de economía política.
Rentabilidad. [Extraído el 24 Mayo del 2016]. Disponible en:
<http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/r/rentabilidad.htm>.
- Blake, O. (2000). Origen, detección y análisis de las necesidades de capacitación,
Ediciones Macchi, Argentina.
- CAPELLE, Jan.(2009) Towards a Sustainable Cocoa Chain. OXFAM International
Research Paper. Bélgica. Enero.
- Cervo , Y. (1989). Manual Metodología de la Investigación.
- CERTO, SAMUEL C. (2001), Administración Moderna. 8va. Edición. Bogotá –
Colombia. Pag.266
- Córdova, C. (1990). Manual para la administración del proceso de capacitación de
Personal. México: Limusa.

- Cuesta, P. (2006). Estrategias del crecimiento de las empresas de distribución comercial. [Extraído el 21 Mayo del 2016]. Disponible en:
<http://www.eumed.net/tesis/2006/pcv/3f.htm>.
- Chacaltana, J. (2005). Capacitación laboral proporcionada por las empresas: El caso peruano. [Extraído el 21 Mayo del 2016]. Disponible en:
<http://www.consortio.org/CIES/html/pdfs/pm0324.pdf>.
- Davis & Wrther (1990) Administración de personal y recursos humanos, Ed. Mc. Graw Hill. México.
- Deming, E (1989), calidad productividad y competitividad . [Extraído el 29 de Mayo del 2016], disponible en: http://books.google.com.pe/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover&dq=conceptos+de+deming&hl=es&sa=X&ei=0SURU_ejBoTgkQftuIFQ&ved=0CDIQ6AEwAQ#v=onepage&q=conceptos%20de%20deming&f=false
- Dessler Gary (1981). Administración de Personal, Editorial Limusa, México. 3era Edición. Méjico.
- Espinoza, R.(2011). Las Microfinancieras como opción de financiamiento y maximización de la rentabilidad del pequeño productor de arroz de Chepén- Universidad Nacional de Trujillo. [Extraído el 16 de Mayo 2016] disponible en: http://bibliotecas.unitru.edu.pe/tesisecon/espinoza_c.pdf
- Figuroa, E (2009), ¿Quién se llevó a Mi Cliente?, [Extraído el 29 de Mayo del 2016], disponible en: <http://servicioalclienteblogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>

Foschiatto , P., & Stumpo, G. (2006). Políticas municipales de microcrédito. Un instrumento para la dinamización de los sistemas productivos locales. Estudios de caso en América Latina. Italia: CEPAL. [Extraído el 29 de Marzo del 2016], disponible en: http://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=Q4XF_eVzL1kC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Las+MYPE&ots=SgKUvUXK9s&sig=xwoZUxbB6IG-drB15nmpL1-U9TE#v=onepage&q&f=false

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS

(2009), Final Data Countries by commodity. [Extraído el 14 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>

Fuentes I. (2014), Plan de capacitación y el desempeño laboral de Personal del proyecto especial chavimochic en el Año 2012.[extraído el 05 Mayo del 2016] disponible en:http://bibliotecas.unitru.edu.pe/tesisecon/fuentesromero_ingree.pdf

García, S. (1998). “Los Micronegocios en México”. Administrate Hoy. Número 48, año IV, México, Pág.6.

Galan, M. (2009). Metodología de la investigación. [Extraído el 16 de Mayo de 2016] disponible en: <http://manuelgalan.blogspot.pe/2009/09/que-es-un-diseño-básico-metodológico.html>

Gilberto J. (2009). Análisis y propuestas para la formalización de las micro y pequeñas empresas [extraído el 11 de Mayo del 2016]. Disponible en : <http://www.monografias.com/trabajos41/formalizacion-PYME/formalizacion-PYME2.shtml>

- Gonzales, Maje, Cruz & Rodríguez. (2012). Cacao Orgánico De Las Comunidades Nativas Awajún. Pontificia Universidad Católica del Perú. [Extraído el 19 Mayo del 2016]. Disponible en: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5328/GONZALES_MAJE_CRUZ_RODRIGUEZ_CACAO_AWAJUN.pdf?sequence=1
- Gore, E. (1998). La capacitación un agente de cambio y de productividad. [Extraído el 12 de Mayo del 2016] . Disponible en: <http://www.eumed.net/course.con/ecolat/cu/2012/jepa.html>.
- Hernández (2003).metodología de la investigación. [Extraído el 19 Mayo del 2016]. Disponible en: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.pe/2013/08/concepto-de-diseno-de-investigacion.html>
- Helberth. (2006) Capacitación y desarrollo del Personal. [Extraído el 19 Mayo del 2016]. Disponible en: http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_d_el_personal-oncepto_de_capacitacion/19921-2.
- Hít, Michael A, et. al (1999). Administración Estratégica. México: Thomson
- Horovitz, J. (1994). La calidad del servicio. Bogotá: Mc Graw-Hill.
- Hurtado, Cortes & Holguín (2010). Descripción de la cadena de abastecimiento de la tienda tradicional de barrio manizaleña. [Extraído el 26 de Mayo del 2016]. Disponible en : http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/407/1/160_Castellanos_Hurtado_Nicolas_2010.pdf
- Juran, J (1996). La calidad por el diseño. [Extraído el 29 de Mayo del 2016], disponible en: http://books.google.com.pe/books?id=fUR_B60QH1RYC&printsec

=frontcover&dq=conceptos+de+juran&hl=es&sa=X&ei=4iARU-
mOBcrokQfgy4H4DQ&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=concept
os%20de%20juran&f=false

Juran, J. (1988), Juran y la planificación para la calidad, [Extraído el 29 de Mayo del 2016], disponible en: http://books.google.com.pe/books?id=4JAd6PBWfG0C&pg=PA15&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

Ley De Promoción Y Formalización De La MYPE (2009), [Extraída el 14 de Junio del 2016]. Disponible en: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

MAXIMIXE (2011) Informe Riesgos de Mercado: Cacao y Derivados. Rendimiento de la Producción Mundial por países 2007– 2009.

Mendoza, A. (1990) Manual para determinar necesidades de capacitación. Editorial Trillas. México.

Mendoza, A. (1982). Manual para determinar Necesidades de Capacitación, Editorial trillas. México.

Ortiz, R.(2003).Alternativas de financiamiento para las MYPE: el caso de huajuapán de León y Chilapa de Díaz, Oaxaca” [Extraído el 14 de Junio del 2016]. Disponible en: http://biblioteca.utm.mx/resultados_dig.php?folio=8186&cadnat=financiamiento&rconsulta=datos

Pain, Abraham. (1989). Como realizar un proyecto de capacitación. Editorial Granica. México.

- Pérez, L., & Campillo, F. (2011). Financiamiento. [Extraído el 14 de Junio de 2016], disponible en: Disponible en: http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/financiamiento/financiamiento.htm#_Toc5485_2237
- Pretell, R. (2014), “Factibilidad economía y financiamiento de un proyecto de inversión para la producción planton de cacao criollo en la empresa Productores agropecuarios S.A.C – Amazonas”. [Extraído el 14 de marzo del 2016]. Disponible en: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035859>
- Prieto, J. (2010). Gerencia del servicio: La clave para ganar todos”. Segunda edición, eco. Ediciones. Colombia Bogota D.C. 154 p. [Extraído el 06 de Junio de 2016] disponible en <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5059/1/UPS-CT002680.pdf>
- ProInversión. (2007). MYPEqueña empresa crece. Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa.Lima: Agencia de Promoción de la Inversión Privada con el apoyo de ESAN.
- PROMPERÚ (2010). Comisión De Promoción Del Perú Para La Exportación Y El Turismo. Perú:Segundo productor mundial de cacao orgánico. Extraído el 14 de Mayo del 2016]. Disponible en: http://www.ambperou.fr/uploads/Peru_segundo_productor_mundial_de_cacao_organico.pdf
- Ramírez, Badii & Abreu (2008). El impacto de la capacitación del personal: Caso empresa manufacturera de tubos. Estado de Nuevo León – México. [Extraído el 26 Mayo del 2016] disponible en: [http://www.spentamexico.org/v3-n1/3\(1\)%20100-142.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%20100-142.pdf)

Regalado, H. (2006). Las MiPYME en Latinoamérica. México. [Extraído el 29 de Mayo del 2016], disponible en: <http://books.google.com.pe/books?id=vBMPUG7JkUMC&pg=PA234&dq=MYPE+en+el+peru&hl=es-419&sa=X&ei=czmkUMqQNJHo8gT5pIG4Dg&sqi=2&ved=0CCoQ6AEwAA#v=onepage&q=MYPE%20en%20el%20peru&f=false>

Reyes, A.(1981). Administración de personal, Editorial Limusa.

Rincón, T. (2004). Fuentes De Financiamiento Bancarias De La Micro, Pequeña y Mediana Empresa En El Estado De Colima”. Universidad de Colima - Facultad de Contabilidad y Administración-Colombia. [Extraído el 15 de Junio del 2016], Disponible en: http://digeset.uco1.mx/tesis_posgrado/Pdf/Tomas_Rincon_Fuentes.PDF

Robbins, S.P. y Coulter, M. (2005). Administración. (8ª. ed.). Edición. México: Pearson Education.

Sánchez, J. (2002). Análisis de la rentabilidad de la empresa. [Extraído el 15 de Julio del 2016], Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

Sabino , C. (1992). Metodología de la Investigacion. [Extraído el 29 de Agosto del 2016], disponible en: <http://es.slideshare.net/osmir11/10-conceptos-de-investigacion>

Siliceo, Alfonso. (1995) Capacitación y desarrollo de personal. Editorial Noriega. México.

- Siliceo Aguilar, Alfonso. (1996).Capacitación y Desarrollo del Personal. Editorial Limusa.
- Sosa, C. (2007). “El Valor de la Segmentación como Instrumento para Incrementar la Rentabilidad de las MYPE”.
- Sutton, C. (2001). Capacitación del personal. Argentina. [Extraído el 21 Mayo del 2016]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos16/capacitacionpersonal/capacitacion-personal.shtml>.
- Thompson, I. (2005). La Satisfacción del Cliente [Extraído el 29 de Mayo del 2016], disponible en:<http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Vega, E. (2010). Modelo tecnológico de integración de servicios para la MYPE peruana – Lima :Universidad ESAN. – 165 p. [Extraído el 29 de Mayo del 2016], disponible en: <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20MYPE%201.pdf>
- Vargas, M. (2007). Calidad en el servicio (Primera ed.). Chia, Cundinamarca, Colombia: Ecoediciones Ltda. doi:9789586484602.
- Zuñiga. (2011). Comercialización de productos y servicios turísticos. [Extraído el 07 de Junio del 2016], disponible en: <http://administracion.realmexico.info/2014/09/comercializacion-de-productos-y.html>

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU”

Tingo María, 02 de Mayo del 2016

CARTA N°0024-2016-D-EPE-ULADECH Católica

Señor

.....

Representante

.....

Presente

Asunto: Permiso para aplicación de encuestas

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole nuestro cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que nuestros estudiantes egresados de la Carrera Profesional de Contabilidad, se encuentran realizando el curso de Titulación por Tesis, con la finalidad de optar el Título profesional de Contador Público.

Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: **“Caracterización Del Financiamiento, La Capacitación Y La Rentabilidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio rubro Compra y venta de Cacao en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.”** los resultados de la investigación realizada serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios una vez al año.

Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas de recogida de información a nuestro estudiante:

JOSUE ADU CORDOVA RAMIREZ

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de la formación de educadores, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS, GERENTE Y/O REPRESENTANTE
LEGAL DE LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO COMPRA Y VENTA
DE CACAO EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO COMPRA Y VENTA DE CACAO EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.”**

La información que usted nos proporcionara será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración mediante este cuestionario.

Encuestado

Fecha...../...../.....

I. PERFIL DE LOS MICROEMPRESARIOS:

I.1 Edad del representante legal de la MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao:

De 18 a 29 años () De 30 a 44 años () De 45 a 64 años () Más de 65 años ()

I.2 Sexo: a) Masculino... b) Femenino...

I.3 Grado de instrucción:

a) Sin instrucción..... ()

b) Primaria..... ()

c) Secundaria..... ()

- d) Superior Técnica..... ()
- e) Superior universitaria..... ()
- f) Otro.....

II. PERFIL DE LAS MYPE

2.1. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial del sector comercio rubro compra y venta de cacao?

- Un año () Dos años () Tres años () Más de
- Tres años ()

2.2. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?

- 1 a 5 () 6 a 10 () 10 a 15 () 16 a 20 () Más de 20 ()

2.3. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Si.... () No.... (); Si la respuesta es sí, indique la cantidad de cursos.

- a) 1 curso b) 2 cursos c) 3 cursos d) Más de 3 cursos

2.4 ¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?

- a) Gestión Empresarial..... () b) Manejo eficiente del
- Crédito..... ()

- c) Gestión Financiera..... () d) Prestación de mejor
- Servicio al cliente... ()

e) Otros:

Especificar.....

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE:

3.1. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE del sector comercio rubro compra y venta de cacao?

Propio () Ajeno ()

3.2. ¿Solicitó crédito para su negocio?

Si () No ()

3.3. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?

- Créditos de Consumo ()
- Créditos Comerciales ()
- Créditos Hipotecarios ()
- Otros.....

3.4. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?

a) Sistema Bancario..... ()

Indicar

institución.....

b) Sistema No Bancario. ()

Indicar

institución.....

3.5. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?

- a) Capital de trabajo.....% b) Mejoramiento y/o ampliación del local..... %
b) Activos fijos.....% d) Programa capacitación.....%
g) Otros.....% Especificar

IV. DE LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPE:

4.1. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?

a) Si () b) No () c) no precisa ()

4.2. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?

a) Uno..... b) Dos..... c) Tres..... d) Cuatro..... e) Más de 4....

4.3. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?

a) Inversión del crédito financiero () b) Manejo empresarial ()

c) Administración de recursos humanos () d) Marketing Empresarial ()

f) Otro:

Especificar:.....

V. DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPE:

5.1. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?

Si () No ()

¿En cuánto? En: 5%.... 10%..... 15%..... 20%..... 30%.... Más del 30%.....

5.2. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?

Si () No ()

Porqué.....
.....
.....

¿En cuánto? En: 5%.... 10%..... 15%..... 20%..... 30%.... Más del 30%.....

5.3. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?

a) Inversión

¿Por qué?.....

b) Gasto

¿Por qué?.....

Tingo María ,02 de Mayo del 2016.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN			
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Estudio de la Bibliografía				
Estudio del Abordaje Teórico-metodológico				
Elaboración del Proyecto				
Pruebas de los Instrumentos de Investigación				
Ejecución del Proyecto				
Análisis de Datos				
Interpretación de los resultados				
Elaboración del informe				

Presupuesto

DESCRIPCION	MESES DE ENVERSION				UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
	MAY	JUN	JUL	AGO				
MATERIAL DE ESCRITORIO								
Papel Bond A4 80 grs.	1			1	Paquete x 500 hojas	2	14.00	28.00
Bolígrafo	2		2	1	Unidad	5	1.00	5.00
Lápiz	2				Unidad	2	0.60	1.20
Clips mariposa de metal	1				Unidad	1	1.50	1.50
Perforador	1				Unidad	1	18.00	18.00
Engrapador	1				Unidad	1	22.00	22.00
USB - 4GB	1				Unidad	1	25.00	25.00
Folder manila		1			Paquete x 25 unidades	1	10.00	10.00
Laptop	1				Unidad	1	1,750.00	1,750.00
Calculadora		1			Unidad	1	60.00	60.00
Resaltador		2			Unidad	2	4.00	2.00
Corrector		1			Unidad	1	3.00	3.00
Subtotal								1,925.7
SERVICIOS DE IMPRESIÓN Y OTROS								
Espiralado				1	Servicio	1	18.00	18.00
Copias		95		190	Servicio	285	0.08	21.38
Impresiones	100	100	100	100	Servicio	400	0.20	80.00
Internet	8	6	5	8	Horas	27	1.00	27.00
Subtotal								146.38
SERVICIOS DE MOVILIDAD								
Gasolina	2	2	3	2	Galón	9	17.00	153.00
Mantenimiento de Movilidad		1		1	Servicio	2	30.00	60.00
Subtotal								213.00
SERVICIOS DE ALIMENTACION								
Alimentación en General	1	1	1	1	Servicio	4	210	840
Subtotal								840
TOTAL								3,125.08

Relación De MYPE Del Sector Comercio Rubro Compra Y Venta De Cacao En La Provincia de Leoncio Prado Encuestadas en el Periodo 2016.

N°	Razón social de la MYPE sector comercio rubro compra y venta de cacao	N° RUC
1	COMERCIAL AMAZONAS Av. Raimondi 898- Tingo María	20521137682
2	COOPERATIVA AGRARIA AUCAYACU Car. Carretera marginal nro. S/n cent Aucayacu (en el ovalo casa de 1 piso)	20573260008
3	COMERCIAL "NARANJILLO" Av. Sven Erickson N°. 342	20136264053
4	COMERCIAL "SELVA CACAO" Av. Raimondi 1084- Tingo María	20600176189
5	COMERCIAL ALTO HUALLAGA Jr. Víctor Raúl haya de la torre N°. 246 CPM Castillo Grande (a 300 metros del colegio cesar vallejos)	20528976612
6	COMERCIAL KOKI TRADING Av. Raimondi 1081- Tingo María	20529143291
7	COMERCIAL INKA Av. Raimondi 1070- Tingo María	20573202814
8	COMERCIAL GLADYS Av. Raymondi N°. 1081(frente al comercial bermejo)	20542461374
9	COMERCIAL MACHU PICCHU Av. Raimondi 958- Tingo María	20500985322
10	COMERCIAL COINCA Av. Raimondi 969- Tingo María	20107974467
11	COMERCIAL DURAN Av. Raimondi 1042- Tingo María	10231692903
12	COMERCIAL ROMEX Av. Raimondi 1023- Tingo María	20460106631

Fuente : elaboración propia