



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
COMPETITIVIDAD DEL MICRO Y PEQUEÑO
EMPRESARIO DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
CLINICA DENTAL EN LA PROVINCIA DE LEONCIO
PRADO, 2016**

**INFORME FINAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

AUTORA:

BR. ERIBERTA ROXANA SHUPINGAHUA SOTO

ASESOR:

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUE

TINGO MARIA – PERÚ

2016

Jurado Evaluador de Tesis

Dr. Geider Grandes García

PRESIDENTE

Mgtr. Sergio Oswaldo Ortiz García

SECRETARIO

Lic. Carlos Rufino Isla Hidalgo

MIEMBRO

Agradecimiento

Agradecemos en primer lugar a Dios quien nos dio la vida y la ha llenado de bendiciones en todo este tiempo, a él que con su infinito amor nos ha dado la sabiduría suficiente para culminar nuestra carrera universitaria.

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento, reconocimiento y cariño mis padres, hermanos y familiares por su apoyo incondicional.

Gracias a la universidad, a sus autoridades y docentes por contribuir en mi formación académica.

Dedicatoria

A Dios, fuente inagotable de mis fortalezas en éste camino que se llama -Vida.

A mis padres, por haberme dado la vida, a mi madre por el afecto que me ha dado y me sigue brindando, por su apoyo permanente e incondicional desde que decidí hacerme profesional.

Resumen

El trabajo de investigación, tuvo como propósito demostrar la caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPES del rubro de las clínicas dentales de la provincia de Leoncio Prado, año 2016, por lo cual se contó una población de un número de doce microempresas de las mencionadas clínicas, con una muestra de veinticuatro personas encuestados divididos en dos grupos, de doce cada una de ellas, correspondiente a los propietarios y los empleados. Los datos fueron analizados con estadísticas descriptivas y no paramétrica.

Respecto a la dimensión de aspectos tangibles dentro de las expectativas, Los micros empresarios de las clínicas dentales se capacitaron en temas empresariales, en temas de gestión empresarial en un 75% con el mismo porcentaje creen en la competitividad y satisfacer en un mayor grado a los clientes.

Respecto a las evaluaciones, las capacitaciones de los propietarios y trabajadores de las clínicas dentales de la provincia de Leoncio Prado, año 2016, en relación en la competitividad tiene un índice altamente significativo en la atención de los clientes y por ende en calidad de los servicios odontológicos.

Palabras Claves: Capacitación, Competitividad, MYPES.

Abstract

The research work was aimed to demonstrate the characterization of training and competitiveness in MYPES the category of dental clinics in the province of Leoncio Prado, 2016, by which a population was counted a total of twelve micro the aforementioned clinical, with a sample of respondents twenty people divided into two groups, twelve each, corresponding to the owners and employees. Data were analyzed with descriptive and non-parametric statistics.

Regarding the dimension of tangible aspects within expectations, Entrepreneurs micros dental clinics were trained in business issues, on issues of business management by 75% with the same percentage believe in competitiveness and meet a greater degree to customers.

Regarding evaluations, the training of owners and workers of dental clinics in the province of Leoncio Prado, 2016, regarding competitiveness has a highly significant rate in the attention of customers and therefore on quality of services dental..

Keywords: Training, competitiveness, MYPES.

Índice de Contenido

Carátula del proyecto de tesis.	i
Jurado evaluador de tesis.	ii
Agradecimiento.	iii
Dedicatoria.	iv
Resumen.	v
Abstract.	vi
Índice de contenido.	vii
Índice de tablas.	viii
Índice de gráficos.	x
I. INTRODUCCIÓN	01
II. REVISIÓN DE LITERATURA	06
2.1. Antecedentes de la investigación.	06
2.2. Bases teóricas de la investigación.	13
2.3. Marco Conceptual.	37
III. METODOLOGÍA.	39
3.1. Tipo y nivel de Investigación.	39
3.2. Población y Muestra.	39
3.3. Técnicas e instrumentos.	40
IV RESULTADOS	45
4.1 Resultados.	45
4.2 Análisis de resultados.	62
V. CONCLUSIONES.	64
Referencias Bibliográficas.	65
Anexos.	68

Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables	41
Tabla 2 Matriz de consistencia de caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPES	43
Respecto al perfil del empresario	45
Tabla 3. Edad de los representantes legales	45
Tabla 4. Género de los representantes de las MYPES	45
Tabla 5. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES	46
Tabla 6. Estado civil	48
Respecto al perfil de las MYPES	48
Tabla 7 Tiempo a que se dedica esta actividad	49
Tabla 8. Cantidad de personal que cuenta las MYPES	50
Respecto a la capacitación	50
Tabla 9. Es importante la capacitación para su clínica dental.	51
Tabla 10. Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPES	51
Tabla 11. Cantidad de cursos capacitados por las MYPES	52
Tabla 12. Temas en que se capacitaron sus trabajadores	53
Tabla 13. Cuantos Cursos de capacitación ha tenido usted en los últimos dos años.	54
4Tabla 13. Tipos de cursos de capacitación que tuvieron	55
Respecto a las características de la competitividad	56
Tabla 14. Competitividad para el buen desempeño de las	57

MYPES	58
Tabla 15. . El vendedor asesora al comprador en las MYPES	58
Tabla 16. Entrega del producto al cliente con la menor demora	59
Posible	59
Tabla 17. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin	60
Errores	60
Tabla 18 Responden a sus consultas o reclamos posteriores al servicio		

Índice de Gráficos

Respecto al perfil del empresario	45
Gráfico 1 Edad de los representantes legales	45
Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES	46
Gráfico 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES	47
Gráfico 4. Estado civil	48
Respecto al perfil de las MYPES	49
Gráfico 5 Tiempo a que se dedica esta actividad	49
Gráfico 6. Cantidad de personal que cuenta las MYPES	50
Respecto a la capacitación	50
Gráfico 7. Es importante la capacitación para su clínica dental	51
Gráfico 8. Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPES	52
Gráfico 9. Cantidad de cursos capacitados por las MYPES	53
Gráfico 10. Temas en que se capacitaron sus trabajadores	54
Gráfico 11. Cuantos Cursos de capacitación ha tenido usted en los últimos dos años.	55
Gráfico 12. Tipos de cursos de capacitación que tuvieron	56
Respecto a las características de la competitividad	56
Gráfico 13. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES	57
Gráfico 14. . El vendedor asesora al comprador en las MYPES	59
Gráfico 15. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible	60

Gráfico 16. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y	61
sin errores	61
Gráfico 17 Responden a sus consultas o reclamos posteriores al	62
servicio		

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES representan en la economía peruana aproximadamente al 50% del PBI y el 98% del total de las empresas. Estas micro empresas se constituye y se sostienen familiarmente, captan mano de obra no calificada. Por lo cual el estado tiene un rol protagónico de promotor, a través de las leyes configuradas para estas micro empresas.

“Desarrollar las capacidades del trabajador proporciona beneficios para los empleados y para la organización. Ayuda a los trabajadores a aumentar sus habilidades, cualidades y beneficia a la organización al incrementar las habilidades del personal de manera costo- efectivo. La capacitación hará que el trabajador sea más competente y hábil.

Además, al utilizar y desarrollar las habilidades del trabajador, la organización entera se vuelve más fuerte, productiva y rentable”. (Citado por Plusformación, sf).

La presente investigación que tiene por objetivo describir y determinar la caracterización de la capacitación y la competitividad del micro y pequeño empresario en las MYPES del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016.

Este trabajo presenta el siguiente esquema:

En la primera parte desarrollamos lo que se refiere de proyecto de tesis titulado: -Caracterización de la capacitación y la competitividad del micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínica dental en la provincia de Leoncio Prado, 2016|. En el planteamiento de la línea de investigación se consideraron aspectos como la caracterización del problema; el enunciado del problema, los objetivos, la justificación de la investigación y aspectos relevantes de la investigación. En la revisión de literatura se presentan antecedentes vinculados con la investigación en diferentes ámbitos y por otro lado las bases teóricas y finalmente se tienen los aspectos metodológicos de la línea de investigación.

En el proyecto se plantea trabajar con una población de veinte clínicas dentales y una muestra de doce MYPES de las clínicas dentales, como instrumento, la realización de dos encuestas, la primera orientada a los propietarios en un número de doce, y la segunda, a los trabajadores con el mismo número.

En la segunda nos enfocamos a la ejecución de la tesis, referente al procesamiento de los resultados, sus interpretaciones, de esta manera arribando las siguientes conclusiones: los micros empresarios de las clínicas dentales se capacitan en temas empresariales de marketing, en un 50% y lo realizan a través del internet en un 83.33%. En un 75% manifiestan, en un mercado competitivo y la exigencia de satisfacer en un mayor grado a los clientes, en un 66.67%. Los trabajadores que son especialmente las recepcionista de las clínicas dentales manifiestan en un 66.67% que se interesaron en capacitarse autodidactamente a través del internet en temas de atención al cliente.

Para Toffler (1992) en el “mundo se está produciendo un cambio de época que requiere nuevas formas de percepción, particularmente en los negocios, en el cual se contrasta con el paradigma anterior, en el que se visualizaban a las organizaciones como maquinas, caracterizadas por estructuras rígidas, personas consideradas como parte de las maquinas, que podían ser remplazadas sin problema, ordenes sin posibilidad de cuestionarse y ejecutivos que no comprendían y mucho menos reconocían los sentimientos como factor relevante en su relación con los trabajadores; así mismo sostiene que en las relaciones del ser humano de fines del siglo XX se está dando un cambio profundo, en cuanto a la estructura de poder”. (Citado por Pulido, 2010).

El Perú, vive un momento muy expectante en su historia, considerada una de las economías más emergentes. De hecho, los innegables avances en tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas

peruanas. Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas. **(Economistas Online, 2011)**

-La productividad es, a la larga, el determinante primordial del nivel de vida de un país y del ingreso nacional por habitante. La productividad de los recursos humanos determina los salarios, y la productividad proveniente del capital determina los beneficios que obtiene para sus propietarios (Porter, 1990).

Las MYPES aproximadamente constituyen el 98% del total de las empresas y 50% del PBI, es, trascendental connotación económica y social de las MYPES en el Perú.

Las MYPES juegan un rol fundamental en nuestra economía, como impulsoras de la actividad económica y de la generación de empleo. MYPES necesitan no sólo de un contexto macroeconómico favorable, sino también de un conjunto de políticas específicas que despejen los obstáculos para el desarrollo del sector.

Las MYPES nacen de iniciativas personales, donde la improvisación juega un papel importante; poseen diferentes niveles de organización y formas y visión de hacer negocios, con escasa motivación para realizar investigación y desarrollo; esto las presenta como oportunistas y con poca creatividad. La mayoría en condiciones precarias de infraestructura, seguridad u organización, lo que las deja al margen de las condiciones y requisitos exigidos por la competitividad. Las MYPES son carentes de tecnología de punta, baja productividad, dificultades de acceso al capital.

Las MYPES tienen restricciones financieras; es decir la consecución de capitales con intereses preferenciales, que la banca financiera provee a las empresas de mayor envergadura. Por otra parte adolecen de capacitación del personal en las diferentes áreas, si lo realizan es para algunos que le es importante para la empresas y no para el personal como lo realiza la gran empresa, de esto podemos inferir por tener mano de obra no calificada.

En Tingo María, existe un mercado donde las MYPES desarrollan sus actividades comerciales en los diferentes sectores de servicio, comercio o producción, estas empresas son pocos competitivas en relación a las grandes empresas, por lo que se plantea el siguiente enunciado.

¿Cuáles son las principales características de la, capacitación y la competitividad del micro y pequeño empresario en las MYPES sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016?, por lo que planteamos los siguientes objetivos.

Describir y determinar la caracterización de la capacitación y la competitividad del micro y pequeño empresario en las MYPES del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016.

Describir las características de la capacitación del micro y pequeño empresario en las MYPES del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016.

Establecer las características de la competitividad de las MYPES en el micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016.

Determinar la influencia de la capacitación en la competitividad de las MYPES en el micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016.

La investigación se justifica a razón que las empresas como las clínicas dentales, en un mercado globalizado altamente competitivo aplican los conocimientos científicos para desarrollarse en un mercado competitivo en donde se necesita vender servicios que satisfagan significativamente a sus consumidores o clientes donde la capacitación y la competitividad, en un mercado globalizado, los microempresarios tienen que desarrollar sus actividades comerciales del rubro de las clínicas dentales de la provincia de Leoncio Prado.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes de la investigación.

Hidalgo y Ponce (2011), en su tesina denominada, Capacitación y empleo para la MYPES a través del SENCE, en la provincia de Valdivia – Chile en el año 2010, la investigación tiene características exploratorias, diseño experimental de medición, de una población de 30 personas y llego a las siguientes conclusiones: Considerando los objetivos planteados para este trabajo, que dice relación con los programas de becas que ofrece el SENCE, dirigido a trabajadores de las MYPES y a microempresarios, se han analizado tres variables, la empleabilidad de los trabajadores, la competitividad y productividad de las MYPES. Antes de presentar conclusiones respecto a las variables mencionadas es importante hacer una breve referencia al perfil socio-demográfico y laboral de las/os entrevistados. Según el instrumento de evaluación utilizado para este estudio, se puede concluir que la mayoría de los beneficiarios son mujeres que tienen un rango de edad entre 41 y 60 años. En su gran mayoría, estas trabajadoras no cuentan con un contrato laboral y tienen un bajo nivel de educación. Esta información da cuenta de un alto nivel de vulnerabilidad social, expresado también en su rango de ingreso inferior a los \$200.000 y se ve deteriorada la estabilidad familiar. Con respecto a la variable empleabilidad no impacta positivamente a los trabajadores, ya que el acceder a una capacitación no les ha garantizado mantener u obtener un mejor trabajo que les permita una estabilidad familiar. La productividad tiene un impacto parcial positivo en los micro y pequeños empresarios, porque con las becas logran mejorar la gestión de sus procesos productivos pero esta variable se ve afectada porque este tipo de empresas no tiene suficiente capacidad de inversión y financiamiento para mejorar en mayor medida la eficiencia de la MYPES. La tercera variable en estudio es la competitividad, la cual está presente en los trabajadores y

MYPES, la cual no ha tenido una señal positiva en ambos sectores, esto es porque los cursos que imparte el SENCE no logran desarrollar los contenidos necesarios para que los sectores antes mencionados puedan mantenerse en la industria a la que pertenecen. Las capacitaciones que el SENCE ofrece a los trabajadores y trabajadoras son en base a las principales actividades económicas tales como: agrícola, ganadera, y forestal, que están presentes en la provincia de Valdivia. Además, se inyectan recursos y mano de obra a las actividades que están propensas a estar en descenso (las actividades económicas mencionadas anteriormente) para disminuir el desempleo en la industria y obtener una estabilidad laboral.

Céspedes y Melgarejo (2005), en su *El marketing para optimizar la rentabilidad en las microempresas de la región Huánuco – 2006*. El método usado en la investigación fue el Descriptivo – Explicativo. La investigación fue de tipo básica, de alcance temporal a nivel micro de fuentes mixtas de carácter cuantitativo de diseño correlacionar porque se ha investigado la relación que existe entre el marketing y la rentabilidad en las micro empresas de la Región Huánuco, con una población de 295 personas, llegando a la conclusión, que hoy en día, el sector micro-empresarial cumple un rol importante en la generación de empleo y desarrollo económico del país y de la Región. En los últimos años generó nuevos puestos de trabajo que se crearon en el sector no agrícola, y el grupo de empleadores de la microempresa lideró el crecimiento de la ocupación en el ámbito nacional y Regional. No obstante lo anterior, no es considerado un grupo relevante en la formulación de las políticas económicas. Sin embargo, uno de los mayores problemas de las MYPES en la Región Huánuco, es su dificultad para acceder a mercados. Pues, el mercado para este tipo de empresas es muy escaso, y por desgracia casi siempre está en manos de los intermediarios (es el caso de las empresas agrícolas, agroindustriales, pequeñas, micro y medianas

manufactureras) que les impiden establecer canales idóneos de distribución, que les permita llegar directamente al consumidor, quien se beneficiaría con una reducción en el precio. A pesar de que el gobierno central ha realizado algunos programas para reducir o eliminar al intermediario, sus esfuerzos no han logrado su objetivo, siguen el intermediarismo y por su falla de capacidad para manejar los productos, los microempresarios (agricultores) tienen muchas pérdidas. Además, estas dificultades obedecen a las limitaciones para cumplir con ciertos estándares de calidad. De ahí que la capacitación y la asistencia técnica son servicios fundamentales para inducir mejora de procesos, desarrollo de habilidades técnicas, e introducir una cultura de la calidad, etc. Por otro lado, la experiencia laboral previa resulta crucial no sólo en la adquisición de contactos personales claves para el desarrollo del negocio (que implican un incremento de ese capital social) sino también en el aprendizaje de los «secretos» del giro del negocio y el conocimiento de sus distintas etapas. En este sentido, el autoempleo se presenta como una etapa posterior a la experiencia laboral asalariada, la misma que, a su vez, puede contribuir a lograr un mayor éxito en la apuesta empresarial.

Cilloniz (2007), menciona que: Hay mucho micro y pequeña empresa familiar en el Perú, padres, hijos, esposa, etc., pero no todas las MYPES tienen ese origen. Cada vez hay más asociatividad, las empresas grandes condicionan a los pequeños para que se unan. La empresa unipersonal es mucho más riesgosa que una pequeña empresa formada por varias personas, no necesariamente familiares. Una empresa familiar se define como una empresa de la que son propietarios dos o más miembros de la misma familia o que operan juntos o en sucesión. A naturaleza y alcance de la participación de los miembros de la familia es variable. Una empresa familiar difiere de otros tipos de pequeñas empresas en muchos sentidos. Por ejemplo, la toma de decisiones suele ser más compleja, puesto que conlleva

una mezcla de valores e intereses familiares y de negocios, es decir el emprendimiento familiar es el origen de las MYPES en el Perú.

Moreno y Kong, (2014), en su tesis denominada Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012, el nivel investigación fue de tipo correlacionar, Ex post facto, la población utilizada en este informe de tesis es de una encuesta de 130 personas, y llego a las siguientes conclusiones: Las fuentes de financiamiento han influenciado de manera positiva en el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José, gracias a que dichas fuentes les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología, impulsándolos a una mejora tanto en su producción como en sus ingresos, ya que ahora cuentan con un mejor inventario para ofrecer a sus clientes. Al evaluar el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José en el período 2010 al 2012, constatamos que gran parte de las microempresas se han mantenido en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar efectivamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que en su mayoría fue de fuentes externas. Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para tener una fuente de ingreso permanente, frente a las bajas en su actividad principal (pesca, construcción naval) que destaca en el Distrito. Al evaluar las diferentes fuentes de financiamiento que tuvieron mayor participación en el Mercado del Distrito de San José, durante el período 2010 – 2012, quien tuvo un mayor dinamismo en el sector fue MI BANCO como principal proveedor de recursos financieros quienes les dieron la facilidades a LAS MYPES de obtener un financiamiento ya sea para capital de trabajo o atender obligaciones con terceros, del mismo modo se encuentran los recursos

financieros obtenidos por prestamistas informales del propio Distrito, quienes vienen consolidando su fuerte participación en el mercado, actuando como parte esencial en el desempeño de las MYPES. Finalmente se determina como resultado de la investigación que las MYPES han respondido favorablemente al financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por un ahorro personal o por la participación de entidades financieras, pero pese a este progreso aún persiste una carencia de cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales; estos son aspectos que limitan a muchos emprendedores de poder invertir en nuevas tecnologías que les pueda generar una reducción en costos y un mejor margen de ingresos.

Lazo (2013), en su tesis denominada Caracterización de la capacitación y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio en el rubro materiales de seguridad en la ciudad de Talara en el año 2011, la investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, de una población de 09 personas y llegó a las siguientes conclusiones: Las edades de los propietarios y representantes de las MYPES, oscilan entre 40 -50 años, siendo liderado por varones con grado de instrucción superior en la especialidad de Administración de Empresas, quienes tienen las condiciones necesarias para aprovechar las oportunidades y ventajas; como las que brinda el mercado o mundo empresarial y el Estado más aún para aplicar las estrategias respectivas ante cambios de normas y variaciones de condiciones. En este rubro las MYPES se mantiene en el mercado mayoritariamente con un antigüedad entre 3 a 5 años, teniendo una capacidad laboral entre 2 a 4 trabajadores, y financiando sus operaciones con capitales de terceros, es decir a través de instituciones financieras, siendo negocios familiares y asesorados permanentemente por Contadores Públicos; con estas condiciones y la necesidad del mercado, debido a que es

una zona industrial de exploración y explotación de hidrocarburos, se encuentran bien posesionadas debido a la demanda existente. Los propietarios y/o representantes legales de las MYPES consideran a la capacitación una inversión; como se demuestra que el 72.8% de los trabajadores recibió capacitación sobre temas de manejo empresarial, teniendo su efecto en el mejor rendimiento laboral y en la rentabilidad. Además, se considera que la capacitación es una herramienta para fortalecer la rentabilidad. Se concluye que mayoritariamente a través de capitales de terceros y/o entidades financieras, han financiado sus operaciones, La misma que ha mejorado a través de los últimos dos años; siendo factor determinante para esta rentabilidad, la oportunidad de tener proveedores que suministren materiales de seguridad a la Provincia, obteniendo de esta manera mejoras en la rentabilidad y una oportunidad de negocios altamente mas rentable y segura.

Robles (2004), en su investigación titulada el crédito en las microempresas comerciales en la ciudad de tingo maría, analizo la baja rentabilidad de las microempresas comerciales en la ciudad de tingo maría, en base a la utilización de créditos y la demanda de sus productos a que se dedicaban, trabajo con una población de 180 microempresas dedicadas a la actividad comercial; utilizando métodos: Método Dialectico, método de síntesis, método deductivo. Con este estudio arribo los siguientes resultados:

La rentabilidad de las microempresas en la ciudad de tingo maría se explica fundamentalmente por la escasa utilización de créditos por que tienen TC de 2.25% para un nivel de significancia de 0.05%.

Los créditos son el factor que deciden la mayor o menor rentabilidad de una empresa túngales pero no es la más influyente.

La demanda de los productos tienen una alta significancia, el TC es de 21.19%, influye entonces de manera importante sobre la mayor o menor rentabilidad de una microempresa dedicada al comercio.

Sifuentes (1998), Tomo como muestra a 12 pequeñas empresas procesadoras de alimentos de la Provincia de Leoncio Prado que demostró la hipótesis que en Tingo María existen factores de producción que limitan el desarrollo de efectividad técnico, económica y financiera de las pequeñas empresas procesadoras de alimentos. Llega a las siguientes conclusiones:

Las pequeñas empresas procesadoras de alimentos para animales son más rentables que las procesadoras para alimentos para humanos, a pesar de contar con recursos insuficientes. sin embargo por el mal manejo de gestión empresarial más el 60% de los existentes hace dos años quebraron Financieramente.

Existe un desconocimiento por parte la pequeña empresa del mercado local, regional y nacional, de ahí vienen dificultades en vender sus productos. por la falta de dinamismo en ventas y por falta de políticas del mercado, pues los gerentes se contentan con los clientes que tienen las maquinarias y equipos en el 69% de las pequeñas empresas usan tecnología mediana mientras que en el otro 31% si cuenta con maquinarias modernas, cuyo mantenimiento se realizó temporalmente.

2.2 Bases teóricas de la investigación.

2.2.1 Teoría de la capacitación.

Para Barragán (2002), la “capacitación del personal de cualquier empresa, es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las MYPES, pues existe la necesidad constante de que éstas se adapten al cambio, así mismo se supone que puede generar potencialmente mayor productividad. La globalización de la economía ha creado muchas oportunidades para las MYPES, pero también ha creado un sin número de retos, especialmente para las empresas de este tipo que desean tener una presencia global, o que envían a sus trabajadores a asignaciones en el extranjero, para poder comunicarse y comerciar”. (Citado en Pulido, 2010).

Asimismo, para Bernal (2000), “una parte importante de la vida de los individuos se desarrolla dentro de las organizaciones, las personas dependen de las organizaciones, y éstas a su vez del trabajo del factor humano, la sociedad actualmente está conformada por organizaciones y todas las actividades orientadas hacia la producción de bienes o la prestación de servicios, son planeadas, coordinadas, dirigidas y controladas dentro de las organizaciones.

Por ello el factor humano es la variable más importante de cualquier organización, sin que por ello se desmerite la importancia de los recursos materiales, tecnológicos o financieros, sin embargo las personas representan el activo más importante de la empresa, por aspectos tales como su capacidad, su vulnerabilidad, su maleabilidad o bien sus conocimientos, considerados como uno de los factores que mayores beneficios o perjuicios, según como se quiera ver, representan a las organizaciones.

Es por ello que, entre otras cosas, hoy por hoy se requiere de personas mejor capacitadas (administradores), para enfrentar los cambios que demandan las organizaciones, cambios

con un enfoque de desarrollo integral (administrativo), considerando que los modelos tradicionales y actuales de la administración, se encuentran en una etapa crítica, al no resolver los problemas y cubrir o satisfacer las necesidades que demanda la sociedad actual, entendiéndola a ésta también como una organización”. (Citado en Pulido, 2010).

Paint (1993), “la capacitación en el trabajo se manifestó durante mucho tiempo a través de un aprendizaje en asociaciones gremiales, pero en las empresas este fenómeno se dio de forma más reciente, alcanzando un desarrollo visible en los años cincuenta. Ante todo hacer y explicar la capacitación, fue una de las preocupaciones de los profesionales, en una actitud de proselitismo, para demostrar sus beneficios.

En promedio se establecen anualmente 200 mil empresas, de las cuales aproximadamente el 10% tienen o cuentan con posibilidades de desarrollarse en la economía formal, el 25% cuentan con escasas posibilidades de desarrollo y generan recursos de sobre vivencia, y el 65% restante desaparecen antes de cumplir dos años de vida, por otra parte, de éste 100% de empresas que desaparecen antes de cumplir los dos años de vida, el 34% es ocasionado por diversas razones, pero lo más significativo es que el 66% restante desaparecen por falta de una capacitación adecuada y oportuna”. (Citado en Pulido, 2010).

Justin (2001), “lo mejor que puede hacer una empresa por sus empleados, es darle la oportunidad de aprender, exponerlos a cursos y animarlos a que utilicen los programas; La administración requiere de capacitación en el trabajo hábilmente dirigida, entendiendo al mismo tiempo que la mayor parte del desarrollo se realiza en el trabajo.

La incorporación de nuevas tecnologías son imprescindibles para que se eleve la productividad nacional y, en consecuencia, aumenten las ventajas competitivas, en ese contexto se considera que las MYPES desempeñarán un papel importante, ya que influyen directamente en el mercado de trabajo, pues son las más dinámicas en la creación de

empleos, pero también pueden contribuir a la pérdida de éste si su situación no es favorable.

Pero frente a los retos que se siguen agudizando como, la grave descapitalización, el fuerte sistema impositivo, la ausencia de liquidez, una tecnología obsoleta y mano de obra con escasa o nula capacitación, así como por los altos niveles de endeudamiento, es muy difícil que se cumplan los objetivos de ley, por lo tanto, es evidente que no se ha logrado una congruencia satisfactoria entre las buenas intenciones de la política industrial, y la realidad que diariamente enfrentan las MYPES en su búsqueda por mejorar sus condiciones de competitividad tanto interna como en el exterior.

El momento en el que se vive actualmente, es de avances acelerados y constantes e inclusive sustanciales cambios, se dice por ejemplo, que el ser humano duplica anualmente sus propios avances y un profesionalista generalmente, al año o dos años de haberse graduado, si no está preparándose constantemente, ya no está al día en sus conocimientos. La capacitación es parte integral de un programa amplio de administración de la calidad, aun y cuando la administración de la calidad tiene que ver con máquinas, materiales y medidas, también se enfoca en el desempeño humano, es decir, se pueden diseñar programas de capacitación, para promover un trabajo de mayor calidad". (Citado en Pulido, 2010).

Siliceo (1997) "el factor humano es cimiento y motor de toda empresa y su influencia es decisiva en el desarrollo, evolución y futuro de la misma, es por ello que la ciencia de la administración ha venido dando mayor énfasis a la capacitación del personal, dentro de las empresas, lo que ha originado disposiciones especiales en la legislación laboral vigente, por lo que cualquier esfuerzo que en materia de capacitación se lleve a cabo para facilitar la integración y compenetración del personal con sus propias funciones y con los

objetivos de la empresa, contribuirá a consolidar un mejor clima no solamente de relaciones humanas sino también de productividad”. (Citado en Pulido, 2010).

Rodríguez (1999) “la capacitación es uno de los instrumentos más importantes con los que se cuenta en la transformación de una empresa, y tiene como su propósito fundamental, mejorar el rendimiento actual y futuro de la fuerza de trabajo, mediante la superación de los conocimientos básicos, el perfeccionamiento de las habilidades específicas y la inducción y adecuación de las actitudes de las personas.

Ahora bien, la capacitación y el desarrollo no se pueden aplicar con éxito, contando solamente con buenos deseos y nobles intenciones, sino que es necesario diseñar y poner en práctica programas específicos, mismos que deben apoyarse, en una clara determinación de necesidades, por lo que es urgente la tarea de determinar áreas críticas de capacitación en cada empresa”. (Citado en Pulido, 2010).

Samuel & William (1193) “desde el enfoque de la economía se considera que la calidad del trabajo, esto es el capital humano, es la barrera más importante para el desarrollo económico, casi todos los demás ingredientes de la producción-los bienes de capital, las materias primas, y la tecnología- pueden comprarse o pedirse prestados a países avanzados, pero la aplicación de las técnicas de producción de elevada productividad a las condiciones locales, casi siempre requieren directivos, obreros, y conocimientos técnicos que solo posee una población trabajadora formada y altamente cualificada”. (Citado en Pulido, 2010).

Capacitación empresarial

“Proceso de capacitación

La capacitación se refiere a los métodos usados para proporcionar al personal de una empresa las habilidades que éstos necesitan para realizar su trabajo. Ésta abarca desde cursos sencillos sobre terminología hasta cursos complejos que permiten entender el

funcionamiento de un nuevo sistema; tales cursos pueden ser teóricos o prácticos, o combinados.

La capacitación es un proceso que lleva a mejorar continuamente las actividades laborales, con el fin de implantar mejores formas de trabajo. Ésta es una actividad sistemática, planificada y permanente, cuyo propósito general es: preparar desarrollar e integrar al recurso humano en el proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores. En este sentido, la capacitación va dirigida al perfeccionamiento técnico del trabajador, para que éste se desempeñe eficientemente en las funciones a él asignadas. Producir resultados de calidad, dar excelente servicio a los clientes, prevenir y solucionar anticipadamente problemas potenciales dentro de la organización.

Por medio de la capacitación el perfil del trabajador se adecua al perfil de conocimientos, habilidades y actitudes requerido en un puesto de trabajo. La capacitación no debe confundirse con el adiestramiento, este último implica una transmisión de conocimientos que hacen apto al individuo ya sea para un equipo o maquinaria”. (Citado por Plusformación, sf).

“El proceso de capacitación se puede acometer de dos modos. Primero, el que se produce por y dentro el mismo grupo de trabajo; se da un intercambio que fomenta el aprendizaje a través de experiencias compartidas. En este aspecto, la capacitación de saberes es inherente al oficio específico de cada trabajador. Segundo, la que es acometida por una persona ajena al ámbito de la organización. Por ejemplo, facilitadores externos de empresas especializadas en el área. Se capacita al personal de una empresa para alcanzar la satisfacción por el trabajo que realiza; pues si un empleado no está satisfecho con la labor que lleva a cabo no podrá efectuar un trabajo eficiente.

El proceso de capacitación es un proceso continuo. El mismo está constituido de cinco pasos, a que continuación mencionamos:

Analizar las necesidades. Identifica habilidades y necesidades de los conocimientos y desempeño”. (Citado por Plusformación, sf).

“Diseñar la forma de enseñanza: Se elabora el contenido del programa, folletos, libros, actividades...

Validación: Se eliminan los defectos del programa y se hace una presentación restringida a un grupo pequeño de personas.

Aplicación: Se dicta el programa de capacitación.

Evaluación: Se determina el éxito o fracaso del programa”. (Citado por Plusformación, sf).

“Proceso de adiestramiento

El adiestramiento es un proceso educacional a corto plazo, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos. El adiestramiento es, en primer lugar, la educación profesional que adapta al individuo para un cargo o función dentro de una organización. Éste implica la transmisión de conocimientos, sea éste información de los productos, de los servicios, de la organización, de la política organizacional... En segundo término, implica un desarrollo de habilidades entendido como un entrenamiento orientado a las tareas y operaciones que el personal va a ejecutar.

Se realiza cuando un trabajador tiene poca experiencia o se contrata para un trabajo que le es totalmente nuevo. Una vez que los trabajadores han sido incorporados a una empresa, ésta tiene el compromiso de desarrollar en ellos actitudes y conocimientos indispensables para que cumplan bien su labor. El adiestramiento de personal, además de completar el proceso de selección, orienta al nuevo trabajador o empleado sobre las características y particularidades propias del trabajo a ejecutar. Ofrece al trabajador la oportunidad de actualizar y renovar sus conocimientos, para que estén a tono con los avances técnicos.

En este sentido, el adiestramiento consiste en proporcionar o fortalecer los conocimientos que el individuo necesita para el eficiente desempeño de sus actividades laborales; de acuerdo con los cambios tecnológicos, los nuevos requerimientos de procesos de trabajo en la organización. Es un proceso educacional a corto plazo aplicado de manera organizada. El adiestramiento está orientado de manera directa a las tareas y operaciones que van a ejecutarse”. (Citado por Plusformación, sf).

“Los programas de adiestramiento constituyen una herramienta para lograr que el personal adquiera los conocimientos necesarios, que le permitan ampliar y desarrollar las aptitudes para ejecutar el trabajo en forma eficiente. Los programas de adiestramiento constituyen un factor relevante en el mejoramiento de los niveles de productividad. Lo cual implica la puesta en práctica de un conjunto de elementos que favorecen el desenvolvimiento laboral de los trabajadores, por medio del suministro de un conjunto de herramientas que facilitan la realización de las actividades, mediante el desarrollo intensivo y continuo de habilidades que favorecen el logro de los objetivos establecidos para alcanzar la eficiencia organizacional.

En los programas de adiestramiento existen varias técnicas, una que se aplica es el método de los cuatro pasos:

Prepare al trabajador.

Muéstrele el trabajo.

Póngalo a prueba.

Sígalo en la práctica.

Un método alternativo es el siguiente:

El instructor dice y hace.

El instructor dice y el alumno hace.

El alumno dice y el instructor hace. El alumno hace y dice”. (Citado por Plusformación, sf).

“Existen varios tipos de adiestramientos, entre éstos tenemos:

Inducción: Es la orientación general que se le da al empleado para adecuarlo al puesto, al grupo y a la institución. Este tipo de formación tiene la meta de crear una actitud favorable del empleado y facilitar su proceso de integración.

Adiestramiento a través de la experiencia: Consiste en reunir un grupo de personas en base a tareas o áreas similares para intercambiar experiencias, métodos y recursos. En tales espacios se debe establecer un flujo informativo precisando objetivos, expectativas, dinámicas, metodología, aspectos organizativos y el código para el análisis. Este tipo de formación es útil, pues de la experiencia de los individuos o grupos se enriquece el trabajo y se comparten vivencias significativas.

Adiestramiento "en" y "para" la organización: Consiste en desarrollar al máximo el potencial humano de la institución, por vía de la implementación de un sistema de educación permanente que abarque las siguientes etapas:

Preparación y actualización para el mejor desempeño del cargo. Preparación para otros cargos que pudiera ocupar el empleado. Preparación para el desarrollo general integral”.

(Citado por Plusformación, sf).

“Los objetivos del adiestramiento, son los siguientes:

Incrementar la productividad.

Promover la eficiencia del trabajador, sea obrero, empleado o funcionario.

Proporcionar al trabajador una preparación que le permita desempeñar su puesto con mayor responsabilidad.

Promover un ambiente de mayor seguridad.

Ayudar a desarrollar condiciones de trabajo más satisfactorias, mediante los intercambios personales surgidos con ocasión del adiestramiento.

Promover el mejoramiento de los sistemas y procedimientos.

Contribuir a reducir los movimientos de personal, tales como renunciaciones y destituciones.

Contribuir a reducir las quejas de empleados proporcionando una ética de trabajo más elevada.

Facilitar la supervisión de personal.

Promover los ascensos sobre la base del mérito personal.

Contribuir a la reducción de los accidentes de trabajo.

Reducir el costo de operación.

Programas de capacitación

Los programas de capacitación son la traducción de las expectativas y necesidades de una organización en determinado periodo de tiempo. Éste corresponde a la realidad que se espera concretar efectivamente en un determinado plazo y, por lo mismo, debe estar vinculada a los recursos disponibles y las disponibilidades organizacionales”. (Citado por Plusformación, sf).

“Para la elaboración de un programa de capacitación se pueden considerar, por lo menos, tres criterios:

Distribución personalizada de los recursos: El énfasis se enfoca en lograr que la mayor cantidad de funcionarios participen de la capacitación. Implica determinar el presupuesto disponible y sobre esa base asignar la capacitación, se prioriza la cobertura de las actividades que se aprueben.

Distribución centrada en la capacitación específica: Aquella destinada a resolver brechas de competencias que están dirigidas a debilidades de la organización. Las acciones se

orientan, a veces, a temas que están alejados de los intereses y motivaciones de los funcionarios.

Distribución orientada a la capacitación específica, que también da cuenta de la capacitación general: En este tipo de escenarios los procesos de detección de necesidades dan cuenta de toda su fortaleza, en la medida que han sido capaces de considerar, sin exclusiones previas, todas las perspectivas y expectativas vigentes en la organización.

Es preciso concordar que los programas de capacitación comprenden cuatro subsistemas:

Detección de las necesidades de capacitación.

Diseño del programa de capacitación.

Ejecución de la capacitación.

Evaluación de los resultados de la capacitación.

Para desarrollar el segundo componente resulta ineludible abordar previamente el tema de la identificación de las materias para las cuales se precisa capacitación. Por lo cual, se deben articular en torno a un programa que concuerde con las prioridades de la organización.

De allí que los programas de capacitación exigen una planificación que incluye los siguientes aspectos:

Enfoque de una necesidad específica cada vez.

Definición clara del objetivo de la capacitación.

División del trabajo a ser desarrollado. en módulos, paquetes o ciclos.

Elección de los métodos de capacitación considerando la tecnología disponible.

Definición de los recursos necesarios para la implementación de la capacitación, como tipo de entrenador o instructor, recursos audiovisuales, maquinas, equipos o herramientas necesarias, materiales, manuales, etc.” (Citado por Plusformación, sf).

“Definición de la población objetivo, es decir, el personal que va a ser capacitado. Se debe considerar:

Número de personas.

Disponibilidad de tiempo.

Grado de habilidad, conocimientos y tipos de actitudes.

Características personales de comportamiento.

Local donde se efectuará la capacitación considerando las alternativas en el puesto de trabajo o fuera del mismo, en la empresa o fuera de ella.

Periodicidad de la capacitación considerando el horario más oportuno o la ocasión más propicia.

Calculo de la relación costo-beneficio del programa.

Control y evaluación de los resultados considerando la verificación de puntos críticos que requieran ajustes o modificaciones en el programa para mejorar su eficiencia.

Una vez determinada la naturaleza de las habilidades, los conocimientos o comportamientos terminales deseados como resultado de la capacitación, el siguiente paso es la elección de las técnicas que van a utilizarse en el programa de capacitación con el fin de optimizar el aprendizaje

En resumen, los programas de capacitación, sean éstos a medio o largo plazo, poseen siguientes las fases:

Investigar y analizar el programa a implementar.

Diagnosticar la situación.

Planificar y proponer una serie de acciones para solucionar el problema.

Poner en marcha las acciones.

Seguir la evolución la evolución del programa.

Adaptar y corregir”. (Citado por Plusformación, sf).

“Principios fundamentales de la capacitación

El contenido de la capacitación involucra cuatro tipos de cambios de comportamiento, a saber:

Transmisión de informaciones: Distribuir información entre los entrenados como un cuerpo de conocimientos.

Desarrollo de habilidades: Destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual. Es una capacitación orientada de manera directa a las tareas y operaciones del trabajador.

Desarrollo de actitudes: Se refiere al cambio de actitudes negativas por actitudes más favorables entre los trabajadores, aumento de la motivación, desarrollo de la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión.

Desarrollo de conceptos: la capacitación puede estar conducida a elevar el nivel de abstracción y conceptualización de ideas, ya sea para facilitar la aplicación de conceptos en la práctica administrativa o para elevar el nivel de generalización.

El contenido de los programas de capacitación conlleva a establecer principios fundamentales inherentes a éstos, entre los cuales tenemos:

Las necesidades de las personas.

El crecimiento individual.

La participación como aprendizaje activo.

La capacidad para dar respuestas a necesidades de la realidad y la posibilidad de aplicarlas a la vida cotidiana.

Los conocimientos y experiencias de los participantes revalorizan y refuerzan el aprendizaje existente, al incorporar nuevos conocimientos”. (Citado por Plusformación, sf).

“La capacitación en equipo que permite mayor posibilidad de interacción e intercambio.
Preparar al personal para la ejecución de las diversas tareas particulares de la organización.
Proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo personal, no sólo en sus cargos actuales sino también para otras funciones para las cuales la persona puede ser considerada.
Cambiar la actitud de las personas, con varias finalidades, entre las cuales están crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

El individuo debe acompañar los resultados de su desempeño.

La persona aprende mejor cuando está motivada para aprender.

La distribución de los periodos de aprendizaje debe considerar la fatiga, la monotonía y los periodos adecuados para la asimilación de lo aprendido.

El ejercicio y la práctica son indispensables para el aprendizaje y la retención de habilidades.

El aprendizaje eficiente depende de la utilización de técnicas adecuadas.

Ayuda al individuo en la solución de problemas y en la toma de decisiones.

Aumenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.

Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.

Sube el nivel de satisfacción con el puesto.

Permite el logro de metas individuales.

Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

Con respecto a las organizaciones, tenemos que:

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

Eleva la moral de la fuerza de trabajo.

Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.

Crea mejor imagen.

Mejora la relación jefes-subordinados.

Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas.

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.

Incrementa la productividad y calidad del trabajo.

Ayuda a mantener bajos los costos”. (Citado en Pulido, 2010).

Desarrolla el sentido de responsabilidad hacia la empresa.

Logra que se perfeccionen los ejecutivos y empleados en el desempeño de sus puestos.

Mantiene a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados.

Mejora las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.

Ayuda en la orientación de nuevos empleados.

Proporciona información sobre disposiciones oficiales.

Hace viables las políticas de la organización.

Alienta la cohesión de grupos.

Proporciona una buena atmósfera para el aprendizaje.

Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar. Integración de un plan de capacitación”. (Citado por Plusformación, sf).

“Cuando se desarrolla un plan de capacitación se está enseñando a alguien un nuevo conocimiento acrecentando el valor de esa persona en la organización. La capacitación

tiene que aportar el conocimiento necesario para realizar tareas específicas e infundir el deseo de llevarla a feliz término.

Se utilizará la información del análisis para diseñar los programas y plan de capacitación y desarrollo. El análisis mostrará el tipo de habilidades, y, por tanto, de capacitación que se requieren. El análisis es útil para asegurar que todas las actividades estén asignadas a posiciones específicas. El análisis reporta como las actividades y los conocimientos requeridos han sido identificados, lo que amerita un plan de capacitación.

Modelo de plan de capacitación. Denominación del plan de capacitación:

Plan específico de aprendizaje con predominio en la empresa.

Plan específico de aprendizaje con predominio en el centro de formación.

Plan profesional: prácticas pre-profesionales.

Plan específico de pasantía en la empresa.

Plan de programa de capacitación:

Contenido

Introducción y Antecedentes

Evaluación de necesidades

Descripción del Programa

Proceso de formulación

Caracterización del contexto

Diagnostico

Planificación de la capacitación

Esquema de conceptualización y diseño

Objetivos

Componentes

Fortalecimiento técnico

Fortalecimiento administrativo

Programación esquemática

Primera Etapa

Segunda Etapa

Recursos Financieros Requeridos

Los expertos consideran que el plan de capacitación debe enfocarse al menos en cuatro cuestiones, a saber:

Objetivos de capacitación

Deseo y motivación de la persona

Principios de aprendizaje

Características de los instructivos

Objetivos de capacitación:

Resultados deseados de un programa de entrenamiento. Disposición y motivación de la persona”. (Citado por Plusformación, sf).

“Técnicas de la capacitación aplicada

Las técnicas didácticas son el entramado organizado por el facilitador por medio de las cuales busca cumplir los objetivos propuestos. Éstas son mediaciones y como tal tienen una carga relativa a la formación social, valores y formación. Las técnicas se encuentran en constante relación con las características personales y habilidades del individuo y de los grupos; además, del contenido a trabajar, de las condiciones físicas del espacio y el tiempo a emplear.

Entre las técnicas de capacitación aplicadas tenemos las siguientes:

Técnicas de capacitación aplicadas en el sitio de trabajo. Dentro de este contexto tenemos:

Instrucción directa sobre el puesto: La cual se da en horas laborables. Se emplea para enseñar a obreros y empleados a desempeñar su puesto de trabajo. Se basa en demostraciones y prácticas repetidas, hasta que la persona domine la técnica. Esta técnica es impartida por el capacitador, supervisor o un compañero de trabajo.

Rotación de puesto: Se capacita al empleado para ocupar posiciones dentro de la organización en periodo de vacaciones, ausencias y renuncias. Se realiza una instrucción directa.

Relación experto-aprendiz: Se da una relación maestro- Aprendiz. En dicha relación existe una transferencia directa del aprendizaje y una retroalimentación inmediata”. (Citado por Plusformación, sf).

“Técnicas de capacitación aplicadas fuera del sitio de trabajo: En este ámbito existen las siguientes:

Conferencias, videos, películas, audiovisuales y similares: Esta técnica no requiere de una participación activa del trabajador, economiza tiempo y recurso. Ofrece poca retroalimentación y bajos niveles de transferencia y repetición.

Simulación de condiciones reales: Permite transferencia, repetición y participación considerable; generalmente las utilizan las compañías aéreas, los bancos y los hoteles. Consiste en la simulación de instalaciones de operación real, donde el trabajador va a aprender de manera práctica su puesto de trabajo.

Actuación o socio drama: Esta técnica da la oportunidad al trabajador a desempeñar diversas identidades; crea vínculos de amistad y de tolerancia entre los individuos y permite reconocer los errores.

Estudio de casos: Permite al trabajador resolver situaciones parecidas a su labor. El trabajador recibe sugerencias de otras personas y desarrolla habilidades para la toma de

decisiones. En esta técnica se practica la participación, más no la retroalimentación y la repetición.

Lectura, estudios individuales, instrucción programada: Se refiere a cursos basados en lecturas, grabaciones, fascículos de instrucción programada y ciertos programas de computadoras. Los materiales programados proporcionan elementos de participación, repetición, relevancia y retroalimentación, la transferencia tiende a ser baja.

Capacitación en laboratorios de sensibilización: Consiste en la modalidad de la capacitación en grupo. Se basa en la participación, retroalimentación y repetición. Se propone desarrollar la habilidad para percibir los sentimientos y actitudes de las otras personas”. (Citado por Plusformación, sf).

2.2.2 Teoría de la competitividad

La competitividad surge de la articulación, simbiosis y sinergias que se gestan entre los elementos de la economía industrial con los sociológicos, políticos y las innovaciones de las empresas. Por otra parte, al analizar de manera separada cada uno de los cuatro niveles se verifica que en el caso del macro, éste se refiere a la existencia de un entorno económico y político estable. El nivel micro, es aquel en el que las empresa operan con costos bajos, calidad en sus productos y con flexibilidad para enfrentar oportunamente los cambios en la demanda; en lo que atañe al nivel medio, éste corresponde a la formulación y aplicación de políticas concretas para crear un entorno favorable para el desarrollo de las empresas y, finalmente, el nivel meta, en él se expresa la participación de la sociedad aportando valores culturales, consensos en torno a la dirección del cambio y en las habilidades de los agentes sociales para formular políticas y estrategias que para Alcaraz (1995), “influyen en la determinación de la competitividad de la empresa”. (Citado en Monografías.com).

“Las cinco fuerzas competitivas (factores externos)

El primer determinante para la utilidad de una empresa es lo atractivo del sector industrial. Se entiende como un sector industrial a un grupo de empresas que producen productos que son sustitutos cercanos entre sí.

Esencialmente la estrategia competitiva consiste en emprender acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en un sector industrial, para enfrentarse con éxito a las cinco fuerzas competitivas y obtener así un rendimiento superior sobre la inversión para la empresa. El poder de cada una de las cinco fuerzas competitivas es una función de la estructura de la industria, o las características económicas y técnicas básicas de un sector industrial”. (Citado en Monografías.com).

“Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Se considera que en un sector en el que se conoce que el rendimiento del capital invertido es superior a su costo, la llegada de empresas interesadas en participar del mismo será muy grande y rápida, hasta aprovechar las oportunidades que ofrece ese mercado. Como es obvio, las compañías que entran en el mercado incrementan la capacidad productiva en el sector.

La rivalidad entre los competidores

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Poder de negociación de los proveedores.

Esta fuerza hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, quienes definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado, de acuerdo a su

poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes. Por ejemplo, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta oferta de insumos, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios”. (Citado en Monografías.com).

“Poder de negociación de los compradores.

La competencia en un sector industrial está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los clientes con las empresas que producen el bien o servicio. En los mercados de productos son dos los factores que influyen en la determinación de la fortaleza del poder de negociación de una empresa frente a sus clientes: sensibilidad al precio y poder de negociación. Las principales variables que definen estos factores son:

Concentración de clientes

Volumen de compras

Diferenciación

Información acerca del proveedor Identificación de la marca Productos sustitutos”. (Citado en Monografías.com).

“Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Para Rugman (1997) un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba esta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar

en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios.

Una vez analizados los cinco factores precedentes, la empresa decidirá el atractivo o ausencia de atractivo de cada uno". (Citado en Monografías.com).

“Las tres estrategias genéricas (factores internos)

Identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que sobrepasara el desempeño de los competidores en una industria. Esas tres estrategias genéricas fueron:

El liderazgo general en costos

La diferenciación

El enfoque". (Citado en Monografías.com).

"las estrategias genéricas son tácticas para superar el desempeño de los competidores en un sector industrial; en algunas estructuras industriales significará que todas las empresas pueden obtener elevados rendimientos, en tanto que en otras, el éxito al implantar una de las estrategias genéricas puede ser lo estrictamente necesario para obtener rendimientos aceptables en un sentido absoluto". **(Porter, 1987)**

“Estrategia de liderazgo en costos

El objetivo de la estrategia de liderazgo en costos como potencial, es la de ofrecer productos o servicios al menor costo de la industria. El reto de esta estrategia consiste en obtener un beneficio adecuado para la empresa, en lugar de operar con pérdidas, una estrategia exitosa de liderazgo en costos se disemina en toda la empresa, según lo demuestra la eficiencia elevada, los gastos generales bajos, las prestaciones limitadas, la intolerancia al desperdicio, la revisión minuciosa de las solicitudes al presupuesto, los

amplios elementos de control, las recompensas vinculadas a la concentración de costos y la extensa participación de los empleados en los intentos por controlar los costos”. (Citado en Monografías.com).

“Estrategia de diferenciación

Consiste en producir o vender productos considerados únicos en el mercado y que ofrezcan algo que les permita diferenciarse o distinguirse de los de la competencia, a través de la aplicación de esta estrategia se busca principalmente la preferencia de los consumidores, pudiendo llegar al punto de aumentar los precios en caso de que éstos reconozcan las características diferenciadoras del producto.

Algunos ejemplos de aspectos en los que puede haber una diferenciación son:

En el diseño del producto.

En sus atributos o características.

En su desempeño o rendimiento.

En la calidad.

En la marca.

En brindar un buen servicio o atención al cliente.

En la atención personalizada.

En la rapidez en la entrega.

En ofrecer servicios adicionales.

La estrategia de diferenciación es eficaz tanto en mercados amplios como en mercados reducidos, pero solo cuando la característica o las características diferenciadoras del producto son difíciles de imitar por la competencia.

Un riesgo que se corre por seguir una estrategia de diferenciación es que los clientes podrían no valorar lo suficiente al producto exclusivo como para justificar su precio elevado”. (Citado en Monografías.com).

“Estrategia de enfoque

Para Porter (1982) consiste en concentrarse en un segmento específico del mercado; es decir, concentrar los esfuerzos en producir o vender productos que satisfagan las necesidades o preferencias de un determinado grupo de consumidores dentro del mercado total que existe para los productos, a través de la aplicación de esta estrategia se busca especializarse en un mercado reducido pero bien definido y, por tanto, ser más eficiente de lo que se sería atendiendo a un mercado amplio y variado.

Algunos ejemplos del uso de esta estrategia son:

Concentrarse en un grupo específico de consumidores.

Cerrar una o más divisiones para concentrarse en la que mejor rendimiento presente.

La estrategia de enfoque es eficaz solo en mercados reducidos, ya que en mercados amplios las economías de escala favorecerían a las empresas que utilizaran una estrategia de liderazgo en costos, y cuando el segmento de mercado elegido es lo suficientemente grande como para ser rentable y tiene buen potencial de crecimiento.

Una empresa siempre debe perseguir agresivamente todas las oportunidades de reducción de costos que no sacrifiquen la diferenciación”. (Citado en Monografías.com).

2.3 Marco conceptual.

Clínica dental: Se considera consulta o clínica dental, el establecimiento sanitario, cualquiera que sea su denominación, destinado a la realización del conjunto de actividades profesionales dirigidas a la promoción de la salud bucodental y a la prevención, diagnóstico y rehabilitación de anomalías y enfermedades de los dientes, de la boca, de los maxilares y tejidos anexos. **(Cámara, 2002)**

Competitividad: La competitividad [de calidad y de precios] se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijado una cierta calidad. Concebida de esta manera se asume que las empresas más competitivas podrán asumir mayor cuota de mercado a expensas de empresas menos competitivas, si no existen deficiencias de mercado que lo impidan. **(Haidar, 2012)**

Productividad: es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida. **(Klenow & Rodríguez, 1997)**

Satisfacción del cliente

Define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. **(Kotler, 1993)**

III. METODOLOGÍA

Conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar el objetivo o la gama de objetivos que rige una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Con frecuencia puede definirse la metodología como el estudio o elección de un método pertinente o adecuadamente aplicable a determinado objeto. **(Echevarría, 1982)**

3.1 Tipo y nivel de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación fue cuantitativo, porque la recolección de datos y los resultados se analizaron utilizando procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

3.1.2 Nivel de investigación

El nivel de la investigación fue descriptivo, debido a que solo se limitó a describir las principales características de las variables en estudio.

3.2 Población y Muestra.

3.2.1 Área geográfica del estudio

Leoncio Prado es una provincia del centro-norte del Perú situada en el norte del departamento de Huánuco. Limita al norte con la región de San Martín, al este con la región de Ucayali, al sur con la provincia de Puerto Inca, la provincia de Pachitea, la provincia de Huánuco y la oeste con las provincias de Marañón, Huacaybamba, Huamalíes, y Dos de Mayo. La ciudad de Tingo María se ubica la región de Huánuco, en el centro oriente del territorio peruano a 135 km. de la ciudad de Huánuco y a la margen derecha del río Huallaga. Clima es cálido y húmedo tropical, su temperatura promedio es de 24°C. El

calor es intenso en el día y disminuye en la noche. Las precipitaciones fluviales con mayor frecuencia son durante los meses de diciembre hasta abril. Tingo María está considerado como una de las zonas con mayor frecuencia de lluvias en el país.

3.2.2 Población

La población está constituida por las 20 empresas de clínicas dentales de la provincia de Leoncio Prado.

3.2.3 Muestra

La población será igual a la muestra constituida por las 12 empresas de clínicas dentales de la provincia de Leoncio Prado.

3.3 Técnicas e Instrumentos

Para la recolección de datos de la presente investigación se aplicará una encuesta, el Cuestionario estará conformado por quince ítems, orientados a averiguar sobre la caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPES del sector clínicas dentales de la provincia de Leoncio Prado del año 2016.

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional:	Escala de Medición
Perfil de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES	Edad	Razón:
		Grado de instrucción	Nominal: • Primaria.
		Años de permanencia en la actividad y el rubro	Razón: • 1 — 2 años. • 2 — 3 años.
		Estructura de la empresa	Nominal: • Formal.
Perfil de las MYPES	Algunas características de las MYPES.	N° de trabajadores en la empresa	Razón: • De 1— 5 trabajadores. • De 6 a más
		Analizar la situación actual	Likert
		Implementar soluciones	Likert
Capacitación de los microempresarios	Características de las capacitaciones	Medir la cantidad de capacitación en relación a los cursos.	Likert

	en temas empresariales	Verificación Mejoramiento permanente	Likert
Competitividad		Conocimiento del	Nominal:
de las MYPES.	Algunas características	término competitividad	• Sí.
		Empresa Competitiva	Nominal:
	de la competitividad	Potencial competitivo	• Sí.
	de las MYPES	de la empresa	• Atención de quejas. • Solución a los problemas.

Tabla 2. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicador	Metodología
<p>En el mundo se está produciendo un cambio de época que requiere nuevas formas de percepción, particularmente en los negocios, en el cual se contrasta con el paradigma anterior, en el que se visualizaban a las organizaciones como maquinas, caracterizadas por estructuras rígidas, personas consideradas como parte de las maquinas, que podían ser remplazadas sin problema, ordenes sin posibilidad de cuestionarse y ejecutivos que no comprendían y mucho menos reconocían los sentimientos como factor relevante en su relación con los trabajadores; así mismo sostiene que en las relaciones del ser humano de fines del siglo XX se</p>	<p>General Describir y determinar la caracterización de la capacitación y la competitividad del micro y pequeño empresario en las MYPES del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016.</p> <p>Específicos Describir las características de la capacitación del micro y pequeño empresario en las MYPES del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016. Establecer las características de la competitividad de las MYPES en el micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado,</p>	<p>V. Independiente Capacitación.</p> <p>V. Dependiente Competitividad.</p>	<p>Deseño del personal</p> <p>Beneficio Mejora de la calidad</p>	<p>Adiestramiento del personal. Inversión en el talento humano</p> <p>Atención al cliente Calidad de servicios Satisfacción del cliente</p>	<p>Tipo de estudio Es básica y de naturaleza descriptiva y correlacional. Diseño No experimental de tipo transversal Población y muestra Conformada por 12 MYPES del sector Clínicas dentales de la provincia de Leoncio Prado. Téc. De recolec. de datos Se aplicará un Cuestionario de 17 preguntas, de estarán dirigidas a los propietarios de la provincia de Leoncio prado. Téc. Procesam. de la</p>

<p>está dando un cambio profundo, en cuanto a la estructura de poder. (Toffler, 1992)</p>	<p>año 2016. Determinar la influencia de la capacitación en la competitividad de las MYPES en el micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínica dental de la provincia de Leoncio Prado, año 2016.</p>				<p>información Se utilizará Microsoft Office Para procesar la información.</p>
---	---	--	--	--	---

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

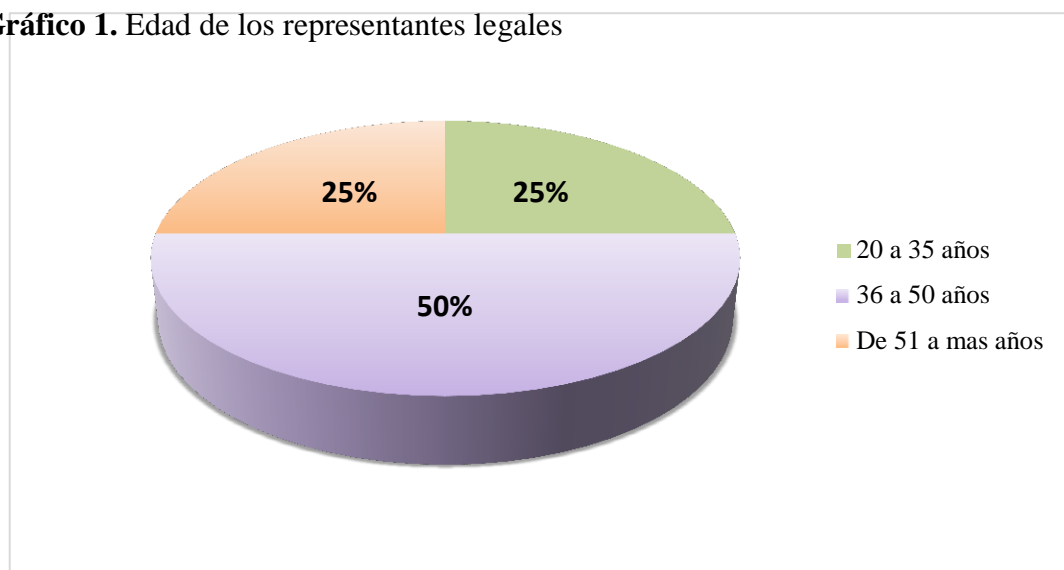
4.1.1 Respecto al perfil de los microempresarios y/o representantes legales

Tabla 3. Edad de los representantes legales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 35 años	3	25.0
36 a 50 años	6	50.0
De 51 a más años	3	25.0
total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 1. Edad de los representantes legales



Fuente: Tabla 3.

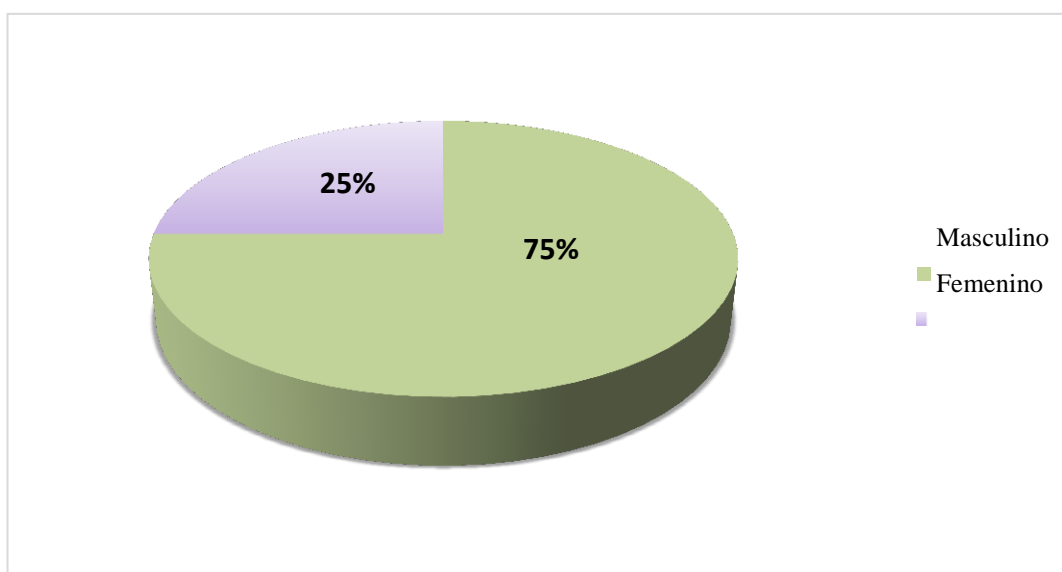
En la Tabla 3 y gráfico 1, se observa que los doce propietarios encuestados en un 50% están en la edad de 36 a 50 años y el 25 % están en la edad de 51 años a más años y de la misma forma en 25% de 20 a 35 años de edad.

Tabla 4. Género de los representantes de las MYPES.

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

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 4.

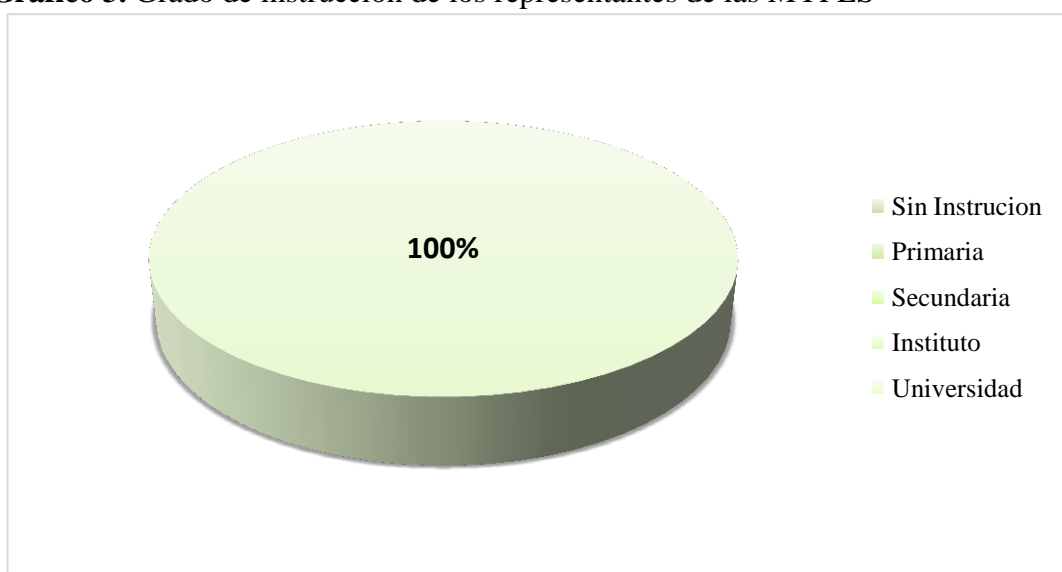
En la tabla 4 y gráfico 2, se observa que de los 12 propietarios encuestados 9 son de género masculino y solo 3 es de género femenino.

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

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Sin Instrucción	0	0.0
Primaria	0	0.0
Secundaria	0	0.0
Instituto	0	0.0
Universidad	12	100.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

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



Fuente: Tabla 5.

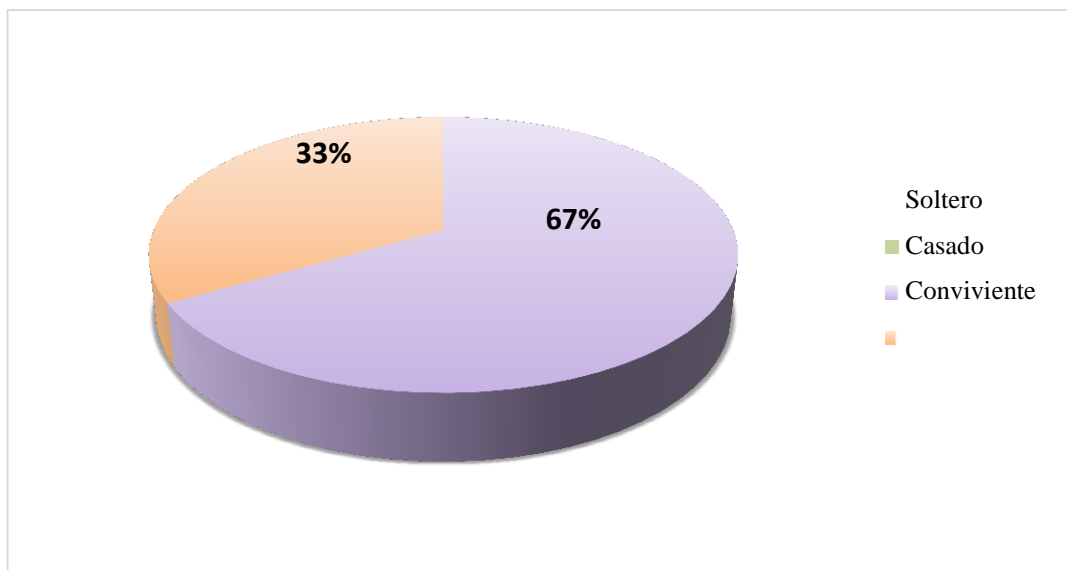
En la tabla 5 y gráfico 3, se observa que el 100% de los propietarios tienen una educación en universidades.

Tabla 6. Estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	0	0.0
Casado	8	67.0
Conviviente	4	33.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 4. Estado civil



Fuente: Tabla 6.

En la tabla 6 y gráfico 4, se observa que el 67% de los propietarios son casados y en un 33% son convivientes.

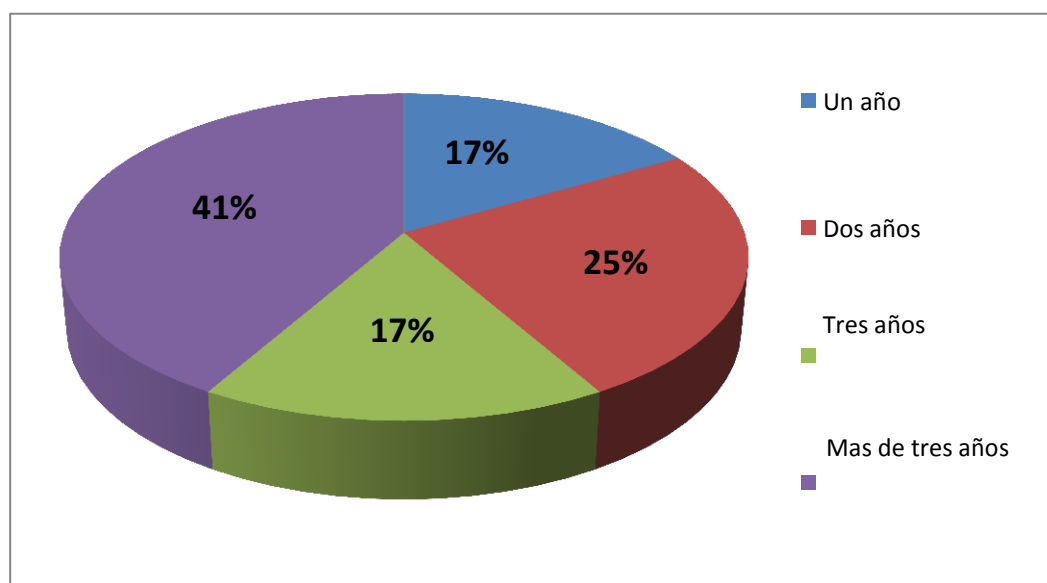
Respecto al perfil de las MYPES

Tabla 7. Tiempo a que se dedica esta actividad

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje
Un año	2	16.6
Dos años	3	25.0
Tres años	2	16.6
Más de tres años	5	41.6
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico5. Tiempo a que se dedica esta actividad



Fuente: Tabla 7.

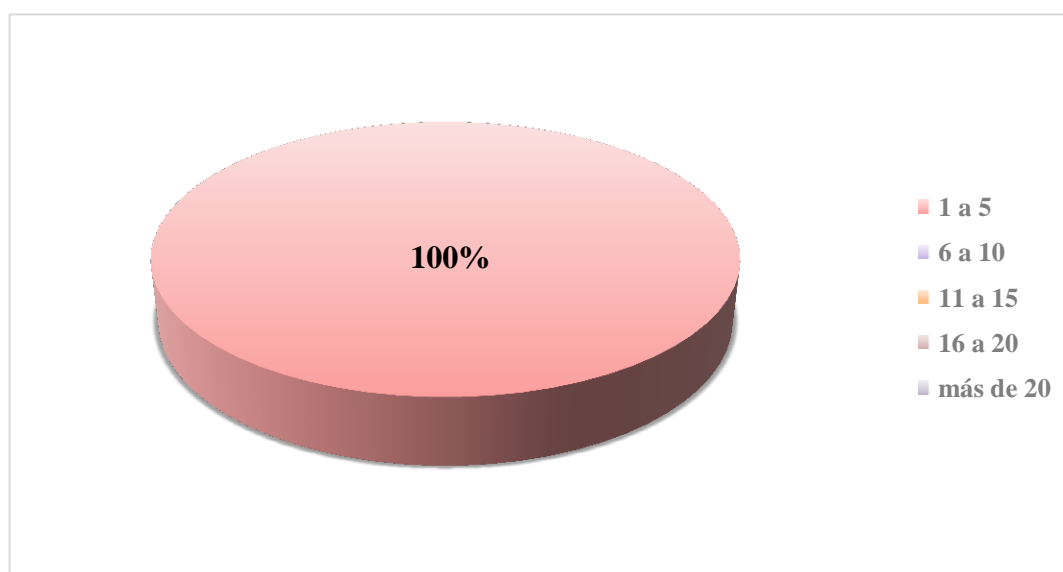
En la tabla 7 y Gráfico 5, se observa que los 12 propietarios o representantes tienen una antigüedad del 42% de más de 3 años y en un 17% en tres años, y en un 25% en dos años y el 17% en un año en tiempo a que dedican esta actividad.

Tabla 8. Cantidad de personal que cuenta las MYPES

Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	12	100.0
6 a 10	0	0.0
11 a 15	0	0.0
16 a 20	0	0.0
más de 20	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 6. Cantidad de personal que cuenta las MYPES



Fuente: Tabla 8.

En la tabla 8 y Gráfico 6, se observa que de los 12 propietarios o representantes tienen un 100% de trabajadores de 1 a 5.

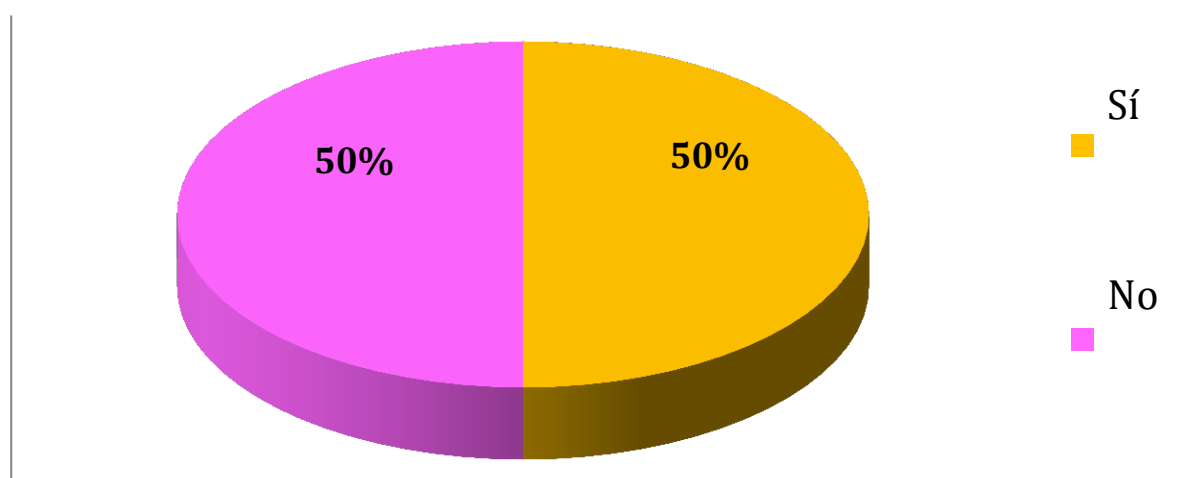
4.1.2 Respecto a la capacitación

Tabla 9. Es importante la capacitación para su clínica dental.

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	50.0
No	6	50.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 7. Es importante la capacitación para su clínica dental



Fuente: Tabla 9.

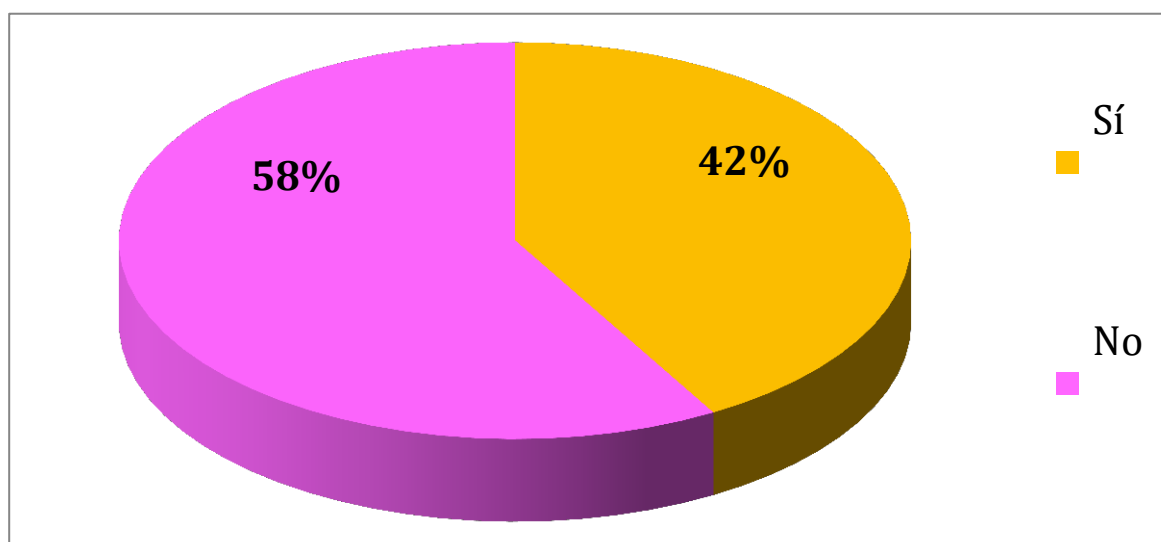
En la tabla 9 y Gráfico 7, se observa que de los 12 propietarios o representantes legales de las MYPE han recibido capacitación, en un 50% y los que no recibieron el otro 50%.

Tabla 10. Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPES

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	41.7
No	7	58.3
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 8. Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPE



Fuente: Tabla 10.

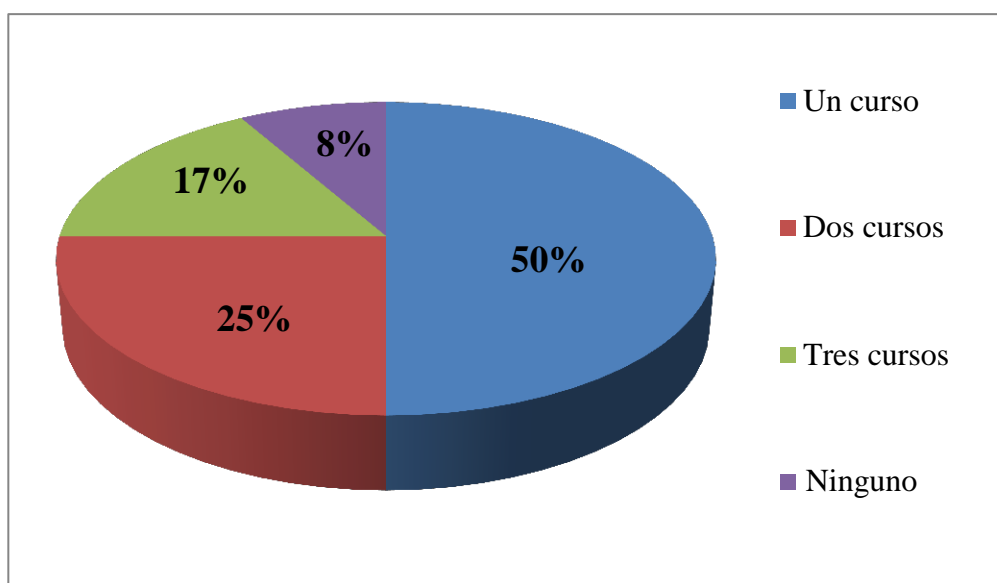
En la tabla 10 y Gráfico 8, se observa que de los 12 propietarios o representantes se observa que la mayoría de los trabajadores de los representantes legales de las MYPES no han recibido capacitación, los cuales abarcan un 58% y los que recibieron capacitación solo fueron un 42%.

Tabla 11. Cantidad de cursos capacitados por las MYPES

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
1 cursos	6	50.0
2 cursos	3	25.0
3 cursos	2	16.6
ninguno	1	8.3
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 9. Cantidad de cursos capacitados por las MYPES



Fuente: Tabla 11.

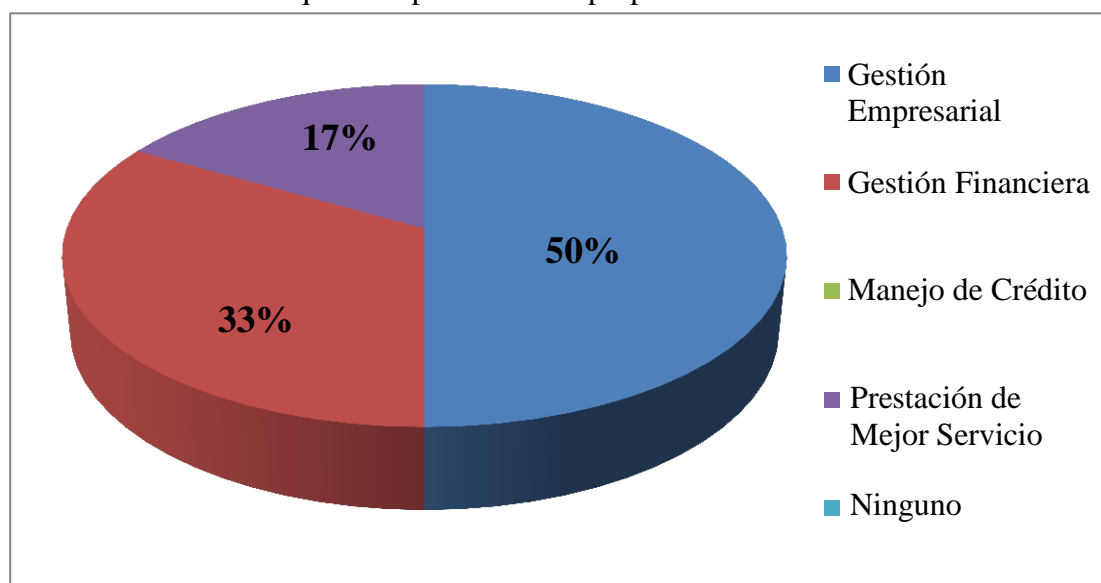
En la tabla 11 y Gráfico 9, se observa referente a los trabajadores, los representantes legales de las MYPES afirmaron, el 50% pertenece a los que tuvieron un curso, el 25% tuvieron dos cursos, mientras que el 17% pertenece a los que tuvieron tres cursos de capacitación y el 8% pertenece a los que no tuvieron ningún curso de capacitación.

Tabla 12. Temas en que se capacitaron sus trabajadores

Cursos	Frecuencia	Porcentaje
Gestión empresarial	6	50.0
Gestión financiera	4	33.3
Manejo de crédito	0	0.0
Prestación de mejor servicio	2	16.6
Ninguno	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 10. Temas en que se capacitaron sus propietarios



Fuente: Tabla 12.

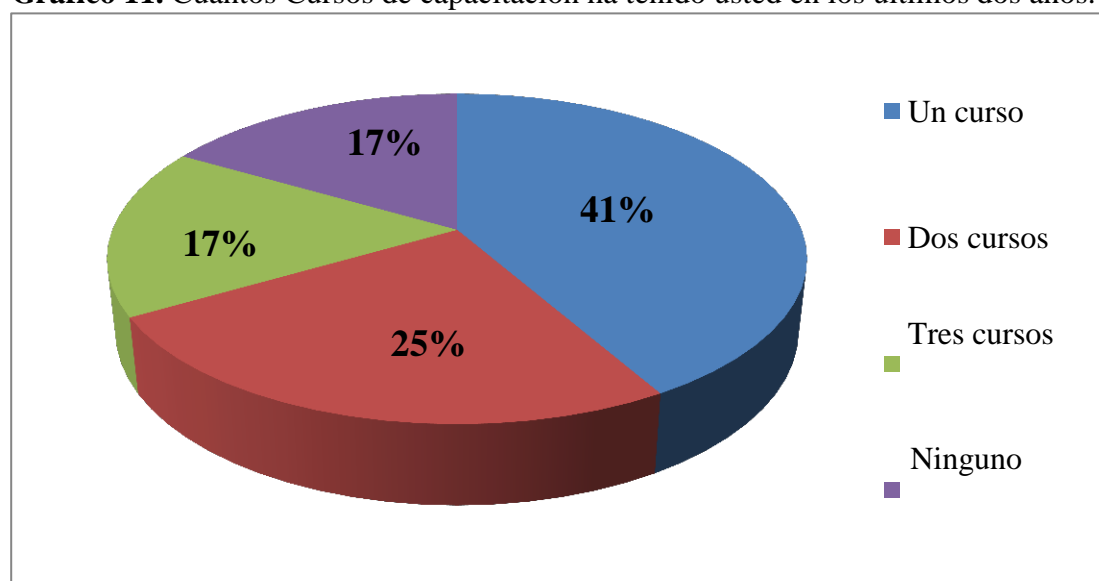
En la tabla 12 y Gráfico 10, se observa que el 50% de los trabajadores de los representantes legales de las MYPE encuestadas, se capacitaron en gestión empresarial, el 33% en gestión financiera, en un 17% se capacitaron en prestación de servicio.

Tabla 13. Cuantos Cursos de capacitación ha tenido usted en los últimos dos años.

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
1 curso	5	41.6
2 curso	3	25.0
3 curso	2	16.6
ninguno	2	16.6
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 11. Cuantos Cursos de capacitación ha tenido usted en los últimos dos años.



Fuente: Tabla 13.

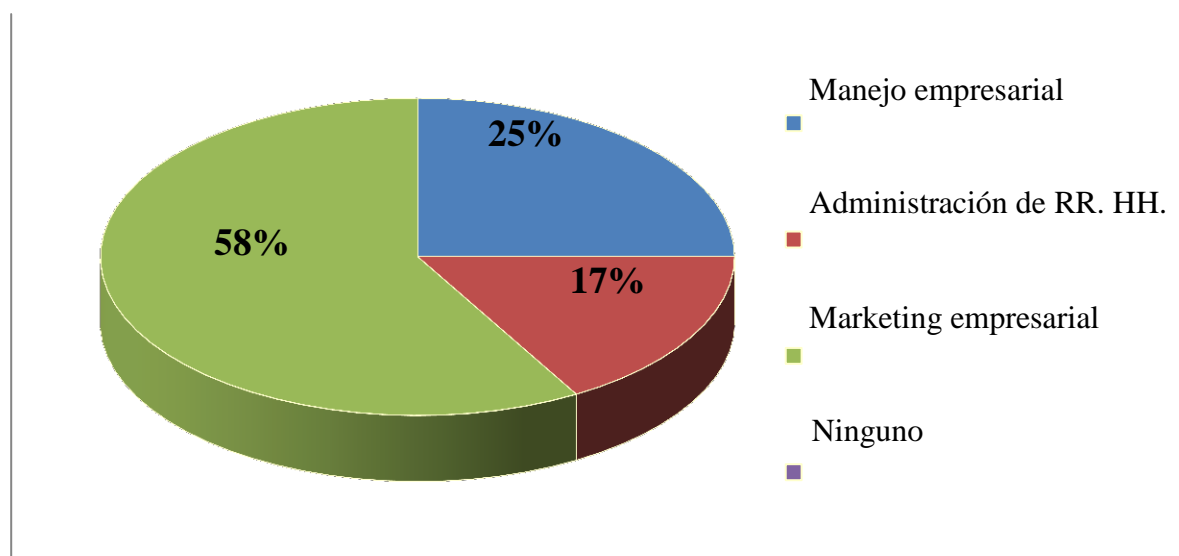
En la Tabla 13 y gráfico 11, se observa que el 42% de los microempresarios encuestados si recibieron capacitación de un curso, el 25% recibieron capacitación de dos cursos, y el 17% de tres cursos y también en un 17% no recibieron capacitación en los últimos dos años.

Tabla 14. Tipos de cursos de capacitación que tuvieron

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Manejo empresarial	2	16.6
Administración de R.H	2	16.6
Marketing empresarial	8	66.6
Ninguno	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 12. Tipos de cursos de capacitación que tuvieron



Fuente: Tabla 14.

En la tabla 14 y Gráfico 12, se observa que el 67% de los microempresarios encuestados se capacitaron en el tema de Marketing Empresarial, mientras que el 17% se capacitaron en Administración de Recursos Humanos y el 17% en manejo empresarial.

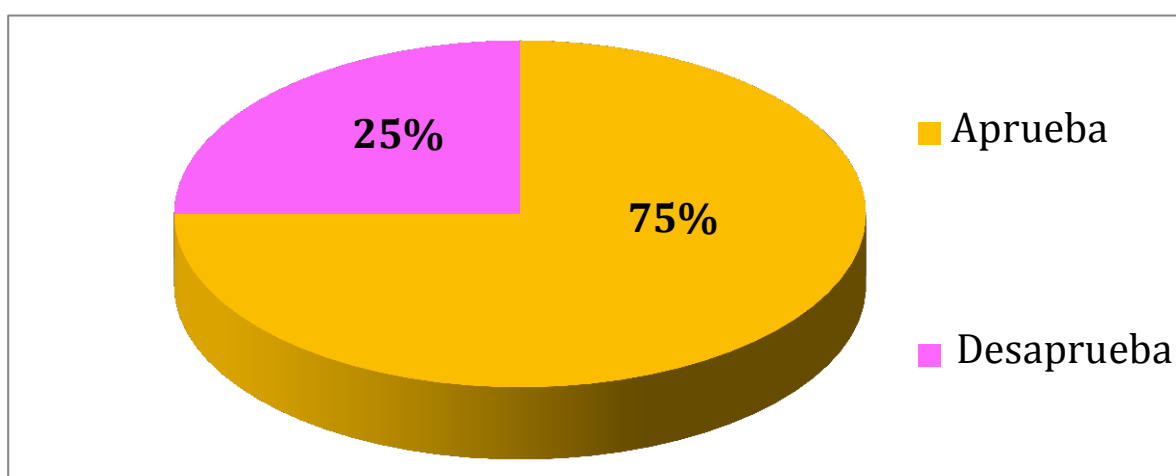
Respecto a las características de la competitividad.

Tabla 15. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.

Competitividad	Frecuencia	Porcentaje
Aprueba	9	75.0
Desaprueba	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 13. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.



Fuente: Tabla 15.

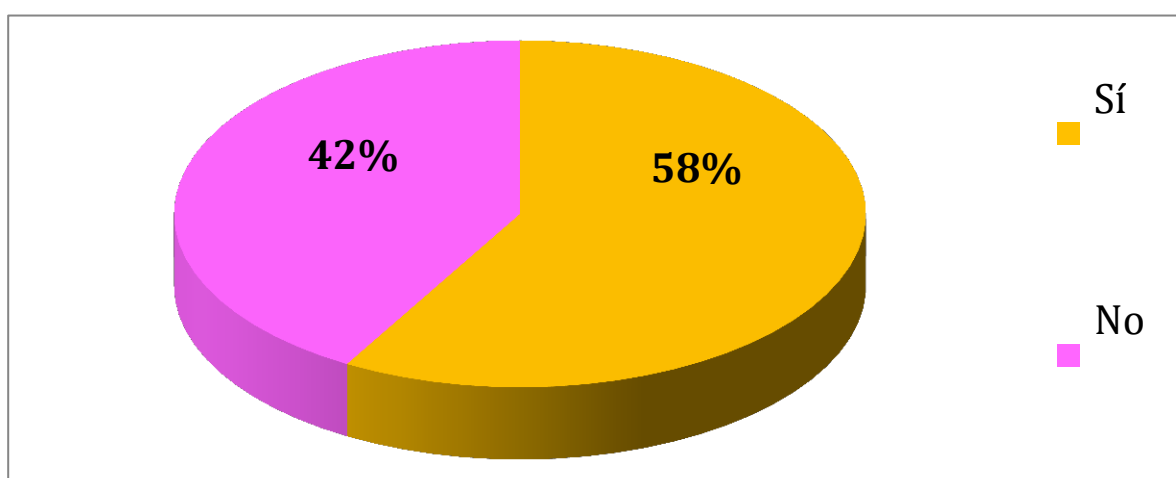
En la tabla 15 y Gráfico 13, el 75% aprueban la competitividad para el buen desempeño de las MYPES y solo el 25% lo desaprueban.

Tabla 16. El prestador del servicio asesora al cliente en las MYPES

Asesora	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	58.3
No	5	41.6
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 14. El vendedor asesora al comprador en las MYPES



Fuente: Tabla 16.

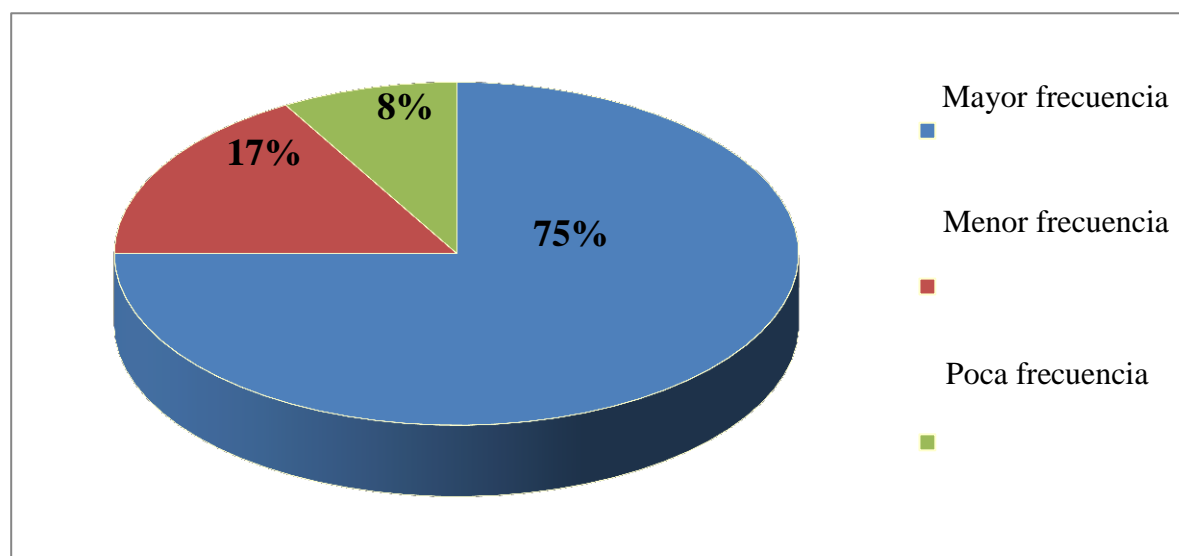
En la tabla 16 y Gráfico 14, se demuestra que el 58% de los encuestados si asesoran a sus clientes, y solo el 42% no asesoran a sus clientes.

Tabla 17. Entrega los productos dentales al cliente con la menor demora posible.

Entrega	Frecuencia	Porcentaje
Mayor frecuencia	9	75.0
Menor frecuencia	2	16.6
Poca frecuencia	1	8.3
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 15. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.



Fuente: Tabla 16.

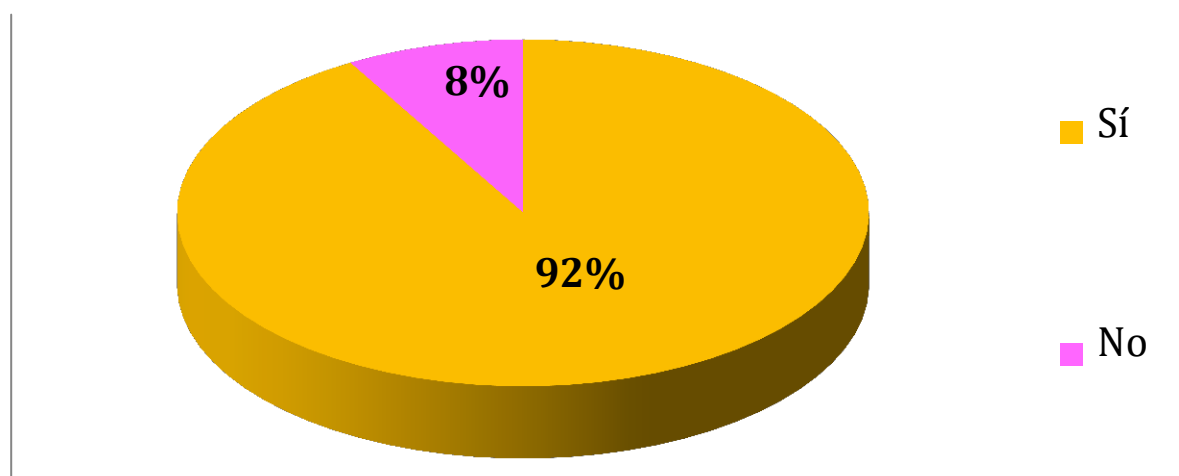
En la tabla 17 y Gráfico 15, se observa que el 75% de las MYPES entregan el producto al cliente con la menor demora posible, mientras que el 17% lo hace con la menor frecuencia y en un 8% lo hace con poca frecuencia.

Tabla 18. Brindan facilidades de pago a los clientes, en las clínicas dentales.

Pago	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	91.6
No	1	8.3
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016

Gráfico 16. Brindan facilidades de pago a los clientes, en las clínicas dentales.



Fuente: Tabla 17.

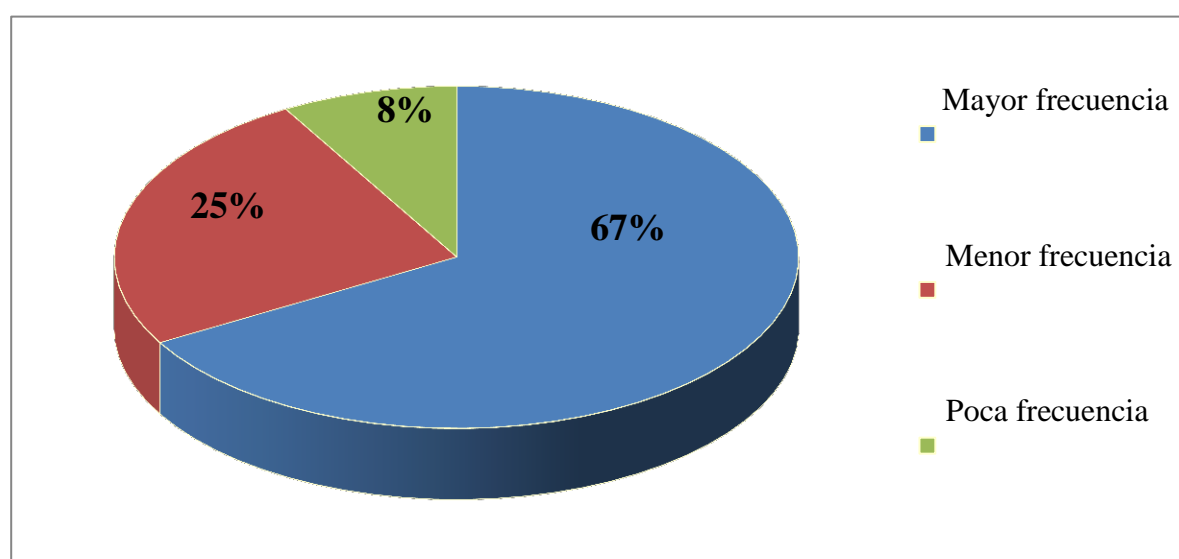
En la tabla 18 y Gráfico 16, se observa que el 92% de las MYPES de las clínicas dentales brindan facilidades de pago, y en un 8% no lo hacen.

Tabla 19. Responden a sus consultas o reclamos posteriores al servicio.

Responden	Frecuencia	Porcentaje
Mayor frecuencia	8	66.6
Menor frecuencia	3	25.0
Poca frecuencia	1	8.3
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 17. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.



Fuente: Tabla 18.

En la tabla 19 y Gráfico 17, el 67% de las MYPES responden a sus consultas y/o reclamos posteriores a la compra y en un 25% lo hacen con menor frecuencia y en un 8% lo hacen con poca frecuencia.

Análisis de resultados

La investigación, denominada: Caracterización de la capacitación y la competitividad del micro y pequeño empresario del sector comercio, rubro clínica dental en la provincia de Leoncio Prado, 2016; se observó los siguientes resultados:

En la tabla 3 y en la figura 1, se observa la mitad de los propietarios sus edades fluctúan entre 36 y 50 años, son personas adultas.

En la tabla 4 y en la figura 2, se observa que un alto porcentaje los propietarios son del género varones.

En la tabla 5 y en la figura 3 se observa que en la totalidad de los propietarios tienen estudios universitarios, son de profesión odontólogos.

En la tabla 6 y en la figura 4 se observa que en un alto porcentaje son casados, de familias formalmente constituidas.

En la tabla 7 y en la figura 5 se observa que las clínicas dentales, aproximadamente en un mediano porcentaje, vienen ofreciendo sus servicios por más de tres años, se encuentran posicionadas en el mercado con cierta participación.

En la tabla 8 y en la figura 6 se observa que un alto, el número de personal que trabaja en las clínicas es de entre uno y cinco personas; es decir es el odontólogo, el técnico dental, el y/o la recepcionista, el personal de limpieza entre otros.

En la tabla 9 y en la figura 7, respondieron que la mitad de los propietarios cree que es importante la capacitación empresarial, por referencia a la competitividad.

En la tabla 10 y en la figura 8 se observa que un porcentaje en promedio de mediana significación, recibieron capacitación empresarial, con la intención de posicionarse en el mercado.

En la tabla 11 y en la figura 9 se observa que un mediano porcentaje del personal no recibió capacitación. Los propietarios no se preocuparon en capacitarles a sus trabajadores, en relación a la satisfacción de los clientes.

En la tabla 12 y en la figura 11 se observa que la mitad de los propietarios se capacitaron en temas de gestión empresarial. Esto nos muestra, la intención en ser eficientes y competitivos.

En la tabla 13 y en la figura 12, se observa, cerca de la los propietarios recibieron, una capacitación empresarial en los últimos dos años. Este indicador nos muestra el reforzamiento del conocimiento empírico en temas empresariales.

En la tabla 14 y en la figura 12 se observó que los propietarios de las clínicas dentales en una relativa significación estadística, se capacitaron en temas de marketing, con la finalidad de ser competitivos y posicionarse en el mercado.

En la tabla 15 y en la figura 13, según los encuestados, en un porcentaje significativo, los propietarios de las clínicas dentales creen a través de la competitividad pueden desempeñarse eficientemente las clínicas dentales.

En la tabla 16 y en la figura 14, según los encuestados, en un porcentaje significativo, los propietarios de las clínicas dentales creen a través de la competitividad pueden desempeñarse eficientemente las clínicas dentales.

En la tabla 17 y en la figura 15, según los encuestados, en un porcentaje significativo, los propietarios de las clínicas dentales, afirmaron que la entrega de los servicios y productos dentales, lo realizan en el menor tiempo posible. Entendiendo que la competitividad es sinónimo de eficiencia.

En la tabla 18 y en la figura 16, según los encuestados, en un porcentaje altamente significativo, los propietarios de las clínicas dentales, afirmaron que dan crédito en los

pagos de los servicios y productos dentales y en un porcentaje menor lo realizan pago al contado.

V. CONCLUSIONES

El 75% de los propietarios odontólogos de las clínicas dentales son del género masculino, el 50% sus edades fluctúan entre 36 y 50 años. La madurez de la edad de los microempresarios en los negocios de las MYPES del rubro clínicas dentales se manifiesta como en cualquier negocio.

El 41.6% del personal, principalmente el odontólogo recibió algún tipo de capacitación y el 25% de ellos en promedio fue de tres cursos anuales. El 50% lo realizó en gestión empresarial. Estos microempresarios se capacitan por lo que se interesan en posicionarse en el mercado en los servicios odontológicos.

El 75 % del microempresario del sector odontológico cree que es importante la competitividad, por estas razones es importante brindar un buen servicio en relación al precio y calidad; es decir la satisfacción del cliente en su máxima expresión.

La competitividad como efecto de la globalización, exige a los propietarios como sus trabajadores, en capacitarse, en repuestas en mejorar los servicios de calidad.

Referencias Bibliográficas

- Abraham Pain, Cómo evaluar las acciones de capacitación, Garnica Vergara, Argentina, 1993, pp.23-24.
- Alvin Toffler, Cambio de poder, Plaza y Janes, Bogotá, 1992, p.52
- Bueno Campos, e.; Cruz Roche, i.: Durán Herrera, J.J. (1990): -Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales. Editorial Pirámide, Madrid.
- Cesar Augusto Bernal, Metodología de la investigación para administración y economía, Santa Fe de Bogotá, Prentice Hall,2000, p.5.
- José Antonio Echeverría, Instituto Superior Politécnico Facultad de Arquitectura (1982)
- Fernando Casanova Formación profesional, productividad y trabajo decente Boletín nº153 Cinterfor Montevideo 2002
- Haidar, J.I., 2012. "Impact of business regulatory reforms on economic growth," journal of the Japanese and international economies, Elsevier, vol. 26(3), pages 285–307, September.
- Humberto Eco, Cómo se hace una tesis, versión castellana de Lucía Baranda y Alberto Clavería Ibáñez, gedisa,1986, pp.22-23.
- Joaquín Rodríguez Valencia, Introducción a la Administración con enfoque de sistemas, Ecafsa, México,1999, pp.446-447.
- José Barragán, Administración de las pequeñas y medianas empresas, retos y problemas ante la nueva economía global, México, Trillas, UANL,2002, pp.134-135
- Justin G. Longenecker, Administración de pequeñas empresas, un enfoque emprendedor, 11a. Edition, Thomson,2001, México, p.416.

- Klenow, P., & Rodriguez-Clare, A. (1997). The neoclassical revival in growth economics: Has it gone too far? In NBER Macroeconomics Annual 1997, Volume 12 (pp. 73-114). MIT Press.
- Kotler, Philip (1993). Dirección de Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control. México: Prentice Hall.
- Lawrence, J. Administración Financiera Básica Tercera edición Editorial Gitman pp. 19, 2003
- Moyer, Charles R, Mcguigan, R James, Kretlow, J William Administración Financiera Contemporánea, pp. 24, 25, 2005
- OIT, 2015 "Pequeñas empresas, grandes brechas".
- Paul A. Samuelson y William D. Nordhaus, Economía, Decima Edición, McGraw Hill, España, 1993, p.846.
- Philip patos, G C. Fundamentos de Administración Financiera, Textos y Casos Edit. McGraw Hill pp. 5, 10, 1979
- Porter Michael E. (1982) Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia, Cecs, México.
- Porter Michael E. (1987) Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior, Cecs, México.
- Porter, M. The competitive advantage of nations. the free press. 1990
- Rugman Alan M. y Hodgetts Richard M. (1997) Negocios Internacionales: Un Enfoque de Administración Estratégica, McGraw-Hill, México.
- Sifuentes, A. (1998). Factores de producción que limitan el desarrollo empresarial en Tingo María.

Weston, Brigham J. Fred, Brigham, F. Eugene Fundamentos de Administración Financiera,
Décima edición Edit. Mc Graw Hill, 1979

Webgrafía

<http://floresginesguillermodejesus.weebly.com/actividad-09.html> (13/01/1016)

<http://floresginesguillermodejesus.weebly.com/actividad-09.html> (13/01/1016)

<https://es.wikipedia.org/wiki/Coste> (15/01/1016)

https://es.wikipedia.org/wiki/Competitividad#cite_note-1 (115/01/1016)

<http://floresginesguillermodejesus.weebly.com/actividad-09.html> (21/02/2016)

<http://floresginesguillermodejesus.weebly.com/actividad-09.html> (24/02/2016)

<http://www.monografias.com/trabajos82/proceso-capacitacion-adiestramiento/proceso-capacitacion-adiestramiento.shtml> (09/03/2016)

<http://www.monografias.com/trabajos82/proceso-capacitacion-adiestramiento/proceso-capacitacion-adiestramiento.shtml> (09/03/2016)

<http://www.monografias.com/trabajos82/proceso-capacitacion-adiestramiento/proceso-capacitacion-adiestramiento.shtml> (09/03/2016)

<http://economistasonline.blogspot.pe/2011/10/las-MYPE-en-el-peru.html#> (09/03/2016)

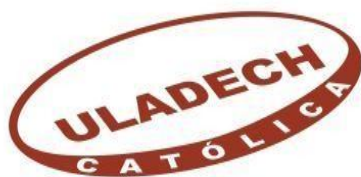
<http://www.monografias.com/trabajos104/de-modelo-competitividad-global-moreletii/de-modelo-competitividad-global-moreletii2.shtml> (15/03/2016)

http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf (17/03/2016)

<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2011/feh632c/doc/feh632c.pdf> (19/03/2016)

<http://www.camaracastellon.com/creacion-de-empresas/documentacion/21cdentales.pdf>
(19/03/2016)

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las MYPE del ámbito de estudio.

El presente Cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO CLINICA DENTAL DE LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, AÑO 2016.**

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

Encuestador(a):Fecha:...../...../.....

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES

1.1 Edad del representante legal de la empresa: ...

1.2 Género: Masculino..... Femenino.....

1.3 Grado de instrucción:

Sin
instrucción.....Primaria.....Secundaria.....

Instituto..... Universitaria.....

1.4 Estado civil

Soltero..... Casado....
conviviente.....

II. RESPECTO AL PERFIL DE LAS MYPES

2.1 Tiempo a que se dedica esta actividad

Un año..... dos años..... tres años.....
más de tres años.....

2.2. Cantidad de personal que cuenta las MYPES

1 a5 6 a 10.... 11 a 15.... 16 a 20.... más de 20...

III. RESPECTO A LA CAPACITACION

3.1 Es importante la capacitación para su clínica dental

SI.... NO....

3.2 Ha recibido algún tipo de capacitación el personal de las MYPE

SI.... NO....

3.3 Cantidad de cursos capacitados por las MYPES

1 curso.... 2 cursos..... 3 curso.....
Ninguno.....

3.4 Temas en que se capacitaron sus trabajadores

Gestión empresarial..... Gestión financiera..... Manejo de
crédito..... Prestación de mejor servicio.....
Ninguno.....

3.5 Cuantos Cursos de capacitación ha tenido usted en los últimos dos años.

1 curso.... 2 cursos... 3 curso... ninguno...

3.6 Tipos de cursos de capacitación que tuvieron

Manejo empresarial.... Administración de R.H.... Marketing
empresarial... Ninguno....

IV. Respecto a las características de la competitividad.

4.1 Competitividad para el buen desempeño de las MYPES: Aprueba: Si.....
No.....

4.2 El vendedor asesora al comprador en las MYPES: Si.....
No.....

4.3 Entrega del producto al cliente con la menos demora posible:

Mayor frecuencia.....Menor frecuencia..... Poca
frecuencia.....

4.4 Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores:

Si..... No.....

4.5 Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra:

Mayor frecuencia.....Menor frecuencia..... Poca frecuencia.....

Tingo María, enero del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU”

Tingo María, 26 de enero 2016

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

Señor Representante

Presente

Asunto: Permiso para aplicación de encuestas

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

Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: **-Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro CLÍNICAS DENTALES de la provincia de Leoncio prado, 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:

ERIBERTA ROXANA SHUPINGAHUA SOTO

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,

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN			
	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					529.5
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	
Corrector	Unidad	1	6.00	6,00	
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					117.00
Impresión	Unidad	50	0,30	15.00	
Fotostática	Unidad	20	0.10	2.00	
Anillado	Unidad	2	30.00	30.00	
Internet	Horas	70	1,00	70,00	
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					1130.5

Financiamiento: El presente trabajo de investigación será autofinanciado.