



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

TITULO:

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
CAPACITACIÓN DEL MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS
DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO CONFECCIÓN DE ROPA
DEPORTIVA, EN LA CIUDAD DE JUANJUI, PROVINCIA DE
MARISCAL CACERES, REGION SAN MARTIN-AÑO 2016**

**INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORA:

BR. LORENA LOZANO FASANANDO

ASESOR:

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUE

TINGO MARÍA - PERÚ

2016

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dr. Geider Grandes García
Presidente

Mgtr. Sergio Oswaldo Ortiz García
Secretario

Lic. Carlos Rufino Isla Hidalgo
Miembro

DEDICATORIA

A mi madre, por creer en mí y por permitirme salir adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque gracias a ella, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre está impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que siente por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ella, por lo que vale, porque admiro su fortaleza como madre y amiga.

A mis abuelos, Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida. Mil palabras no bastarían para compensar su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la vida y la salud, por iluminar mi camino y darme el impulso ineludible a pesar de los obstáculos para llegar con éxito a mi objetivo.

A mi madre Jaily Fasanando Valdivia y Abuelos; Olga Valdivia Simarra y Julián Fasanando Fasanando.

A ti por tu apoyo, compañerismo y amor incondicional, gracias por toda la motivación constante.

A todos antes mencionado, espero no defraúdalos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Caracterización del Financiamiento, Capacitación de los micro y pequeños empresarios del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui, Provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín año 2016”, Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui, provincia de mariscal Cáceres, región san Martín año 2016. Este trabajo se realizó en base a la investigación descriptiva, con una muestra de 12 MYPES de Tiendas comerciales de Ropa deportiva; a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, utilizando la técnica e instrumentos de la encuesta. El principal resultado es: RESPECTO AL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES: 83% de las MYPES encuestadas obtuvieron financiamiento del sistema financiero proveniente de un entidad bancaria, cobrando una tasa de interés del 20% - 40% anual teniendo un plazo de pago del financiamiento de 1 años. RESPECTO A LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPES: El 75% de las MYPES encuestadas si recibió capacitación y el 50% de las MYPES de los encuestados sustenta que la capacitación que reciben sus trabajadores si es una inversión.

Palabra clave: capacitación, financiamiento, MYPES.

ABSTRACT

This research paper entitled "Characterization of Funding, Training of micro and small entrepreneurs in the trade sector, category sportswear clothing in the city of Juanjui, Mariscal Caceres Province, San Martin Region 2016", Determine the main characteristics of the financing, training of micro and small businesses in the commercial sector, category sportswear clothing in the city of Juanjui, Province of Mariscal Caceres, San Martin Region 2016, This work was carried out based on the descriptive research with a sample of 12 commercial shops MYPES Sportswear; who they were applied a questionnaire of 15 questions, using the technique and survey instruments. The main result is: REGARDING THE FINANCING OF MYPES: 83 % of MSEs surveyed financing obtained from financial system of a bank, charging an interest rate of 20% - 40 % having annual payment within one year of funding. REGARDING THE TRAINING OF MYPES: 75% of MSEs surveyed if he received training and 50% of MSEs of respondents supported the training they receive their workers if an investment.

Keyword: training, financing, MYPES.

Índice de Contenido

Contra caratula.....	ii
Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
Hoja de dedicatoria.....	iv
Hoja de agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Índice de Contenido.....	viii
Índice de tablas.....	ix
Índice de Gráficos.....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura	
2.1 Antecedentes.....	7
2.2 Bases teóricas.....	16
2.3 Marco conceptual.....	41
III. Metodología	
3.1 Diseño de la investigación.....	50
3.2 Población y muestra.....	51
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	56
IV. Resultados	
4.1 Análisis de Resultados.....	76
V. Conclusiones.....	79
Referencias bibliográficas.....	81
Anexos.....	84

Índice de Tablas.

Tabla 1. Definición y operacionalización de variables.....	54
Tabla 2. Matriz de consistencia.....	57
Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES.....	61
Tabla 4. Género de los representantes de las MYPES.....	62
Tabla 5. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	63
Tabla 6. Tiempo que se dedica a la actividad empresarial.....	64
Tabla 7. Personal con los que cuenta la empresa	65
Tabla 8. Capacitación al personal de la empresa.....	66
Tabla 9. Temas en que se capacitaron los trabajadores de la empresa.....	67
Tabla 10. Financiamiento de las MYPES.....	68
Tabla 11. Créditos a las MYPES.....	69
Tabla 12. Tipo de Crédito que obtuvieron las MYPES	70
Tabla 13. Instituciones de las que obtuvieron crédito las MYPES.....	71
Tabla 14. Inversión del crédito obtenido	72
Tabla 15. Capacitación al representante de la empresa antes de recibir el crédito.....	73
Tabla 16. Capacitación que ha tenido en los dos últimos años el representante de las MYPES.....	74
Tabla 17. Cursos de capacitación en la que participaron los Representantes de las MYPES.....	75

Índice de Gráficos.

Gráfico 1. Edad de los representantes de las MYPES.....	61
Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES.....	62
Gráfico 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	63
Gráfico 4. Tiempo que se dedica a la actividad empresarial.....	64
Gráfico 5. Personal con los que cuenta la empresa	65
Gráfico 6. Capacitación al personal de la empresa.....	66
Gráfico 7. Temas en que se capacitaron los trabajadores de la empresa.....	67
Gráfico 8. Financiamiento de las MYPES.....	68
Gráfico 9. Créditos a las MYPES.....	69
Gráfico 10. Tipo de Crédito que obtuvieron la MYPES	70
Gráfico 11 Instituciones de las que obtuvieron las MYPES.....	71
Gráfico 12. Inversión del crédito obtenido	72
Gráfico 13. Capacitación al representante de la empresa antes de recibir el crédito.....	73
Gráfico 14. Capacitación que ha tenido en los dos últimos años el representante de las MYPES.....	74
Gráfico 15. Cursos de capacitación en la que participaron los Representante de las MYPES.....	75

I. INTRODUCCION

En el mundo el consumo de bienes y servicios se ha incrementado, es por ello que permanentemente se crean más empresas para satisfacer estas exigencias del mercado consumidor.

En la actualidad, en casi toda América Latina se ha llevado a cabo un proceso de transferencia del proceso productivo de bienes y servicios, del Sector Estatal, al Sector privado; ello, como consecuencia de un importante giro en las políticas macroeconómicas de los gobiernos, lo cual ha originado el desplazamiento de una fuerte corriente laboral cuyo papel en economías como la nuestra, se materializa en la generación de empleos productivos de carácter intensivo, lo cual ha llevado al surgimiento de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) como el segundo tipo de negocio en nuestro país. Donde está concentrado la mayor cantidad de empresas en el país.

Este tipo empresa (MYPE) se ha convertido en una válvula de escape al desempleo, es importante precisar que actualmente, esta forma empresarial en rubros como el sector confección viene afrontando una problemática singular que parte de la falta de un esquema productivo y comercial competitivo que ha derivado que al país ingresa mucha ropa importada , lo que ha generado pérdida de puestos de trabajo durante las últimas dos décadas, indicador preocupante si se tiene en cuenta que esta modalidad de pequeña y micro producción representa para muchas familias, la solución al problema de trabajo y de sobrevivencia; En tal sentido, a través de la presente investigación, se presenta un enfoque analítico del sector confecciones de ropa deportiva, de tal forma que se puedan conocer sus características en cuanto a financiamiento, capacitación y competitividad de las MYPES de este sector.

Las empresas fabricantes de ropa deportiva de origen peruano, entre las que se cuenta a organizaciones cuyas marcas están reconocidas en el mercado nacional y debidamente posicionadas, el mercado peruano está inundado de confecciones de ropa deportiva de marca extranjera que compite de manera desleal con el producto nacional, situación que ha generado una severa crisis en las MYPES.

En consecuencia, a partir del estudio de la micro y la pequeña empresa la presente investigación trata de caracterizar la situación de las MYPES del sector confección de ropa deportiva respecto de financiamiento y capacitación de esta forma se pueda visualizar diversas soluciones al respecto, las que se traducen en medidas a corto y mediano plazo, de manera que permitan ejecutar políticas que facilite el desarrollo económico y financiero del sector en general.

La “industria del vestido es un importante elemento en la economía de países en estado de desarrollo. La abundancia de trabajadores que aceptan bajos salarios le ha hecho bien a una industria que requiere gran cantidad de fuerza laboral para producir sus productos” (Angulo, 2004).

“Los empresarios de países desarrollados han realizado inversiones en países donde el desempleo es abundante (o tienen un empleo de subsistencia), exportando vestimenta a precios competitivos a países en donde el costo laboral es alto. Sin embargo, cuando estos países destino de los inversionistas han alcanzado un mayor grado de desarrollo, dejan de ser competitivos; es entonces cuando la producción de vestimenta se traslada a países donde existe una fuerte cantidad de mano de obra de menor costo” (Angulo, 2004). “Entre 1950 y 1960, Japón fue un significativo exportador de prendas de vestir, pero como la economía de Japón se desarrolló, empezó a ser muy costoso para los productores japoneses exportar con precios competitivos, por lo que la producción se

trasladó a Corea, Taiwán y Hong Kong. Entre los años 1970 y 1980 estos países también resultaron costosos y por lo tanto la producción se trasladó a Indonesia, Malasia, India. Actualmente, Malasia tiene la más alta tecnología, y la India e Indonesia han desarrollado significativamente el sector” (Angulo, 2004).

“Debido a que esta industria requiere gran cantidad de mano de obra y a su vez limitado capital y tecnología comparada con otras industrias, los países en desarrollo han visto una oportunidad para el crecimiento de su economía. Hace tan solo 25 años, sólo un número limitado de naciones competía en el mercado global de prendas de vestir. El mercado mundial ha crecido poco en estos años, pero el número de países productores de prendas de vestir ha crecido rápidamente” (Angulo, 2004). “Debido a este fenómeno, la competencia en el mercado global de prendas de vestir es cada vez más intensa. Esta industria es muy importante en muchos países en desarrollo, por ejemplo en Bangladesh las exportaciones de prendas de vestir representaron el 72% del valor total de todas sus exportaciones; de manera similar ocurre en la India con un 30%, Pakistán con 60%, Sri Lanka 45% y China 25%. China se ha constituido en el principal productor y proveedor mundial de prendas de vestir seguido por la India. Turquía es el más importante proveedor de prendas de vestir a la Unión Europea, mientras que México se ha convertido en el principal proveedor de EE.UU. En Sudamérica, Brasil es el más importante productor de prendas de vestir” (Angulo, 2004).

En el Perú, la industria textil y de confecciones es uno de los sectores manufactureros de mayor importancia para el desarrollo de la economía nacional, ya que por sus características constituye una industria altamente integrada, altamente generadora de empleo y que utiliza en gran medida recursos naturales del país. En tal sentido, la industria textil y de confecciones genera demanda a otros sectores, como el agrícola por

el cultivo de algodón; el ganadero, para la obtención de pelos finos y lanas; la industria de plásticos, para los botones, cierres y otros; la industria química, etc.

La “industria textil y de confecciones presenta una tendencia creciente en su producción, siendo las prendas de vestir uno de los principales productos, cuya importancia radica en el mayor valor agregado que presenta. Asimismo, el incremento en la producción a llevado a una mayor utilización de su capacidad instalada, fabricación de productos textiles (54.9%) y de prendas textiles (94.3%), siendo superiores al total de la industria no primaria (51.55%)” (Angulo, 2004).

De otra parte en los últimos años el sector textil y confecciones peruano volvieron a caer en el 2014. Entre las varias razones que explican este mal desempeño, la principal está relacionada con la demanda externa, básicamente de Venezuela, nuestro segundo mercado de destino. Los ingresos totales por exportación del sector a ese país se redujeron de US\$422.5 millones en 2013 a US\$253.9 millones este año, una caída de 39.9%, según datos de aduanas. La disminución del precio promedio de los textiles enviados a Venezuela (de US\$42.07 por kilo en 2013 a US\$25.74 por kilo en 2014) hizo que se exportara casi lo mismo, pero se pagará mucho menos.

Entre tanto, la producción de confecciones cayó por tercer año consecutivo en el 2014 (6.1% respecto al 2013). En cuanto a textiles (que también viene descendiendo desde el 2011), la producción se redujo 0.1%, según cifras de Produce; La industria peruana como textiles, como confeccionistas, tenemos que ser innovadores para aprovechar estos ciclos, ya sea el boom de pelos finos, la lana, la vicuña. No hay mucha vicuña en el mundo. Nosotros producimos el 95% de la vicuña en el mundo.

Por suerte, tenemos casi el 96% de nuestro comercio con arancel cero para exportar a todo el mundo; Por otra parte, en la localidad de Juanjui , Provincia Mariscal Cáceres donde se desarrollara el estudio, existen varios establecimientos de negocios conocidas como MYPES dedicadas a confección de ropa deportiva , pero sin embargo se desconoce si estas MYPES tienen o no acceso al financiamiento, y si es así, cuánto de interés pagan por el crédito; tampoco se sabe si las MYPES en estudio son competitivas, y si es así, cuan competitivas son y como han mejorado en los últimos tiempos, si cuentan con capacitación permanente. ¿ Cuáles son las características del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui, provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín-año 2016.?

Establecer las principales características del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui, Provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín año 2016; Determinar las principales características del financiamiento de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui, Provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín año 2016; Determinar las principales características de la capacitación de los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui, Provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín año 2016; determinar las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui, Provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín año 2016.

El presente estudio se justifica porque a nivel regional y local casi no existen estadísticas desagregadas sobre las MYPES del rubro confección de ropa deportiva, por tal motivo, es importante empezar a desarrollar trabajos descriptivos sobre las variables: financiamiento, capacitación de estas MYPES a nivel descriptivo permitirá conocer las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPES del rubro confección de ropa deportiva de la ciudad de Juanjui año 2016. Utilizando las teorías existentes sobre estas variables de investigación que permitirán formular instrumentos de recolección de datos; desde el punto de vista metodológico proporcionara un instrumento de recolección de datos (cuestionario) para el recojo de información de otros trabajos realizados en otros ámbitos geográficos, asimismo, el presente trabajo de investigación servirá como antecedentes y base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por los estudiantes de la comunidad Universitaria, tanto local como nacional.

Desde el punto de vista práctico, permitirá contar con datos estadísticos concretos sobre las principales características del financiamiento, la capacitación y la competitividad de las MYPES del rubro confección de ropa deportiva de esta manera brindar información verídica para las autoridades políticas y la sociedad civil, e investigadores la cual será utilizada para mejorar las condiciones en las cuales se desenvuelven estas empresas.

II.REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Carvajal. K (2010); realizo el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección de ropa deportiva en el recinto las golondrinas; Santo Domingo de los Tsáchilas – Ecuador; Establece un estudio de factibilidad de creación de una empresa de producción de ropa deportiva en el Recinto “Las Golondrinas” de la Provincia de Esmeraldas, El Recinto “Las Golondrinas” es un lugar estratégico que se encuentra en medio de al menos doce recintos, es el más poblado en la zona de influencia y por lo tanto su nivel de organización es mayor tanto en el orden político, administrativo y de desarrollo en infraestructura civil. Como se ha destacado no hay ninguna empresa de confección de ropa deportiva; lo cual es una responsabilidad prever lo necesario para establecer la primera, con gran prestancia, con una visión y misión de servicio a la comunidad, Estableciendo una microempresa de confección de ropa deportiva, se ayudará a solucionar en parte la necesidad de este tipo de productos; tanto a estudiantes como para habitantes de los diferentes establecimientos educativos y centros poblados aledaños.

También es importante destacar que al estructurar y poner en marcha esta microempresa se contribuye a:

Generar fuentes de trabajo.

Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona.

Ampliar los conocimientos de los colaboradores del proyecto a través de una constante capacitación.

El Proyecto de factibilidad para la creación de una Microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en el sector de Golondrinas, implica el desarrollo de toda una organización administrativa, productiva, comercial, capacitación y de transferencia de tecnología; que vaya a cubrir una de las necesidades más importantes que tiene el ser humano como es el vestido.

Los recursos económicos, materiales y humanos, necesarios para este sistema productivo son de fácil adquisición y bajo valor económico; lo que hace prever que la inversión no sea elevada, permitiendo establecer un alto índice de rentabilidad en función de que el mayor ingreso será por el componente de mano de obra.

El proyecto no tiene identificado realizar grandes inversiones, y por lo tanto se desarrollará con recursos propios; esto a la vez no implica que no se deba realizar en el periodo de funcionamiento, evaluaciones económicas y financieras.

Zapata (2004) investigó cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas. En una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona-España con el objetivo de elaborar el marco teórico en que se basa la investigación cuantitativa. Y en la segunda fase encuestó a 11 pequeñas empresas y 4 medianas empresas. Llegando a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de base la filosofía de una de las empresas en la que expresa: somos conscientes de que nuestro sector es un sector continuamente cambiante...

tienes que estar constantemente desaprendiendo y aprendiendo de nuevo. Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que puedes quedarte con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionara. Por lo que colige el investigador en lo siguiente: en la PYME debe existir una cultura organizativa abierta, es decir, que permita al director general alentar a los empleados a compartir su conocimiento y que facilite la comunicación entre los miembros de la empresa como fuente de creación interna de conocimiento. Asimismo, Zapata Investigó cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas. En una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona con el objetivo de elaborar el marco teórico en que se basa la investigación cuantitativa. Y en la segunda fase encuestó a 11 pequeñas empresas y 4 medianas empresas. Llegando a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de base la filosofía de una de las empresas en la que expresa: “Somos conscientes de que nuestro sector es un sector continuamente cambiante” “tienes que estar constantemente desaprendiendo y aprendiendo de nuevo”. Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que puedes quedarte con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionará. Por lo que colige el investigador en lo siguiente: en la PYME debe existir una cultura organizativa abierta, es decir, que permita al director general alentar a los empleados a compartir su conocimiento y que facilite la comunicación entre los miembros de la empresa como fuente de creación interna de conocimiento. Otra de las conclusiones fue que el único

atributo del conocimiento que facilita su transferencia es la facilidad de enseñanza, es decir un entrenamiento, capacitación y monitoreo constante. Conocimiento. Otra de las conclusiones fue que el único atributo del conocimiento que facilita su transferencia es la facilidad de enseñanza, es decir un entrenamiento, capacitación y monitoreo constante.

Vargas (2005) evaluó los factores que afectan el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana, precisando el papel del financiamiento, sus instrumentos y mecanismos, de acuerdo a su realidad y necesidades. Asimismo estudió cómo mejorar la intervención de los diversos factores que se oponen al desarrollo de la eficiente formación y capacitación de los recursos humanos, como también la obsolescencia de los equipos e instalaciones, así como un adecuado mantenimiento, todos estos factores atentan contra una mayor eficiencia de la producción, dificultando el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana.

Trujillo, M. (2010), en su estudio en el sector industrial – rubro confecciones de ropa deportiva de la provincia de Arequipa, llega a las siguientes conclusiones: **Respecto a los empresarios:** La edad de los representantes legales de las MYPES encuestadas que más predomina es la que fluctúa en el rango de 45 a 64 años con un 55 %. El 65% de los representantes legales encuestados son de sexo masculino. El 40% de los empresarios encuestados tienen el grado de instrucción Técnica Superior y la universitaria respectivamente. **Respecto al financiamiento:** El 75% de las MYPES encuestadas solicitó y obtuvo un crédito para su negocio ver tabla (4). El 55% de las MYPES

encuestadas recibieron créditos financieros en el año 2008; en cambio en el año 2009 tuvo un ligero descenso a un 45% que recibieron crédito. El 100% de las MYPES encuestadas que; accedieron a un crédito financiero indicaron que les fue oportuno para su negocio. El 65% de las MYPES encuestadas manifestaron que solicitaron el crédito está de acuerdo y consideran el monto suficiente, el 10% indica que el monto desembolsado por las entidades financieras fue suficiente. El 100% de las MYPES encuestadas que obtuvieron un crédito financiero lo hicieron a través del sistema no bancario. En lo que respecta a las entidades no bancarias la que más destaca por la preferencia es la Caja Municipal de Arequipa con un 25%. La tasa de interés mensual que más predomina es la que oscila en el rango de 3 a 5%; un 15% desconoce la tasa de interés pagada. El 55% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en capital de trabajo, el 15% en activos fijos y un 5% en otros relacionados al giro del negocio. El 45% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que el microcrédito financiero sí contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas, el 30% no respondieron por desconocimiento. El 20% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus empresas se incrementó en 5%, el 25% indicó una rentabilidad de 10%, 15% y 20% respectivamente.

Respecto a la capacitación: El 60% de los empresarios encuestados dijeron que no recibieron capacitación previa antes del otorgamiento de dicho crédito y el 15% dijeron que sí recibieron capacitación. El 70% de los empresarios encuestados que recibieron capacitación, lo hicieron en cursos de marketing empresarial 30%, manejo empresarial 15%, inversión del crédito financiero 5%. El 70% de encuestados que tuvieron capacitación opinó que si mejoró la competitividad de su negocio. **Respecto a las**

MYPES, los empresarios y los trabajadores: El 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron tener más de 3 años en la actividad empresarial (rubro de confecciones ropa deportiva). El 70% de los empresarios dijeron que tienen de 1 a 3 trabajadores, el 30% dijeron que tienen de 4 a 8 trabajadores. El 85% de los empresarios encuestados tienen por objetivo el de generar ingresos para la familia, el 10% para maximizar ganancias y un 5% dar empleo a la familia. El 85% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que sus trabajadores no recibieron ningún curso de capacitación. El 15% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que sus trabajadores recibieron los cursos de capacitación en el año 2009. El 60% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que consideran que la capacitación de su personal es relevante para su empresa y el 40% dijeron que no es relevante. El 15% de los representantes legales de las MYPES encuestados que dijeron que sus trabajadores fueron capacitados lo hicieron, el 5% en prestación de mejor servicio al cliente y el 10% en otros servicios afines al negocio. El 90% de los representantes legales considera que la capacitación si mejora la rentabilidad de su empresas y el 10% dijeron que no.

Morí (2011), En Su Tesis “Caracterización Del Financiamiento, La Capacitación Y Rentabilidad De Las MYPES Del Sector Comercio-Rubro Bazar En L Mercado Central De Huaraz – Ancash.”, llegó a las siguientes conclusiones:

Perfil de los representantes legales y de la MYPES

La edad promedio de los representantes legales de las empresas estudiadas oscila entre los 30 y 44 años, representando el 78% de la muestra, asimismo el 75% de los

propietarios son de sexo femenino, mientras que el 59% de los encuestados tienen grado de instrucción secundaria, y el 31% superior no universitaria. Las MYPES objeto de estudio tienen una antigüedad mayor de 10 años, que representa el 56%, asimismo el 88% de las MYPES son formales, además el 78% de los encuestados refirió que el objetivo de la empresa es generar ingresos para la familia, en cuanto al número de trabajadores cuentan con un trabajador que representa el 56%, los mismos que no son trabajadores estables sino más bien eventuales representando el 100% de la muestra estudiada.

Financiamiento de la MYPES

En relación al financiamiento, 20 de las 32 empresas estudiadas recibieron financiamiento de terceros para llevar adelante su negocio, representando el 63% de la muestra; en cuanto al tipo de entidad bancaria donde se realizó el préstamo, acudieron en su mayoría a las instituciones no bancarias que representa el 95%; la institución no bancaria más requerida fue Financiera Edifycar con el 45%, seguido de Mi Banco con el 25% ; en relación a la tasa de interés del crédito financiero es del 3% que representa el 45%; la entidad financiera que otorgaron mayores facilidades de crédito fue la entidad no bancaria con el 95%; asimismo el 100% de los representantes legales de las MYPES refirieron que recibieron el crédito solicitado; los mismos que fueron de corta plazo representando el 100%; en cuanto al número de veces del crédito solicitado, los representantes de las MYPES refirieron que fueron 2 veces representando el 60%. El crédito obtenido fue invertido en el capital de trabajo representado por el 75%, mientras que el 15% lo utilizaron en activo fijo; asimismo los gerentes encuestados refirieron que el crédito que obtuvieron mejoro su rentabilidad; en cuanto al porcentaje de incremento

de la rentabilidad fue de 5%, representando el 35%, seguido del incremento de rentabilidad del 10% que representa el 30% del total de la muestra.

Capacitación del gerente y personal

El 85% de los gerentes encuestados refieren que no recibieron capacitación previa al otorgamiento del crédito; el 50% de los encuestados, refirió que recibió un curso de capacitación y el 19% recibió dos cursos de capacitación el año 2011, mientras que el 31% de encuestados no recibió ningún tipo de capacitación; los temas de capacitación fueron: manejo empresarial e inversión del crédito financiero con el 31% y 16% respectivamente. El 10% de personal que labora en las MYPES recibió cursos de capacitación, mientras que el 90% no recibió ningún tipo de capacitación, en cuanto al número de cursos recibidas el 10% recibió un curso, el tema fue mejor servicio al cliente, esta falta de capacitaciones probamente es debido a que el personal que labora es contratado eventualmente o en campañas. Del total de encuestados, el 72% refieren que la capacitación es una inversión.

Rentabilidad

El 90% de gerentes encuestados refirieron que el crédito que obtuvieron mejoró su rentabilidad. Asimismo el 72% de los encuestados refiere que la capacitación incremento su rentabilidad, mientras que el 28% refirió que no incremento la rentabilidad de su empresa.

El 78% de los microempresarios encuestados dijeron que la rentabilidad de sus microempresas ha mejorado en los últimos dos años, mientras que el 22% refirieron que no mejoró.

El 100% de los microempresarios encuestados dijeron que la rentabilidad de sus microempresas no ha disminuido en los dos últimos años.

Reyna (2008) en un estudio sobre la incidencia del financiamiento y la capacitación en el micro y pequeñas empresas del sector Comercio estaciones de servicio de combustible en el distrito de Nuevo Chimbote, llega a las siguientes conclusiones: a) La edad promedio de los conductores del micro y pequeñas empresas fue de 50 años. b) En cuanto al sexo del representante legal, el 100% está representado por el sexo masculino. c) En cuanto al grado de instrucción, el 66.7% tienen estudios secundarios, y el 33.3% tienen estudios superiores. d) En cuanto al financiamiento el monto promedio del microcrédito fue de s/ 24,111. Las entidades financieras más solicitadas fueron el sector comercial con el 100%. Puntualizando, el Banco de Crédito fue solicitado 5 veces (55.6%) y el Banco Continental 4 veces (44.4%). En relación al destino del crédito financiero, el 66.7% respondieron que era para capital de trabajo y el 33.3% para activos fijos. En lo que respecta al crédito y la rentabilidad, el 100% de MYPE que utilizaron crédito financiero tuvieron mejores utilidades. e) En lo que se refiere a la capacitación, el 66.7% sí recibió capacitación y el 33.3%no. Los tipos de cursos más solicitados sobre capacitación fueron: Sobre recursos humanos 66.7%, marketing 55.6%, seguridad 55.6%, manejo empresarial 44.4% e inversiones 11.1%.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

Financiamiento

“El financiamiento es un concepto que cada vez toma mayor apogeo y que ha sido ampliamente analizado, pero básicamente destaca en una sola idea, que consiste en abastecerse de recursos financieros, de cualquier forma, permitiéndole al pequeño empresario conseguir el capital necesario para llevar a cabo sus operaciones y así mejorar la situación de su negocio” (Kong, 2014).

“Toda empresa, sea pública o privada, para poder realizar sus actividades requiere de recursos financieros (dinero), ya sea para desarrollar sus funciones actuales o ampliarlas, así como para el inicio de nuevos proyectos que impliquen inversión, llámese a ello financiamiento” (Hernández, A. 2002).

Lerma, A. Martín, A. Castro, A. y otros. (2007) “el financiamiento consiste en proporcionar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica. Siendo los recursos económicos obtenidos por esta vía, recuperados durante el plazo y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido”.

“En esencia, cabe destacar que el financiamiento (recursos financieros) permite a muchos micro y pequeños empresarios seguir invirtiendo en sus negocios, optando por un comportamiento más competitivo que es medido por la productividad lograda de dicha unidad económica de pequeña escala, con el fin de conseguir estabilidad económica, acceso a tecnologías, un desarrollo institucional y sobre todo participar en un ámbito más formal” (Kong, 2014).

Fuentes de Financiamiento

De acuerdo a lo planteado por Hernández, A. (2002) cualquiera que sea el caso “los medios por los cuales las personas físicas o morales se hacen llegar recursos financieros en sus procesos de operación, creación o expansión, en lo interno o externo, a corto, mediano y largo plazo, se les conoce como fuentes de financiamiento”.

“Según el estudio de Lerma, A. Martín, A. Castro, A. y otros. (2007) para la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES) la obtención de financiamiento no ha sido una labor fácil, sin embargo, se puede tener accesos a diferentes fuentes de financiamiento y utilizar cada una de ellas, con base en las ventajas y desventajas de éstas como se observa” (Kong, 2014).

“Así mismo, en el Perú las MYPES cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las que son reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) como las que no son reguladas por la misma. Tal y como se presenta” (Kong, 2014):

Clasificación de las fuentes de financiamiento

Formal

Bancos

Bancos comerciales, de consumo

Entidades no bancarias

CRAC, CMAC, EDPYME, Cooperativa de Ahorro y Crédito

No Formal

Semiformal

Privado

ONG, Cámara de Comercio

Casa Comercial, Camal, Agroindustria, Empresa Comercializadora

Público

Ministerio de Agricultura (MINAG)

Banco de Materiales (BANMAT)

Informal

Transportista Mayorista, Proveedor, Otro comerciante, Habilitador Informal, Tienda

Bodega, Familiar, Amigo o Vecino, Prestamista individual, Otros.

Junta o Pandero

Fuentes de financiamiento formal

En base a las investigaciones de Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C; y otros. (2001), “las fuentes de financiamiento formal son aquellas entidades especializadas en el otorgamiento de créditos y supervisadas directamente o indirectamente por la SBS. Tales como”:

Bancos

“Entidades financieras no bancarias: cajas rurales, cajas municipales, EDPYME, y cooperativas de ahorro y crédito” (Kong, 2014).

“Es preciso mencionar que para el año 2013 en el departamento de Lambayeque las fuentes de financiamiento formales bordearon un saldo de colocaciones del sistema financiero de S/. 3 741,6 millones, del cual S/. 1 252,9 millones, representó el saldo alcanzado en enero del año 2013, otorgado a la pequeña y micro empresa, representando

un incremento del 12,1% con relación al mes paralelo al año anterior 2012” (Kong, 2014). “Considerando que cada día las microempresas tienen más oportunidades de conseguir financiamiento, no solo de organismos privados, sino también de otras entidades. La variedad de oferta en el mercado hace posible que en la actualidad existan diferentes propuestas de conseguir financiamiento formal” (Kong, 2014):

Detallamos a continuación esas formas de financiamiento:

Bancos

“En el Perú, los Bancos son las instituciones reguladas que ofrecen servicios financieros múltiples, además de ofrecer servicios de depósitos, estas instituciones a partir de los años 80 empezaron a prestar a la pequeña y microempresa, actualmente algunos de los más importantes bancos participan en ese sector”. (Conger, L; Inga, P y Webb, R., 2009).

“Cabe recalcar que ahora los Bancos son la fuente más común de financiamiento, y en la actualidad han desarrollado diversos productos dirigidos a la MYPE cuyo acceso no resulta difícil”. (Pro Inversión, 2007).

“Se puede indicar entonces que los bancos son aquellos cuyo negocio principal consiste en captar dinero del público en depósito o bajo cualquier modalidad contractual, y en utilizar ese dinero, su propio capital y el que obtenga de otras fuentes de financiamiento en conceder créditos en las diversas modalidades, o aplicarlos a operaciones sujetas a riesgos de Mercado” (Kong, 2014).

Cajas municipales de ahorro y crédito

“Una caja es una institución regulada de propiedad del gobierno municipal, pero no controlada mayoritariamente por dicha institución, recibe depósitos y se especializa en los préstamos para la pequeña y microempresa. En el año 1982 empezaron como casas

de empeño y a partir del año 2002 fueron autorizadas a operar en cualquier lugar del país ofreciendo muchos de los servicios bancarios”. (Conger, L; Inga, P y Webb, R., 2009).

Portocarrero, F. (2000) “ coincide con lo anteriormente mencionado, pero recalca que existen problemas institucionales que las CMAC enfrentan, derivados de su estructura de propiedad, que dificulta la ampliación de su base patrimonial, de la rigidez de su gestión como empresas públicas y de sus problemas de gobernabilidad”.

“A todo ello, el estudio realizado por Pro Inversión (2007) y los autores ya mencionados destacan que estas instituciones captan recursos del público con el fin de realizar operaciones de financiamiento, dando preferencia a las pequeñas y microempresas. Solicitando usualmente garantías prendarias que deben representar por lo menos tres veces el importe del préstamo” (Kong, 2014).

Cajas rurales de ahorro y crédito

“Las CMAC fueron creadas en 1992 como instituciones especializadas dirigidas a servir a la agricultura. Desde sus inicios, ya en la práctica han ofrecido servicios financieros al sector agrícola, al sector comercio, y a los servicios en áreas urbanas. Desde este siglo las cajas rurales diversificaron sus operaciones e incluyeron a las pequeñas y microempresas” (Kong, 2014).

“Cabe mencionar que son instituciones reguladas que están autorizadas a recibir depósitos y ofrecer todo tipo de préstamos, pero no están autorizadas para manejar cuentas Corrientes”. (Conger, L; Inga, P y Webb, R., 2009).

A modo de conclusión Pro Inversión. (2007) “menciona que estas instituciones captan recursos del público y su especialidad consiste en otorgar financiamiento

preferentemente a la mediana, pequeña y microempresa del ámbito rural. Las que para otorgar financiamiento, solicitan entre otros documentos, licencia municipal, título de propiedad y estados financieros”.

Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa

“Las EDPYME son instituciones reguladas no bancarias, especializadas en otorgar préstamos a la pequeña y microempresa y que no reciben depósitos. Estas instituciones nacieron como ONG Microfinancieras y a fines de los años 90 se convirtieron en instituciones reguladas”, (Conger, L; Inga, P y Webb, R., 2009). “Su especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a los empresarios de la pequeña y microempresa, solicitando usualmente el autoevalúo de propiedades”. (ProInversión, 2007)

Cooperativas de ahorro y crédito

“Las cooperativas de ahorro y crédito son asociaciones supervisadas por la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (FENACREP). Las mismas que están autorizadas a recibir depósitos y hacer todo tipo de préstamos a sus miembros”. (Conger, L; Inga, P y Webb, R., 2009)

Fuentes de financiamiento semiformal

Alvarado, J., Portocarrero, F., Trivelli, C., y otros (2001) “de acuerdo al estudio que realizaron mencionan, que éstas son entidades que estando registradas en la SUNAT, o siendo parte del Estado, efectúan operaciones de crédito sin supervisión de la SBS”. “Estas instituciones tienen grados diversos de especialización en el manejo de los créditos y una

estructura organizativa que les permite cierta escala en el manejo de los créditos; entre ellas están las ONG y las instituciones públicas” (Banco de Materiales -BANMAT- y Ministerio de Agricultura – MINAG) (Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001)

ONG

“En el Perú las ONG más importantes son como programas de microfinanzas miembros de Copeme, asociación gremial que promueve la pequeña y microempresa” (Conger, L; Inga, P y Webb, R., 2009). “Siendo muchas de estas organizaciones no gubernamentales las que operan programadas de microfinanzas como su programa central o como uno más de sus programas de servicios. Estas ONG se autorregulan con la asistencia de Copeme, que les presta asesoría sobre estándares internacionales en buenas prácticas y buen gobierno para el sector de las microfinanzas”. (Conger, L; Inga, P y Webb, R., 2009)

Fuentes de financiamiento informal

“El crédito no formal es el resultado de la interacción de una vasta demanda por servicios financieros que no puede ser satisfecha por prestamistas formales, por lo que a su vez cuentan con mayor presencia en escenarios donde logran mitigar las imperfecciones de los mercados financieros y/o cuando existen fallas en otros mercados” (Kong, 2014).

“Es allí donde surgen las fuentes de financiamiento informal, que vienen a ser todos los individuos (personas naturales) que por diversas razones efectúan préstamos, así como a entidades que no cuentan con estructura organizativa para el manejo de los créditos”

(Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001). “En este grupo tenemos a los prestamistas informales (individuos), a las juntas, comerciantes, entre otros”.

(Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001).

Agiotistas o prestamistas profesionales

“Son el grupo generalmente asociado con los préstamos informales, aun cuando su cobertura por lo general es muy reducida. Este tipo de créditos se caracteriza por una alta tasa de interés y muchas veces es otorgado contra la prenda de algún bien”.

(Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001)

Juntas

“Son mecanismos que incluyen la movilización de ahorros y el otorgamiento de créditos. En esta modalidad, existe un grupo en el cual el nivel de conocimiento y/o las relaciones sociales suelen ser muy fuertes, se acuerda ahorrar una cierta cantidad de dinero en un plazo dado, luego del cual el dinero es prestado a uno de los integrantes. El crédito termina cuando todos los miembros reciben el crédito” (Von Piske, 1992) citado por (Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001).

Comerciantes

“Son quizá la fuente más extendida de créditos informales. Entre ellos destacan las tiendas o bodegas locales, los compradores de productos finales y los proveedores de insumos. Muchas veces estos préstamos se dan bajo la modalidad de contratos interrelacionados”. (Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001).

Ahorros Personales

“Los ahorros personales son, la primera fuente de financiamiento con capital que se usa cuando se inicia un nuevo negocio. Con pocas excepciones el empresario debe aportar una base de capital, por lo que un nuevo negocio necesita de un capital que le permita cierto margen de error. En los primeros años un negocio no puede darse el lujo de desembolsar grandes cantidades para pagos fijos de la deuda. También es poco probable que un banquero, o cualquier persona en este caso, preste dinero para un nuevo negocio si el empresario no arriesga capital propio”. (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L., 2007).

“Con lo ya mencionado se considera que ésta es una forma de obtener financiamiento sin tener que pagar ningún interés, esto incluye recurrir a los ahorros personales o de cualquier otra fuente personal de la que se disponga, el vender algún bien, en usar hasta el propio dinero del negocio para volver a reinvertirlo, entre otras opciones” (Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C, y otros. 2001).

Capacitación

La relevancia del tema obliga a manejar un concepto práctico de capacitación y a conocer los objetivos que ésta pretende alcanzar, al operar programas de formación en el interior de las unidades productivas: La capacitación es un proceso a través del cual se adquieren, actualizan y desarrollan conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño de una función laboral o conjunto de ellas.

Existen diversos puntos de vista sobre lo que significa el concepto de capacitación, a continuación se muestran algunas definiciones de diversos autores: “La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a los empleados nuevos y actuales, las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo” (Dessler, 2001, p.249). “Adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo” (Arias, 1973, p.320) “Es el conjunto de actividades encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo” (Rodríguez, 1991, p.2) “Consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador” (Siliceo, 1982, p.20) Cada autor maneja de distinta manera el concepto de capacitación pero en términos generales este concepto siempre va encaminado a un solo objetivo que es el desarrollar las habilidades personales e intelectuales con las que cuenta cada individuo en una organización para poder llevar a cabo las actividades requeridas en su trabajo diario. La capacitación es un concepto el cual como administrador debemos conocer y manejar ya que, parte de nuestras tareas dentro de una empresa será el capacitar al personal para que podamos cumplir con los objetivos que la empresa persigue y así poder conseguir el desarrollo y crecimiento de esta misma, además de que contemos con empleados calificados y aptos para desarrollar distintas funciones.

Objetivos de la investigación.

Fomentar el desarrollo integral de los individuos y en consecuencia el de la empresa.

Proporcionar conocimientos orientados al mejor desempeño en la ocupación laboral.

Disminuir los riesgos de trabajo.

Contribuir al mejoramiento de la productividad, calidad y competitividad de las empresas

El Proceso De Capacitación

“La administración de un proceso de capacitación implica una serie de funciones y tareas que pueden ser integradas en cinco fases básicas: diagnóstico, planificación, organización, ejecución y evaluación. A cada una de estas fases corresponden diversas etapas” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

Diagnóstico

“Apunta a las necesidades de capacitación en una organización dada.

Estas necesidades en la mayor parte de los casos no son explícitas sino latentes.

Este estudio comprende tres etapas:

Análisis organizacional

Análisis funcional

Identificación de las Necesidades de Capacitación” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

Análisis organizacional:

“Consiste en relevar y explicitar la misión fundamental de la organización, objetivos, metas, políticas y prioridades, a fin de deducir las prioridades de capacitación genéricas, en términos de competencias laborales requeridas para la consecución de los propósitos institucionales. O sea en qué grado la organización dispone o no efectivamente de dicho potencial” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

Análisis Funcional

“En esta etapa se constatará la brecha existente entre las competencias referidas por la gestión institucional y las competencias disponibles.

Este examen orientará la identificación de las necesidades efectivas de capacitación, en la etapa subsiguiente.

El análisis funcional consiste en un estudio de la realidad de gestión y el personal en los diversos niveles y sectores de la organización en su conjunto” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

Identificación de las Necesidades de Capacitación

“En esta última etapa de la fase “Diagnóstico”, se deberán reconocer y describir aquellas necesidades de competencias laborales que podrán ser satisfechas por las acciones de Capacitación. Esto incluye determinar prioridades para su satisfacción, lo cual resulta indispensable para la “Planificación”.

En ello deberán participar los niveles decisorios de la organización” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

Planificación

“Esta fase está destinada a establecer la estrategia y el plan de acción. Se diferencian dos etapas:

Formulación de la estrategia

Planeamiento operacional

Formulación de la estrategia:

Agrupamiento de necesidades (por denominadores comunes: puestos, tareas, técnicas, etc.)” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

“Determinación de objetivos direccionales (especificidad, mensurabilidad, databilidad - plazo concreto de concreción-)

Análisis de insumos disponibles. Relevamiento de los recursos disponibles: humanos, materiales, financieros, tecnológicos) con que se cuenta

Elección de los cursos de acción se debe elegir aquel tipo de modalidad de actividad de capacitación que parezca más ventajosa para los fines previstos. Deberá orientarse a criterios de eficacia, eficiencia, factibilidad, viabilidad” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

Planeamiento operacional:

“Es el diseño puntual de las actividades y procesos que tienen lugar en la implementación de la acción de capacitación escogida.

Diseño del proceso de constitución del grupo destinatario: establecer modalidades, plazos de convocatoria, reclutamiento, selección e integración de los destinatarios de la actividad” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

“Diseño y Programación curricular: consiste en la descripción pormenorizada de la acción de capacitación por encararse, desagregando y articulando sus elementos en una secuencia lógica y cronológica, o sea: determinación de objetivos operacionales, selección y organización de contenidos curriculares; determinar métodos y técnicas pedagógicas; identificación de actividades de enseñanza y aprendizaje; determinar recursos, medios, y

materiales didácticos; determinar el modo de evaluación de los integrantes; establecer cronograma de desarrollo de la actividad.

Diseño del procedimiento de evaluación de la actividad.

Presupuestación: efectuar el cálculo de costos de la actividad en los distintos rubros que conlleva (remuneración, equipamiento, materiales didácticos y de apoyo administrativo, etc.)” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010)

Organización

“La tercera fase consiste en disponer, estructurar y colocar en situación de operabilidad los distintos insumos que deberán intervenir en la implementación de la actividad. Se distinguen dos etapas” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

“Organización del equipo responsable: el que tendrá que llevar a cabo la actividad de capacitación: el de coordinación global, el de conducción de las actividades de enseñanza-aprendizaje (instructores); el de asistencia técnica de los instructores (expertos en capacitación); el de apoyo administrativo (registro, control, provisión de recursos, etc.)” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

“Aprestamiento de infraestructura: asegurar los recursos materiales y tecnológicos necesarios para desarrollar la actividad; lugar (aula, laboratorio), medios y materiales (textos, proyector) instrumento de registro y control (planillas, libros de aula, etc.)” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

Ejecución

“La cuarta fase corresponde a la implementación de las actividades planificadas

Constitución del grupo destinatario (convocatoria, reclutamiento, selección, etc)

Desarrollo de la actividad Esta etapa es el procesamiento de todos los recursos asignados según el plan elaborado y los objetivos establecidos.

Relevamiento de datos relevar aquellos datos que constituirán el insumo necesario para la fase de “Evaluación “siguiendo el plan trazado” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

Evaluación

“La finalidad de esta fases proveer una ponderación global de la actividad en cuanto a eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos fijados.

Se compone de cuatro etapas:

Procesamiento y análisis de datos

Evaluación terminal

Seguimiento

Retroalimentación” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

La importancia de la capacitación

“Consideramos a la capacitación como uno de los medios prioritarios en la política de Administración de Personal que permite mejorar la eficiencia del trabajo de la organización” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

“Convierte el esfuerzo humano en tareas de alta calidad y trascendencia” (Kong, 2014).

“Además, proporciona a los empleados la oportunidad de adquirir actitudes, conocimientos y habilidades que aumentan su competencia y comprensión de la misión y funciones de la organización” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

“Esto permite que el personal se desempeñe con eficacia en su trabajo y reúna las condiciones requeridas para futuros cargos y ascensos. También les ofrece la oportunidad de superarse y sobrepasar las exigencias del cargo que ocupa. “La capacitación protege la “vitalidad” de la institución”. Su “intención” es afrontar nuevas necesidades y su “actitud” la promoción de toda renovación positiva. La capacitación nos permite transmitir no sólo conocimientos sino crear la inquietud de cada persona, respecto a que siempre existe una manera de hacer las cosas, o sea, promover al cambio en la actitud mental, que, a veces esquematizada por el tiempo y la rutina, resiste toda posibilidad de innovación en la actividad diaria” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

“La capacitación ofrece: Formación grupal. Ampliación del cambio conocido. Profundización en algún aspecto. Aplicación de conceptos adquiridos, en un futuro.

El capacitar es la acción por la cual la organización ofrece a los empleados la posibilidad de ampliar su competencia, en favor de los intereses de ambos” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

“El “perfeccionamiento” implica la iniciativa que el empleado tiene de aprovechar las oportunidades de capacitación disponible -dentro y/ o fuera de la institución- para lograr su superación en el trabajo” (Barria, Aizza, Bravo y Arias, (2010).

MYPES

“El nacimiento de una cultura emprendedora que se caracteriza por “la capacidad de ver oportunidades y aprovecharlas” (Pro Inversión, 2007), “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 MYPES” (Kong, 2014).

“Según el estudio realizado por Pro Inversión (2007), una MYPES 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” (Kong, 2014).

“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” (Kong, 2014)..

Para Regalado, H., (2006) “las MYPES 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 MYPES fluctúan entre el 95% a 98% de la economía constituida por el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPES), contribuyendo al 42% de la producción nacional y al 88% del empleo privado; las MYPES 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” (Kong, 2014)..

Para Foschiatto, P. y Stumpo, G., (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”.

“En particular, una pequeña empresa es un establecimiento que requiere poca inversión, mínima organización, y posee una gran flexibilidad para adaptarse a los cambios del entorno; en general, los éxitos de una pequeña empresa que está organizada corporativamente, generarán movimientos económicos importantes en la clase empresarial de su país”. (Hinojosa, C., 2012).

Características de las MYPES

“Según SUNAT y el Ministerio de Trabajo de acuerdo a las últimas normas legales, las MYPES 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” (Kong, 2014).

Niveles de ventas anuales:

Según Kong, existen niveles de ventas:

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.

Para Pro Inversión y ESAN (2007) entre las características comerciales y administrativas de las MYPES 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 MYPES y lo destaca de esta forma la investigación que realizó, Pro Inversión (2007): 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 (Kong, 2014).

Clasificación de MYPES por actividad económica

“Las MYPES, 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” (Kong, 2014).

“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” (Kong, 2014).

Industriales

“Son aquellas empresas cuya actividad básica es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas”. (Rodríguez, J., 2002)

“Las industrias, pueden sub-clasificarse en” (Kong, 2014):

Extractivas: “aquellas que se dedican a la extracción y explotación de los recursos naturales, sin modificar su estado original. Por ejemplo: empresas mineras o pesqueras”. (Rodríguez, J., 2002)

“En el Perú el micro y pequeñas empresas vinculadas a actividades extractivas según la clasificación CIIU representan el 2,7%. Representando un 0,3% la Pesca y un 0,5% la minería”. (CODEMYPE, 2010)

Manufactureras: “son las que se dedican a adquirir materia prima para someterla a un proceso de transformación, al final del cual se obtendrá un producto con características y naturalezas diferentes a las originales. Por ejemplo: empresas de productos alimenticios, de vestido, de papel, maquinaria pesada, productos químicos, etc.” (Rodríguez, J., 2002).

“Este sector, representa un 10,3% de las MYPES en el Perú, siendo aproximadamente 122,344 empresas, el mismo que agrupa actividades económicas que transforman la materia prima e insumo, en la generación de bienes orientados al consumo humano (bienes finales) o al consumo de la industria (bienes intermedios)”. (CODEMYPE, 2010)

Agropecuarias: “son aquellas cuya función básica es la explotación de la agricultura y la ganadería, por ejemplo: empresas pasteurizadas de leche, tejidos y cooperativas, etc.” (Rodríguez, J., 2002)

“Siendo un 1,9% las MYPES que se dedican a dicha actividad a nivel nacional” (Kong, 2014).

Comercio

“Son el tipo de empresas que se dedican a adquirir cierta clase de bienes o productos, con el objetivo de venderlos posteriormente en el mismo estado físico en que fueron adquiridos, aumentando el precio de costo o adquisición, un porcentaje denominado margen de utilidad”. (Rodríguez, J., 2002)

“Según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), el 47,2% de las MYPES a nivel nacional desarrollan actividades de comercio”. (CODEMYPE, 2010)

“Este tipo de empresas son intermediarias entre el productor-consumidor y pueden clasificarse en” (Kong, 2014):

Mayoristas: “aquellas que realizan ventas a gran escala o a empresas minoristas que, a su vez, distribuyen el producto al mercado de consumo. Las ventas al por mayor aportan el 23,8% de las empresas de comercio a nivel nacional” (Kong, 2014).

Minoristas o detallistas: “aquellas que venden productos al menudeo, o en pequeña cantidad directamente al consumidor” (Kong, 2014).

“Las mismas que representan el 68,7% de las empresas de comercio a nivel nacional”. (CODEMYPE, 2010)

Comisionistas: “son aquellas que se dedican a vender artículos de los fabricantes, quienes les dan mercancía a consignación, percibiendo por ello una comisión” (Kong, 2014).

“En estas podemos encontrar a las MYPES que se dedican al mantenimiento y reparación de vehículos que tienen una participación del 7,5% de las mismas”. (CODEMYPE, 2010)

Servicios

“Son aquellas empresas en las que, con el esfuerzo del hombre, producen un servicio para la mayor parte de una colectividad en determinada región, sin que el producto, objeto del servicio, tenga naturaleza corpórea”. (Rodríguez, J., 2002).

“El sector servicios representa el 37,0% de las MYPES en el Perú (441,445 empresas) sector que agrupa a las empresas que brindan servicios orientados tanto a las personas como a las empresas” (Kong, 2014).

Elementos de una Micro y pequeña empresa

Producción

“En términos generales, Zorrilla, S. (2004) se refiere a la producción como la creación de bienes y servicios. Es decir que debe comprender la totalidad de la vida económica. Transformar la materia, no solo referida a una transformación física, sino también a la adaptación del objeto a la necesidad y en todo lo que facilita su utilización” (Kong, 2014). Para precisar mejor, el concepto de producción se puede definir según diversos puntos de vista:

“Desde el punto de vista económico, la producción es la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de los factores de producción (tierra, trabajo y capital) por parte de las empresas (unidades económicas de producción), con la finalidad de que sean adquiridos o consumidos por las familias (unidades de consumo) y satisfagan las necesidades que estas presentan” (Kong, 2014).

“Desde la perspectiva técnica, la producción se define como la combinación de una serie de elementos (factores de producción), que siguen una serie de procedimientos definidos

previamente (tecnología) con la finalidad de obtener unos bienes o servicios (producto)” (Kong, 2014).

“Desde la perspectiva funcional-utilitaria, la producción es un proceso mediante el cual se añade valor a las cosas, se crea utilidad a los bienes, es decir, se les aporta un valor añadido”.

Ingresos

Según Martínez, R. (2009), “será ingreso todo aumento de recursos obtenido como consecuencia de la venta de productos comerciales o por la prestación de servicios, habituales o no, además de los beneficios producidos en un ejercicio económico”.

“Por otro lado, la Norma Internacional de Contabilidad N°18 define los ingresos en el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros, como incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incremento de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la entidad” (Kong, 2014).

Empleo

Barba, J. (2011) “define el empleo como una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario. Así también recalca que es el desempeño de una actividad laboral que genera ingresos económicos o por la que se recibe una remuneración o salario. Lo que está referido básicamente a cualquier tipo de actividad o tarea necesaria para cubrir las necesidades básicas del ser humano (alimentación, limpieza, higiene, educación, etc.)”.

“Cabe mencionar también que la mano de obra aunada al empleo representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto. Existe la mano de obra directa como indirecta, la mano de obra directa constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, sea por acción manual o por operación de una máquina o equipo. Mientras que existe una mano de obra indirecta que no se puede razonablemente asociar con el producto terminado o que no participa estrechamente en la conversión de los materiales en producto terminados”. (Siniestra, G. y Polanco, L. 2007).

Tecnología

“La tecnología se puede definir como el sistema de conocimientos y de información derivado de la investigación, de la experimentación o de la experiencia y que, unido a los métodos de producción, comercialización y gestión que le son propios, permite crear una forma reproducible o generar nuevos o mejorados productos, procesos o servicios” (Benavides, C., 1998)

“Para Proveda, G. (2007) la tecnología permite extender el alcance de la actividad humana, en todo ámbito organizacional, ya sea producción, comercialización, distribución, uso o consumo de bienes y servicios” (Kong, 2014).

Así, “la tecnología se hace presente cuando se encuentran involucradas las seis M’s y se da una interrelación entre las mismas”:

“Machine: equipos, dispositivos, aparatos, instrumentos” (Kong, 2014).

Métodos: “procedimientos enfocados a la obtención de un bien o servicio final” (Kong, 2014).

“Man Power: destrezas, capacidades, conocimiento práctico, habilidades que posee el personal de la empresa” (Kong, 2014).

“Management: dirección y estructura organizacional” (Kong, 2014).

Materiales: “insumos, productos y otros elementos involucrados en la obtención del bien o servicio final” (Kong, 2014).

“Money: inversiones en tecnología o rubros vinculados” (Kong, 2014).

Proveedores

“Para López, P. (2008) los proveedores son empresas que garantizan el suministro de materias primas y/o servicios de transporte a una empresa fabricante”.

“Así mismo, se refiere a las personas que surten a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad. Por lo que un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta” (Kong, 2014).

2.3. Marco Conceptual.

MYPES.

“Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios” (Kong, 2014), que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086)

Es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

Formalización y Constitución

El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, se debe pues propiciar el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen una MYPE, eliminando pues todo trámite tedioso.

Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. En el caso de que las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta.

Definición del Financiamiento

“En términos generales, el financiamiento es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado” (Sarmiento, 2011). “Así mismo, 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. 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” (Sarmiento, 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” (Sarmiento, 2011).

Concepto de capacitación.

“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” (Sarmiento, 2011).

“También se puede definir a la capacitación como el proceso de aprendizaje al que se somete una persona a fin de obtener y desarrollar la concepción de ideas abstractas mediante la ampliación de procesos mentales y de la teoría para tomar decisiones no programadas” (Sarmiento, 2011).

“Así también otras teorías manifiestan que la capacitación es el conjunto de conocimientos sobre el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz. 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” (Sarmiento, 2011). “Así mismo, es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno” (Sarmiento, 2011).

“Por lo contrario, la capacitación no debe confundirse con el adiestramiento, este último que implica una transmisión de conocimientos que hacen apto al individuo ya sea para un equipo o maquinaria” (Sarmiento, 2011).

“La función de capacitación es una técnica de formación, que se le brinda a una persona o individuo para que desarrolle sus conocimientos, habilidades y actitudes, de manera más eficaz a fin de mejorar su rendimiento presente o future” (Lastra, 2009).

“Un programa de capacitación implica brindar conocimientos, que luego permitan al empresario en la medida necesaria desarrollar su labor y sea capaz de resolver los problemas que se le presenten durante su desempeño, de manera sistemática y organizada en función de objetivos definidos” (Lastra, 2009).

“Ésta repercute en el individuo de dos diferentes maneras:

Eleva su nivel de vida: La manera directa de conseguir esto es a través del mejoramiento de sus ingresos, por medio de esto tiene la oportunidad de lograr una mejor plaza de trabajo y aspirar a un mejor salario” (Lastra, 2009).

“Eleva su productividad: esto se logra cuando el beneficio es para ambos, es decir empresa y colaborador” (Lastra, 2009).

Importancia de la capacitación

“En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo” (Lastra, 2009).

“La obsolescencia, también es una de las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a sus colaboradores, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia” (Lastra, 2009).

“Para las empresas u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redonda en beneficios para la empresa” (Lastra, 2009).

Beneficios de la Capacitación.

“La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Recursos Humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización” (Lastra, 2009).

Cómo beneficia la capacitación a las organizaciones:

“Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas. Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.

Crea mejor imagen.

Mejora la relación jefes-subordinados.

Se promueve la comunicación a toda la organización.

Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos” (Lastra, 2009).

“Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas. Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.

Contribuye a la formación de líderes y dirigentes” (Lastra, 2009).

Cómo beneficia la capacitación al personal:

“Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas. Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.

Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.

Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.

Sube el nivel de satisfacción con el puesto.

Permite el logro de metas individuales.

Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.

Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual” (Lastra, 2009).

Cómo determinar las necesidades de capacitación.

“Corresponde al empresario la responsabilidad de detectar los problemas provocados por la carencia de capacitación. A él le compete todas las decisiones referentes a la

capacitación, bien sea que utilice o no los servicios de asesoría prestados por especialistas en capacitación” (Lastra, 2009).

“Los principales medios utilizados para efectuar el reconocimiento de necesidades de capacitación son” (Lastra, 2009):

Evaluación del desempeño: “Mediante ésta, no sólo es posible descubrir a los colaboradores que vienen ejecutando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino averiguar también qué sectores de la empresa reclaman una atención inmediata de capacitación” (Lastra, 2009).

Observación: “Verificar dónde hay evidencia de trabajo ineficiente, como daño de equipo, atraso en el cronograma, pérdida excesiva de materia prima, número elevado de problemas disciplinario, alto índice de ausentismo etc.” (Lastra, 2009)

Cuestionarios: “Investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación que evidencien las necesidades de capacitación” (Lastra, 2009).

Reuniones de Coordinación: “Discusiones acerca de asuntos concernientes a objetivos organizacionales, problemas operativos, planes para determinados objetivos y otros asuntos administrativos” (Lastra, 2009).

Modificación del trabajo: “Cuando se introduzcan modificaciones parciales o totales en las rutinas de trabajo, es necesario capacitar previamente a los empleados en los nuevos métodos y procesos de trabajo” (Lastra, 2009).

Técnicas de Capacitación.

“Después de determinar las necesidades de capacitación y de establecer los objetivos de capacitación de sus empleados, se puede llevar a cabo la capacitación. Las ventajas y desventajas de las técnicas de capacitación más comunes son las siguientes” (Lastra, 2009):

“Capacitación en el puesto: Contempla que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real. En muchas empresas este tipo de capacitación es la única clase de capacitación disponible y generalmente incluye la asignación de los nuevos empleados a los trabajadores o los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real” (Lastra, 2009).

La capacitación en el puesto tiene varias ventajas:

“Es relativamente económica; los trabajadores en capacitación aprenden al tiempo que producen y no hay necesidad de instalaciones costosas fuera del trabajo como salones de clases o dispositivos de aprendizaje programado. El método también facilita el aprendizaje, ya que los empleados aprenden haciendo realmente el trabajo y obtiene una retroalimentación rápida sobre lo correcto de su desempeño” (Lastra, 2009).

Conferencias: “Dar pláticas o conferencias a los nuevos empleados puede tener varias ventajas. Es una manera rápida y sencilla de proporcionar conocimientos a grupos grandes de personas en capacitación” (Lastra, 2009). “Como cuando hay que enseñar al equipo de ventas las características especiales de algún nuevo producto. Si bien en estos casos se pueden utilizar materiales impresos como libros y manuales, esto podría

representar gastos considerables de impresión y no permitir el intercambio de información de las preguntas que surgen durante las conferencias” (Lastra, 2009).

Técnicas audiovisual: “La presentación de información a los colaboradores mediante técnicas audiovisuales como películas, circuito cerrado de televisión, cintas de audio o de video puede resultar muy eficaz y en la actualidad estas técnicas se utilizan con mucha frecuencia” (Lastra, 2009).

Ropa deportiva.

La ropa de deporte o ropa deportiva es ropa específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultural.

II. METODOLOGÍA.

Un diseño metodológico es la forma particular como cada interventor/a organiza su propuesta de intervención. Lo metodológico debe estar soportado por la postura epistemológica, conceptual y ontológica del interventor/a; es decir, cada diseño metodológico ha de responder con coherencia interna a la concepción de ser humano, a la concepción de educación y a los principios pedagógicos que orientan a cada interventor/a en su quehacer.

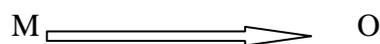
Por lo tanto, la estrategia de intervención depende del tipo de estudio que se elija (el enfoque), ya que éste determina el diseño, el proceso propuesto a la comunidad, la Información generada, la forma como se trabajará con la comunidad y el lugar del profesional interventor.(García, 2009).

El tipo de investigación, Se desarrolló una investigación descriptiva porque sólo se abarco el análisis de una población en función a la variable de estudio.

3.1. Diseño de la investigación.

No experimental: no se manipularan las variables por lo que la investigación es no experimental, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto observándolas y describiéndolas.

Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.



Donde:

M = Muestra conformada por las MYPES
encuestadas.

O = Observación de las variables: Fuentes de Financiamiento y
Capacitación.

3.2. Población y Muestra.

Área geográfica del estudio

La actual ubicación geográfica de Juanjui, como ciudad, se debe a su fundador, el español **José Gaspar López Salcedo** quien llegó al Perú en 1817 acompañado de otro militar español de nombre **Pedro Vásquez**. De fuentes de los tataranietos de Gaspar López se sabe que cuando se produjo el desembarco de las fuerzas libertadoras del General José de San Martín, el entonces Gobernador de Trujillo, José Bernardo de Torre Tagle, decidió plegarse a la causa independentista revelándose contra la autoridad del Rey de España y declarando la independencia de Trujillo el 29 de diciembre de 1820. Torre Tagle decidió licenciar a sus tropas y que ellos escojan la causa que defenderían. Entre estos estaba el español Gaspar López, quien decidió continuar fiel a la causa real, marchándose junto con algunos hombres hacia Chachapoyas en donde se reorganizaban los ejércitos realistas para enfrentar al general patriota Álvarez de Arenales. El enfrentamiento se produjo el 6 de junio de 1821 en la batalla de Higos Urco en donde fueron derrotados los realistas y desorganizados, es entonces cuando López Salcedo, Pedro Vásquez y algunos realistas más decidieron seguir luchando por la causa realista y marcharon hacia Moyobamba con la esperanza de encontrar nuevas fuerzas a las cuales integrarse, situación que no prosperó dado que al llegar a esta ciudad se encontraron con una férrea resistencia patriota; meses más tarde devendría todo esto en la declaración de la independencia de Moyobamba

ocurrida el 19 de agosto de 1821, hecho que desalentó y derrumbó definitivamente los sueños monárquicos de aquellos militares españoles.

Decepcionado, López Salcedo decide abandonar las armas y buscar en la tranquilidad de la ciudad de Lamas el inicio de una nueva vida. Es así que en esta ciudad contrae matrimonio y se dedica a las actividades agrícolas. Al relacionarse con la gente trabajadora del lugar se informa de la existencia del caserío de Chacho en las orillas del Río Huallaga, distante sólo a tres días de camino desde Lamas. Le contaron de la abundancia de peces y animales del monte, lo que hizo renacer su espíritu aventurero.

Muy pronto decidió un viaje al lugar en compañía de amigos convenciéndose de la realidad de las versiones que hablaban de la abundancia de recursos comestibles, después del cual hizo dos viajes más, en el último decidió hacerlo con su esposa y su hijo peruano, con la intención de quedarse allí.

Era el año 1826, formando ya parte de la *población de Chacho*, se percató que el lugar ideal para ampliar el pueblo, era la pampa aledaña a la margen izquierda de la quebrada de Juanjuicillo, pero el *curaca "Llullunco"* se oponía férreamente a esto. López Salcedo tuvo que esperar a que muriera el curaca para convencer a la gente de la necesidad de reubicar el poblado con miras a un futuro desarrollo. La tarea duró muchos meses, debido a que se tuvo que tumbar árboles, luego de lo cual se trazó el cuadrilátero de lo que sería la Plaza de Armas, lotizándose los terrenos del contorno y cuadras cercanas. Se fundó la capilla en el lugar donde ahora se ubica el ex cine Lux y allí se hizo la ceremonia de fundación de la nueva ciudad el 24 de septiembre de 1827.

Población y muestra:

La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector confección de ropa deportiva con un total de 20 MYPES. La cual se tomó de forma intencionada. 12 MYPES como muestra.

Criterios de inclusión

Propietarios de la Zona urbana de la ciudad de Juanjui.

Aquéllos que estén presentes en todas las encuestas realizadas.

Criterio de exclusión

No se consideró propietarios de las zonas rurales.

Definición y Operacionalización de las Variables

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. 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.

Capacitación: Ccapacitación es clave para la sobrevivencia y desarrollo de las empresas, porque cada vez más se requiere de personal que conozca “lo último” en los aspectos relacionados con sus actividades diarias.

Se puede definir a la capacitación como un conjunto de actividades didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa y que se orientan hacia una ampliación de los

conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente.

En pocas palabras, capacitar implica proporcionarle al trabajador las habilidades y conocimientos que lo hagan más apto y diestro en la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de varios tipos y pueden enfocarse a diversos fines.

Tabla 1. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los Microempresarios de las MYPES	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES.	Edad	Razón: · Años.
		Sexo	Nominal: · Masculino. · Femenino.
		Grado de Instrucción	Nominal: · Primaria. · Secundaria. · Superior no universitario · Superior universitario.
Perfil de las MYPES	Algunas características de las MYPES.	Años de permanencia en la actividad y el rubro	Razón: · 1 – 2 años. · 2 – 3 años. · 3 – a más años.
		Nº de trabajadores en la empresa	Razón: · De 1 – 5 trabajadores. · De 6 a más trabajadores.
		Capacitación al personal	Razón: · Si. · No
		tipo de Financiamiento	Razón: · Propio. · Ajeno
		Crédito para su negocio	Razón: · Si. · No

Financiamiento de las MYPES		Tipo de credito	Razón: <ul style="list-style-type: none"> · Consumo · Comercial · Hipotecarios · Otros
		Institución Bancaria	Razón: <ul style="list-style-type: none"> · Sistema bancario · Sistema no Bancario
		Inversión de crédito	Razón: <ul style="list-style-type: none"> · capital de trabajo
			<ul style="list-style-type: none"> · Mejoram/Ampl. De Local · Activos Fijos · programa de capacitación · otros
Capacitación de las MYPES.	La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a los empleados nuevos y actuales, las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo	Capacitación previa al crédito	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> · Sí. · No.
		N° de capacitación en los últimos 2 años	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> · unos · dos · tres · cuatro · mas de 4
		Qué tipo de capacitación participo Ud.	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> · Inversión del crédito financiero. · Manejo Empresarial · Administración de RRHH. · marketing Empresarial · Otros

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Guía de encuesta
Observación directa	Guía de observación o Lista de cotejo

Plan de análisis.

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos antes indicados, recurriendo a los informantes o fuentes también ya indicados; serán incorporados o ingresados al programa computarizado Word y Excel, y con ellos se harán los cruces de información que consideran la hipótesis, y con precisiones porcentuales, ordenamiento de mayor a menor y tal o cual indicador estadístico serán presentados como informaciones en forma de cuadros, gráficos, etc.

Se aplicarán las siguientes técnicas de procesamiento de datos: Ordenamiento y clasificación

Registro manual

Proceso computarizado con Excel.

6.8. Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS		VARIABLES	DIMENSION.	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	FUENTES		
		GENERAL	ESPECÍFICOS								
Caracterización del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui,	¿cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui, provincia de mariscal Cáceres, región san	Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva, en la ciudad de Juanjui,	Describir las principales características del financiamiento de las MYPES en el ámbito de estudio.	Financiamiento	Fuente de financiamiento formal	Bancos, entidades financieras no bancarias, cajas rurales, cajas municipales, EDPYM E y cooperativas de ahorro y crédito.	Lista de cotejo.				
			Describir las principales características del financiamiento de las MYPES en el ámbito de estudio.		Fuente de financiamiento semiformal	ONG				Entrevista	Guía de entrevista
		Describir las principales características del financiamiento de las MYPES en el ámbito de estudio.	Fuente de financiamiento informal		Prestamistas, juntas, comercia	- Análisis documental				- Guía de análisis	Acervo documental

provincia de mariscal 1 Cáceres , región san Martín año 2016?	la ciudad de Juanjui, provincia de mariscal 1 Cáceres , región san Martín año 2016?	Martín año 2016	cas de la capacitación de las MYPES en el ámbito de estudio.			ntes.		doc ume ntal	menta rio.
					Ahorro personales	Capital propio			
				Capacitación	Diagnóstico. Planificación. Organización. Ejecución. Evaluación.	Análisis organizacional, análisis funcional , identificación de las necesidades. Formulación de la estrategia, planeamiento operacional.	Encuesta	Guía de encuesta	MYPES

						<p>Organización del equipo responsable, aprestamiento de infraestructura.</p> <p>Constitución del grupo, desarrollo de actividades, revelamiento de datos.</p> <p>Procesamiento y análisis de datos, evaluación terminal, seguimiento,</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

						retroalime ntación.			
--	--	--	--	--	--	------------------------	--	--	--

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

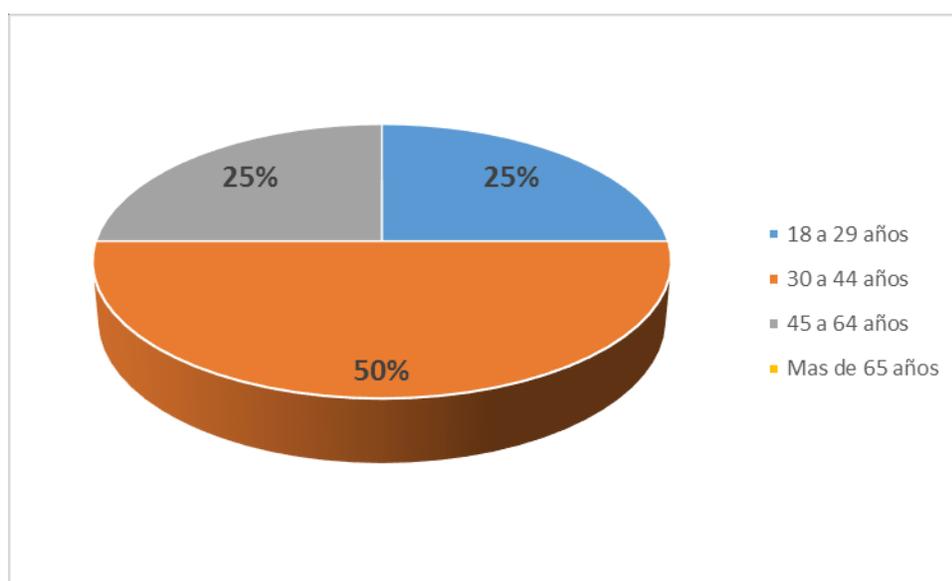
4.1.1. Respecto al perfil del empresario.

Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 29 años	3	25
30 a 44 años	6	50
45 a 64 años	3	25
Más de 65 años	0	0
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 1. Edad de los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla 3.

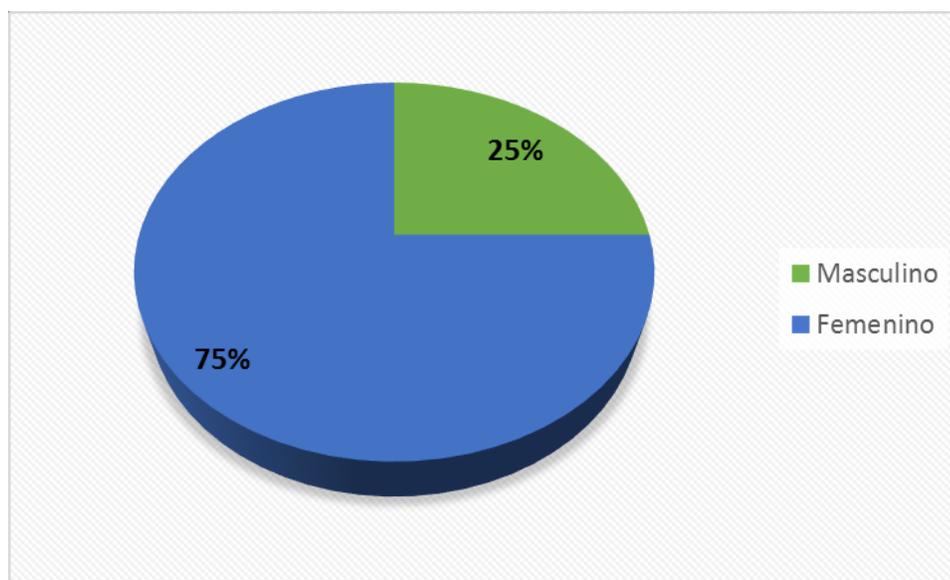
En la tabla 3 y gráfico 1, se observa que de los 12 propietarios encuestados en un 50% están en la edad de 30 a 44 años y el 25% están en la edad de 18 a 29 años y de la misma forma en un 25% de 45 a 64 años.

Tabla 4. Género de los representantes de las MYPES.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	3	25
Femenino	9	75
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 4

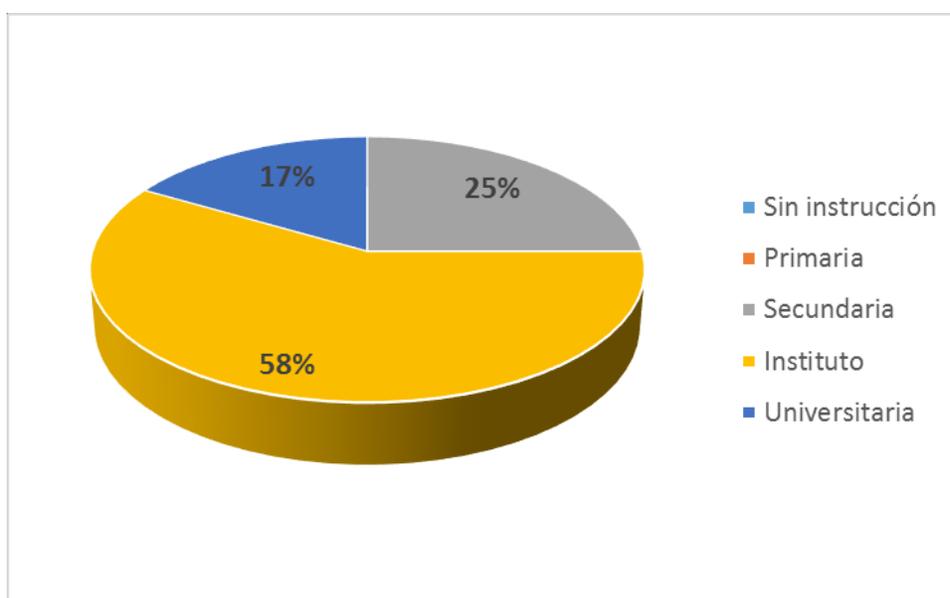
En la tabla 4 y gráfico 2, se observa que de los 12 propietarios encuestados 9 son Femenino y solo 3 son Masculino.

Tabla 5. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Sin instrucción	0	0
Primaria	0	0
Secundaria	3	25
Instituto	7	58
Universitaria	2	17
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla 5.

En la tabla 5 y gráfico 3, se observa que el 58% de los propietarios tienen una instrucción en Instituto y en un 25% formación secundaria y en un 17% formación universitaria y en un 0% no cuenta con instrucción y primaria.

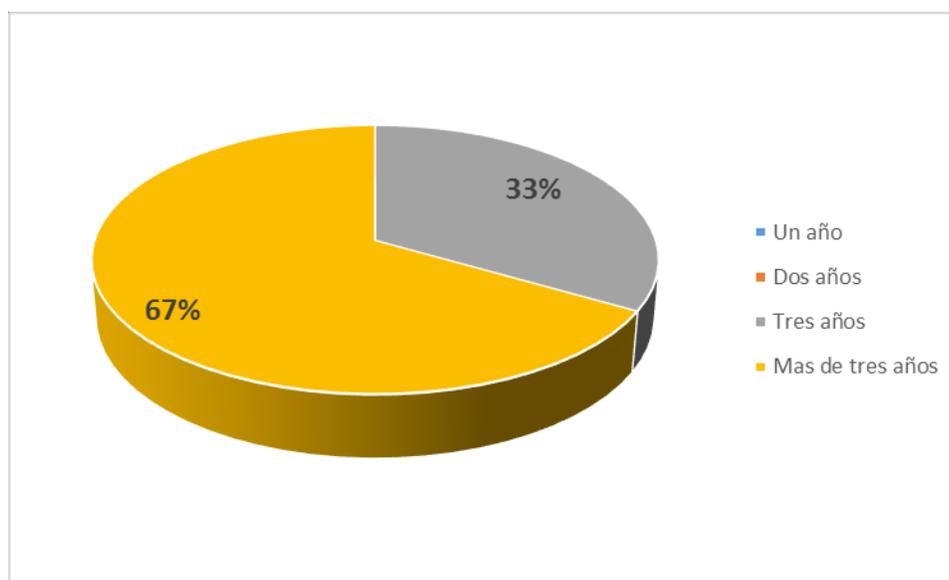
4.1.2. Respecto al Perfil de las MYPES.

Tabla 6. Tiempo que se dedica a la actividad empresarial.

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Un año	0	0
Dos años	0	0
Tres años	4	33
Mas de tres años	8	67
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 4. Tiempo que se dedica a la actividad empresarial.



Fuente: Tabla 6.

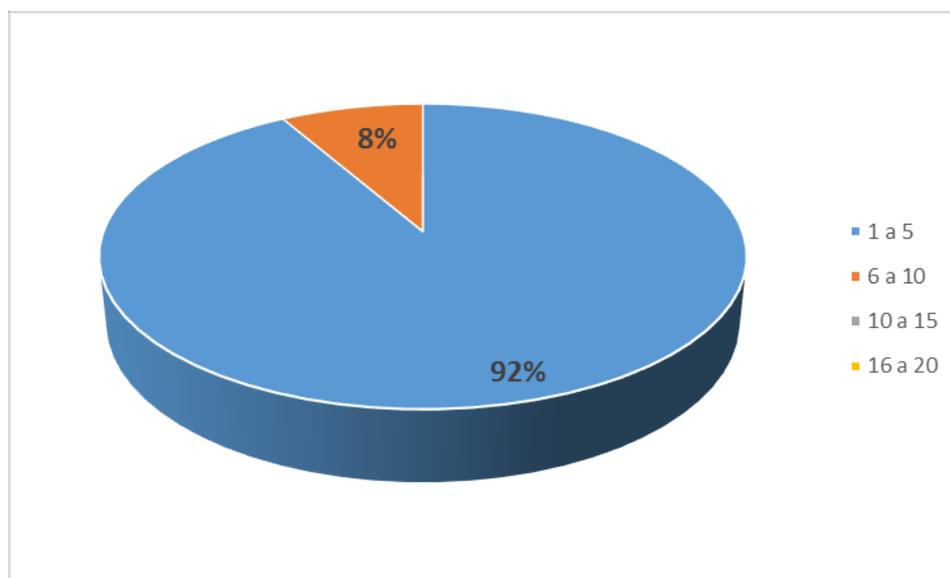
En la tabla 6 y gráfico 4, se observa que el 67% de los propietarios o representantes de las MYPES del sector Confección de Ropa Deportiva se dedica a esta actividad empresarial más de tres años, el 67% y hace tres años, y el 33% .

Tabla 7. Personal con los que cuenta la empresa.

Personal	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	11	92
6 a 10	1	8
10 a 15	0	0
16 a 20	0	0
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 5. Personal con los que cuenta la empresa



Fuente: Tabla 7.

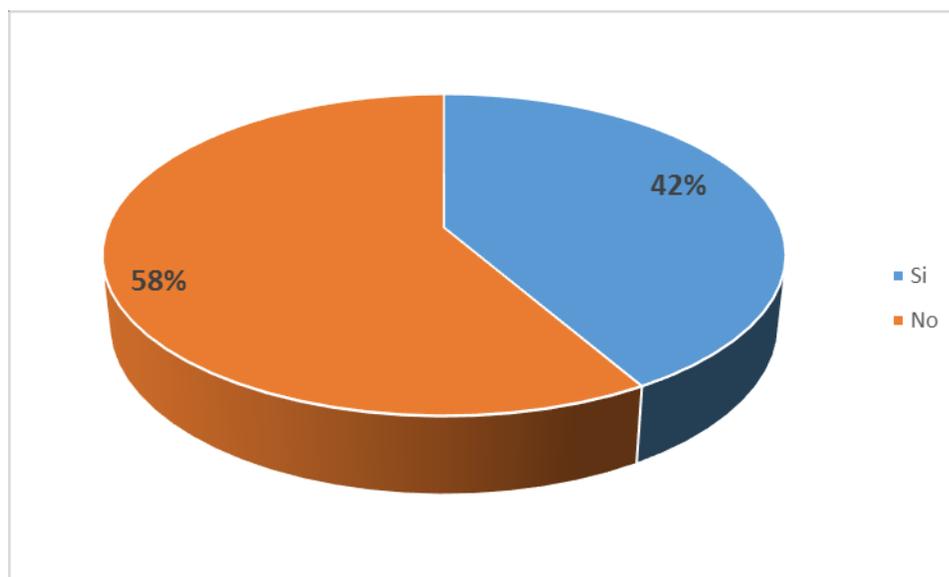
En la tabla 7 y gráfico 5, se muestra que el 92% tienen de 1 a 5 trabajadores en su empresa y un 8% tienen de 6 a 10 trabajadores.

Tabla 8 Capacitación al personal de la empresa.

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	42
No	7	58
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 6. Capacitación al personal de la empresa.



Fuente: Tabla 8

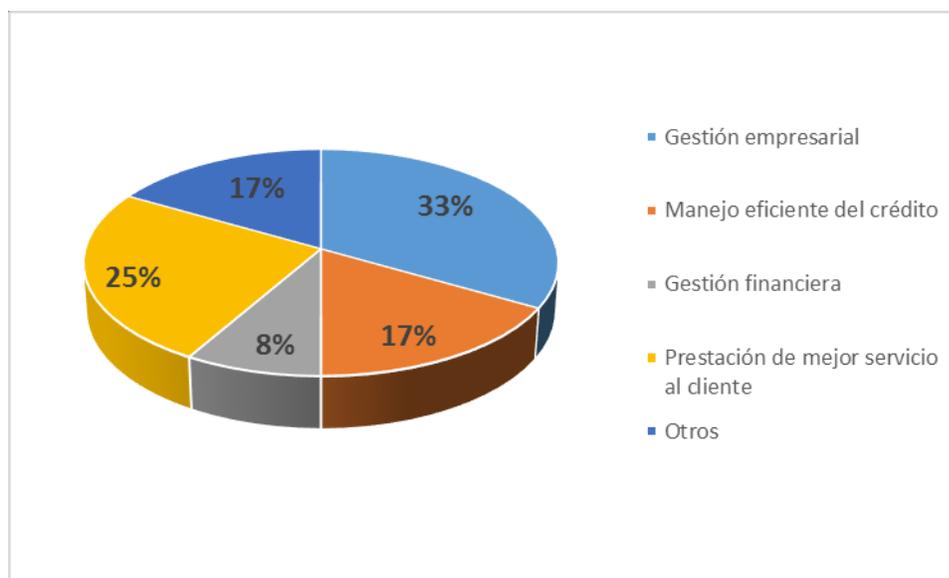
En la tabla 8 y gráfico 6, se observa que de los empleados que laboran en las distintas empresas el 42 % han sido capacitados y un 58% no fueron capacitados por sus empleadores.

Tabla 9. Temas en que se capacitaron los trabajadores de la empresa.

Cursos	Frecuencia	Porcentaje
Gestión empresarial	4	33
Manejo eficiente del crédito	2	17
Gestión financiera	1	8
Prestación de mejor servicio al cliente	3	25
Otros	2	17
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 7. Temas en que se capacitaron los trabajadores de la empresa.



Fuente: Tabla 9.

En la tabla 9 y gráfico 7, se tiene que de los 12 MYPES encuestadas los trabajadores han recibido capacitaciones el 33% en gestión Empresarial, el 25% en Prestación de mejor al cliente, el 17% en manejo eficiente del crédito, el 8% en gestión Financiera y un segundo 17% en otros.

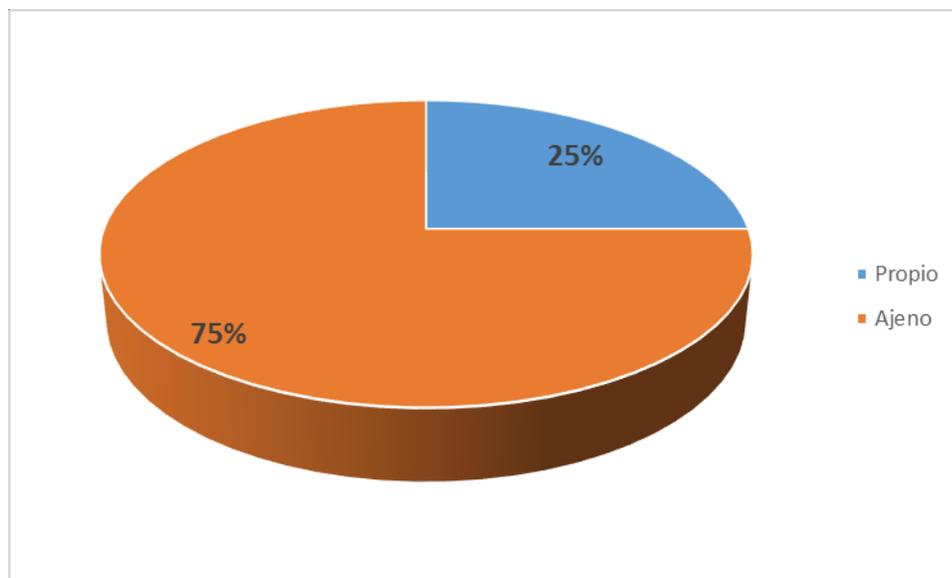
4.1.3. Respecto al Financiamiento de las MYPES.

Tabla 10. Financiamiento de las MYPES.

Financiamiento	Frecuencia	Porcentaje
Propio	3	25
Ajeno	9	75
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 8. Financiamiento de las MYPES.



Fuente: Tabla 10.

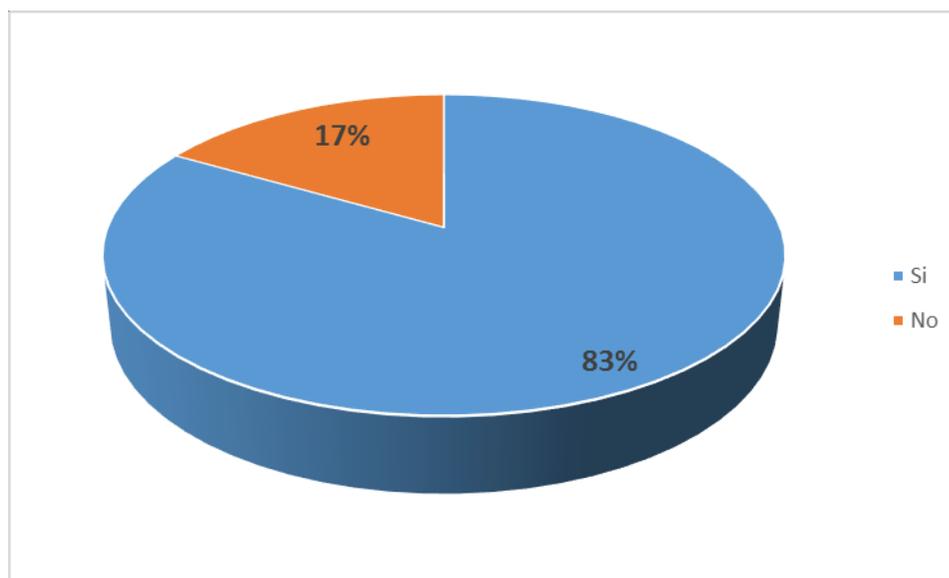
En la tabla 10 y gráfico 8, se muestra del 100% de los encuestados, el 25% tienen un financiamiento propio, y el 75% cuentan con un financiamiento ajeno.

Tabla 11. Créditos a las MYPES.

Crédito	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	83
No	2	17
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 9. Créditos a la MYPE.



Fuente: Tabla 11.

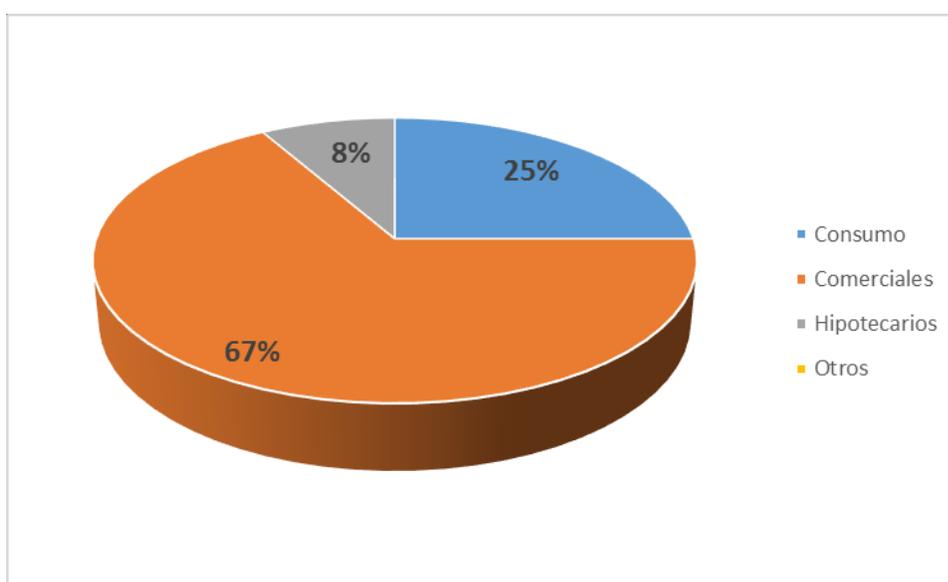
En la tabla 11 y gráfico 9, se observa de los encuestados el 83% obtuvo créditos para su negocio o empresa y el 17% no adquirió un crédito.

Tabla 12. Tipo de Crédito que obtuvieron las MYPES

Tipo de Crédito	Frecuencia	Porcentaje
Consumo	3	25
Comerciales	8	67
Hipotecarios	1	8
Otros	0	0
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 10. Tipo de Crédito que obtuvo la MYPE



Fuente: Tabla 12.

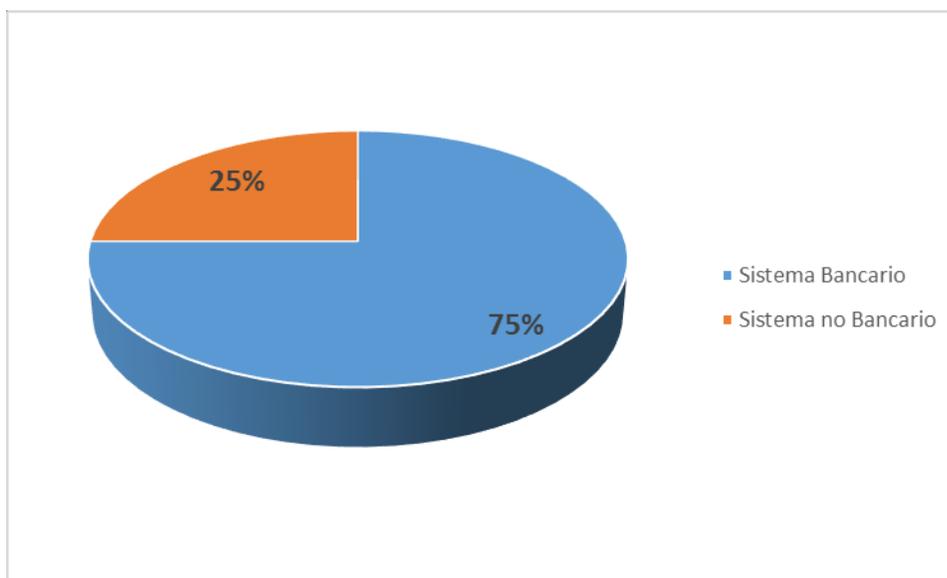
En la tabla 12 y gráfico 10, el 67% obtuvo crédito comercial, 25% crédito consumo y un 8% tuvo un crédito hipotecario.

Tabla 13. Instituciones de las que obtuvieron crédito las MYPES.

Instituciones	Frecuencia	Porcentaje
Sistema Bancario	9	75
Sistema no Bancario	3	25
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 11. Instituciones de las que obtuvo crédito la MYPE.



Fuente: Tabla 13.

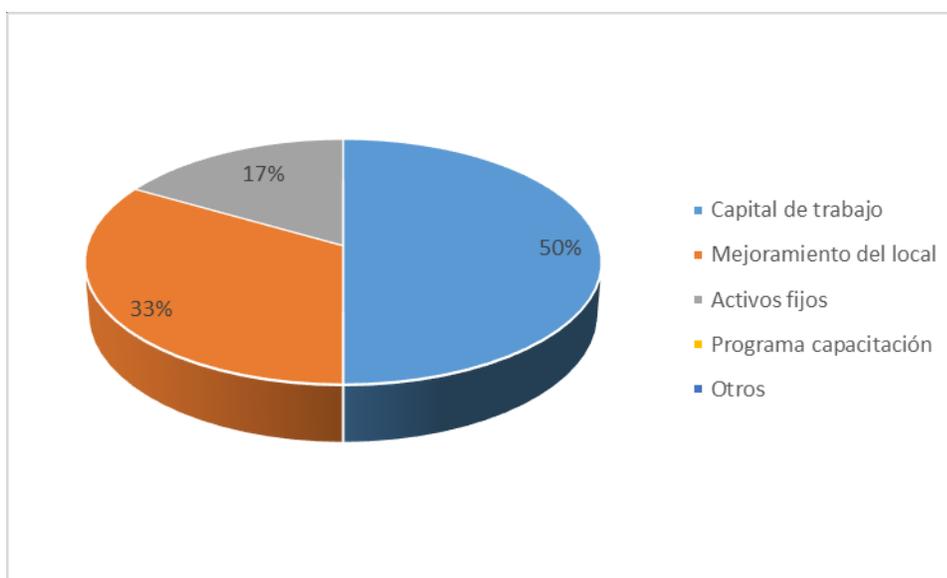
En la tabla 13 y gráfico 11, se demuestra que el 75% de las MYPES obtuvo su crédito de instituciones Bancarias y 25% no obtuvieron en instituciones bancarias.

Tabla 14. Inversión del crédito obtenido.

Inversión	Frecuencia	Porcentaje
Capital de trabajo	6	50
Mejoramiento del local	4	33
Activos fijos	2	17
Programa capacitación	0	0
Otros	0	0
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico12. Inversión del crédito obtenido.



Fuente: Tabla 14.

En la tabla 14 y gráfico 12, se observa que del 100% de las MYPS encuestadas el 50% utiliza el préstamo en capital de trabajo, mientras que un 33% en mejoramiento del local y un 17% en activos fijos, en tanto que existe un 0% de inversión en capacitación.

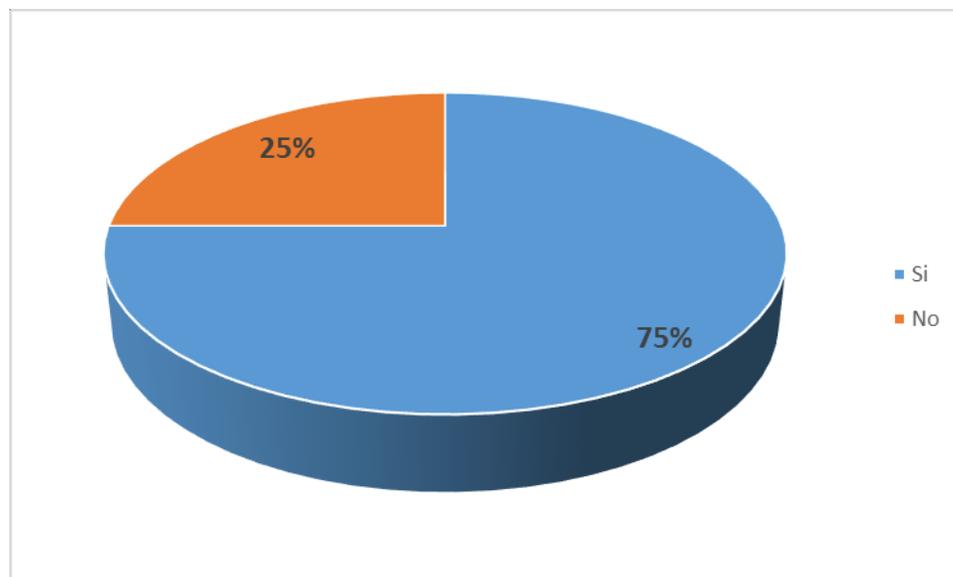
4.1.4. Respecto de la Capacitación de las MYPES.

Tabla 15. Capacitación al representante de la empresa antes de recibir el crédito.

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75
No	3	25
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico13. Capacitación al representante de la empresa antes de recibir el crédito



Fuente: tabla 15

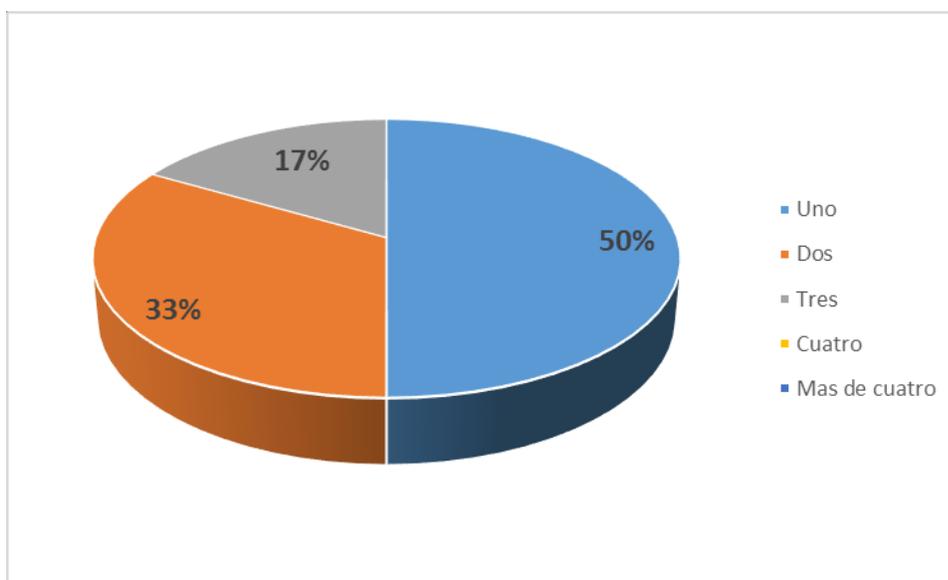
En la tabla 15 y gráfico 13, se observa que del 100 % de los representantes de las MYPES encuestadas, refieren que el 75% si han recibido capacitación antes del otorgamiento del crédito y un 25% indica que no.

Tabla 16. Capacitación que ha tenido en los dos últimos años los representantes de las MYPES.

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Uno	6	50
Dos	4	33
Tres	2	17
Cuatro	0	0
Más de cuatro	0	0
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 14. Capacitación que ha tenido en los dos últimos años los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla 16.

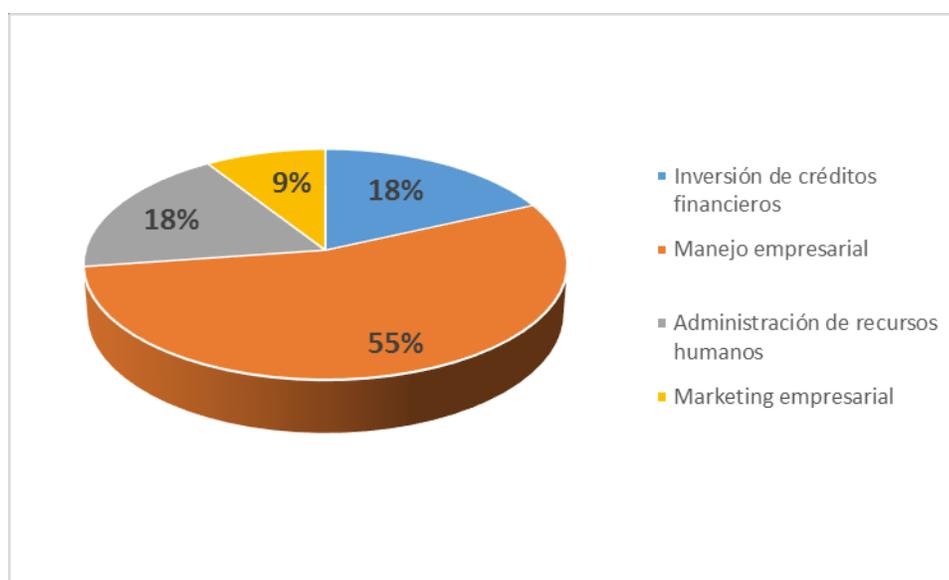
En la tabla 16 y gráfico 14, se observa que el 50% de los representantes de las MYPES tienen una capacitación en los dos últimos años, el 33% tienen dos capacitaciones en los dos últimos años y el 17% tienen tres capacitaciones en los dos últimos años.

Tabla 17. Cursos de capacitación en la que participaron los representantes de las MYPES.

Cursos	Frecuencia	Porcentaje
Inversión de créditos financieros	2	17
Manejo empresarial	6	50
Administración de recursos humanos	2	17
Marketing empresarial	1	8
Otros	1	8
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 15. Cursos de capacitación en la que participaron los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla 17.

En la tabla 17 y gráfico 15, nos indica que de los representantes encuestados el 50% se capacitaron en manejo empresarial, el 17% en inversión de créditos financieros, el 8% en marketing empresarial, y 17% en administración de recursos humanos y otro 8% en otras capacitaciones.

4.2 Análisis de resultados

4.2.1 Respecto al perfil del empresario

Se ha determinado que un 50% de los representantes de las MYPES son personas adultas cuyas edades van de los 30 a 44 años (Tabla 3) y, lo que se podría con certeza denominar el segmento de adultos lidera incluyendo de 45 a 64 años está representado por el 25%; son del género femenino (Tabla 4), siendo en este caso un porcentaje mayor 75% de mujeres que están al cargo de la conducción de estos tipos de negocios, y un 25% en género masculino lo que no deja por eso de ser importante. Se puede apreciar que un porcentaje importante de empresarios de las MYPES del estudio cuentan con instrucción de nivel instituto, 58% y, 25% en un nivel de secundaria y un corto 17% cuentan con estudios de nivel universitario (Ver tabla 5). El mercado actual se presenta cada vez más dinámica y cambiante, esto de por si representa un gran reto para los propietarios de la MYPES, siendo así, aquellas empresas cuyos propietarios cuentan con estudios de nivel universitario estarían en ventaja para enfrentar los retos que se les presenta.

4.2.2 Respecto a las características de las MYPES

El 67 % de las MYPES encuestadas (ver tabla 6) tienen más de tres años en el mercado textil, lo que indica que aquellas que tienen mayor tiempo en el mercado tienen más experiencia que las que solo tienen un tres años con un 33%, esto significa una ventaja en contra de la competencia, debido a que estas conocen los momentos de mayor demanda en el negocio los cuales saben cómo aprovecharlos, mientras que las que aún están iniciando, están aprendiendo sobre esto.

El 92% de las MYPES encuestadas cuentan con uno a cinco trabajadores, mientras que sólo el 8% cuenta con 6 a 10 trabajadores (Ver tabla 7).

Los representantes de las MYPES encuestadas, responden, en un 58% que su personal no ha recibido capacitación, frente a un 42% que indica que su personal si ha sido capacitado (Ver tabla 8). Entendemos que la capacitación específica es muy importante para estos tipos de MYPES ya que los hace más competitivos y capaces de sobrellevar a los grandes cambios dentro del mercado textil, pero la realidad nos demuestra que, este factor no se está tomando en cuenta por parte de los propietarios de las MYPES en estudio. En ese sentido, sólo el 33% de MYPES indican que sus trabajadores se han capacitado en gestión empresarial (Ver tabla 9)

4.2.3 Respecto del financiamiento de las MYPES

Las MYPES que han sido encuestadas se dedican al rubro Confección de Ropa Deportiva en la ciudad de Juanjui, que en un 75% se han financiado con recursos ajenos, ya que no cuentan con capital propio para comenzar y mientras que un 25% cuentan con financiamiento propio (Ver tabla 10, que en este caso no se detalla si se trata de instituciones financieras formales, pero si se desprende de que el financiamiento ha sido de terceros.

Todo negocio en cualquier momento va requerir de créditos o financiamientos que le permitan crecer, en ese sentido, de las MYPES encuestadas el 83% si ha solicitado un crédito (Ver tabla 11 y, de ellos, el tipo de crédito solicitado y obtenido mayoritariamente es el crédito comercial en un 67%, seguido del crédito de consumo con un 25% y, en un tercer lugar el crédito hipotecario 8% (Ver tabla 12) y, el 75% obtuvo su crédito en el sistema financiero bancario (Ver tabla 13), esto se debe a que los bancos en los últimos años han tenido un acercamiento a las MYPES con productos diseñados para este importante segmento de clientes y con un interés efectivo razonable. Es así que los conductores de las MYPES del estudio, en un 50% han

invertido el crédito obtenido en capital de trabajo, seguido de un 33% en mejoramiento del local y, un 17% en activo fijo, pero lo que es preocupante, los conductores de estas MYPES no han invertido ni un sol del crédito obtenido en programas de capacitación a sus trabajadores, para mejorar su productividad y creatividad en sus diseños, lo que nos lleva a pensar que no existe un enfoque claro respecto de la importancia de las capacitaciones en el actual contexto.

4.2.4 Respecto de la capacitación de la MYPES

Del 100% de los representantes de las MYPES encuestadas, el 75% sí han recibido capacitación antes del otorgamiento del crédito y, un 25% manifiesta no haber recibido capacitación (Ver tabla 15) y, respecto a las capacitaciones recibidas en los dos últimos años, el 50% manifiesta haber recibido una capacitación, mientras que un 33% habrían recibido dos capacitaciones y, el 17% tres capacitaciones en los dos últimos años (Ver tabla 16). Y, respecto de los cursos de capacitación a los cuales asistieron, 50% participó en manejo empresarial, 17% participó en inversión de crédito financiero, un 8% en marketing empresarial, en tanto que un 17% en administración de recursos humanos (Ver tabla 17).

V. CONCLUSIONES.

5.1. Respecto al perfil del empresario

Del 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes son personas adultas cuyas edades van de 30 a 45 años, el 75% son de género femenino, el 58 % cuentan con estudios de nivel Instituto y 25% sólo tienen estudios de nivel secundaria.

5.2. Respecto a las características de las MYPES

Las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 67 % se dedica al negocio y están en el mercado por más de 03 años, el 92% tiene entre uno a cinco trabajadores y un 58% del personal que labora en los Tiendas de Confección de Ropa deportiva no han recibido capacitación, de los que han recibido capacitación, un 33% han sido capacitados en gestión empresarial, un número reducido considerando el alto porcentaje de aquellos que no han sido capacitados.

5.3. Respecto del financiamiento de las MYPES

Las MYPES encuestadas del rubro Confección de Ropa Deportiva en la ciudad en un 75% se han financiado con recursos ajenos y un 25% cuentan con financiamiento propio y de los créditos solicitados al sistema financiero bancario, el 83%; es crédito comercial un 67 %, los conductores de Tiendas han invertido el 50% en capital de trabajo.

5.4. Respecto de la capacitación de las MYPES

Los representantes de las MYPES encuestadas, han sido capacitados antes de recibir un crédito (75%) y, respecto a la capacitación recibida en los dos últimos años, una gran mayoría, el 50% ha recibido una capacitación y siendo el curso de manejo empresarial en el que participaron un porcentaje considerable (50%).

Referencias Bibliográficas

Alvarado, J; Portocarrero, F; Trivelli, C. 2001. Fuentes de financiamiento

Formal.

Angulo, M. (2004). Análisis del Cluster Textil en el Perú. Lima, Perú: Yniversidad Mayor de San

Marcos. Disponible en: [https://es.scribd.com/doc/240483027/Tesis-2-Analisis-Del-Cluster-Textil-](https://es.scribd.com/doc/240483027/Tesis-2-Analisis-Del-Cluster-Textil-en-El-Peru)

[en-El-Peru](https://es.scribd.com/doc/240483027/Tesis-2-Analisis-Del-Cluster-Textil-en-El-Peru)

Barria, Aizza, Bravo y Arias. (2010). Comunicación (en línea).

<http://comportamientolaboral.blogspot.pe/>

Barba, J. (2011) Empleo

Blacke Oscar. “La Capacitación”. EPSO.

Carvajal. K (2010). “Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa De Confección De Ropa Deportiva En El Recinto Las Golondrinas, 2010”.

Capacitación y desarrollo del Personal.

[http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_del_personalconcepto_de_apacitacion/19921-2.](http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_del_personalconcepto_de_apacitacion/19921-2)

Concepto de MYPES:

[http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-](http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml#ixzz41xGBByC2D)

[peru.shtml#ixzz41xGBByC2D.](http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml#ixzz41xGBByC2D) [http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167.](http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167)

<https://pymex.pe/finanzas/finanzas-y-contabilidad/formas-y-fuentes-de-financiamiento-para-mypes-parte-1/>

Drucker Peter; “Las nuevas realidades”. Editorial Sudamericana

Hernández, A. (2002). Matemáticas financieras. Teoría y práctica. México:

COPYRIGHT. Definición. Financiamiento. <http://www.definicion.org/financiamiento>.

Definición. Financiamiento ABC.

<http://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php>

Financiamiento pre inversión.

[http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/HERRAMIENTASPARMYPES/Capitulo4\(1\).pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/HERRAMIENTASPARMYPES/Capitulo4(1).pdf).

Gelaf Graciela. “Manual de Relaciones Humanas”

Gaxiola M. Detección de necesidades de capacitación. México

<http://www.monografias.com/trabajos20/capacitacion/capacitacion.shtm>

[l.](#)

Hernández, A. 200. Concepto de Financiamiento

Hinojosa, C. (2012). Impacto de los Créditos otorgados por la caja municipal de ahorro y crédito de Piura S.A.C. en el desarrollo socioeconómico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas. Perú.

Kong, J. (2014) . Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del Distrito de San José-Lambayeque en el periodo 2010-2012. Perú: Universidad Católica Santo Torribio de Mogrovejo. Disponible en: http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf

La capacitación y adiestramiento en México: en:

<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/revlads/cont/5/art/art9.pdf>.

Lerma, A. Martín, A. Castro, A. Flores, E. Martínez, H. Mercado, C. Morales, A. Olivares, A.

Rangel, M. Raya, A & Valdés, L. (2007): Liderazgo emprendedor. Cómo se un

emprendedor de éxito y no morir en el intento. México: Cengage Learning

Editores, S.A.

Morí (2011), En Su Tesis “Caracterización Del Financiamiento, La Capacitación Y Rentabilidad De Las MYPES Del Sector Comercio-Rubro Bazar En L Mercado Central De Huaraz – Ancash.

Pérez L, Capillo F. Financiamiento.

http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/financiamiento/financiamiento.htm#_Toc54852237

Reyna (2008) En un estudio sobre la incidencia del financiamiento y la capacitación en el micro y pequeñas empresas del sector Comercio estaciones de servicio de combustible en el distrito de Nuevo Chimbote.

Revista Management N° 6. “El cambio cultural y el factor humano como los motores del

Cambio” Psicología Aplicada a la Organización Humana de la Empresa- John B. Minner-Paidós.

Schein, E. “La cultura empresarial y el liderazgo”. Editorial Plaza y Janes.

Sutton C. Capacitación del personal. Argentina: 2001.

<http://www.monografias.com/trabajos16/capacitacionpersonal/capacitacion-personal.shtml>.

Trujillo, M. (2010). En su estudio en el sector industrial – rubro confecciones de ropa deportiva de la provincia de Arequipa.

Vargas (2005). Evaluó los factores que afectan el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana, precisando el papel del financiamiento, sus instrumentos y mecanismos, de acuerdo a su realidad y necesidades.

Yahoo! Respuestas. ¿Qué es un financiamiento y cuáles son las ventajas y Desventajas en una empresa? 2007:

<http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070909091227AARTaQ2>.

Zapata (2004); Investigó cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas. En una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona-España.

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU”

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINITRACION

ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS, GERENTE Y/O REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO CONFECCION DE ROPA, EN LA CIUDAD DE JUANJUI AÑO 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 Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES-RUBRO CONFECCION DE ROPA DEPORTIVA DE LA PROVINCIA DE MARISCAL CÁCERES, DISTRITO JUANJUI 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.

Encuestador Fecha...../...../.....

I. PERFIL DE LOS MICROEMPRESARIOS:

1.1. Edad del representante legal de la empresa:

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

1.2. Sexo: a) Masculino... b) Femenino...

1.3. Grado de instrucción:

Sin instrucción..... ()

Primaria..... ()

Secundaria..... ()

Superior universitaria.... () Otro:

II. PERFIL DE LAS MYPES

2.1. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?

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 capacitación?

Si.... () No.... (); Si la respuesta es sí, de 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 MYPES:

3.1. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE?

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..... %

c) Activos fijos.....% d) Programa capacitación.....%

d) Otros.....% Especificar

IV. DE LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPES:

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

a) Si () b) No ()

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:.....

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN				
	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR
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

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
Material de Escritorio					127.50
Papel Bond A4 80 grs.	Ciento	1	0.05	4.00	
Lapicero	Unidad	3	0,50	1.50	
Lápiz	Unidad	1	1.00	1.00	
Engrapador	Unidad	1	10,00	10,00	
Tablero de madera	Unidad	1	7,50	7.50	
Clip	Caja	1	1,50	1,50	
Resaltador de textos	Unidad	3	6,00	18,00	
Fólder Manila	Unidad	4	4,00	4,00	
USB - 2Gb	Unidad	2	80,00	80,00	
Costos Por Servicio					47.00
Impresión	Unidad	50	0,30	15.00	
Fotostática	Unidad	20	0.10	2.00	
Anillado	Unidad	2	30.00	30.00	
Alimentación					144.00
Desayuno	Días	8	5.00	40.00	
Almuerzo	Días	8	8.00	64.00	
Cena	Días	8	5.00	40.00	
Movilidades					340.00
Pasajes Internos	Días	8	5,00	40,00	
Pasajes Externos	Días	3	100.00	300.00	
				TOTAL	658.50

Financiamiento: El presente trabajo de investigación será autofinanciado.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Tingo María 26 de enero del 2016

CARTA N°0029-2016-D-EPE-ULADECH Católica

Señor

.....

.....

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 Administración de empresas, se encuentran realizando el curso de Titulación por Tesis, con la finalidad de optar el Título profesional de Licenciado en Administración.

Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: “**Caracterización del Financiamiento y Capacitación de las MYPES del sector, rubro Comercio Confección de Ropa Deportiva de la ciudad de Juanjui, año 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:

LORENA LOZANO FASANANDO

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.