



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
COMERCIO – RUBRO VENTA MINORISTA DE  
ABARROTES, DEL MERCADO PUEBLOS UNIDOS EN LA  
CIUDAD DE CHIMBOTE, AÑO 2013**

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

**AUTORA:**

Br. VERONICA MARDELY BRIONES SOLORZANO

**ASESOR:**

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURION MEDINA

CHIMBOTE- PERÚ

2016

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Dr. Santos Felipe Llenque Tume

**Presidente**

Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

**Secretario**

Mgtr. Miguel Angel Limo Vasquez

**Miembro**

Dr. Reinerio Zacarias Centurion Medina

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

**A Dios**, por darme la oportunidad de poder culminar mi tesis y brindarme la sabiduría suficiente para poder terminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

**A mis padres**, Roxana y Eladio por el apoyo incondicional que me brindaron y que pusieron su confianza y esfuerzo para cumplir con mis objetivos planeados. A mis hermanos Nancy, Delvis, Segundo que siempre estuvieron ahí apoyándome en todo momento.

**Al asesor, de administración Centurión Medina Reinerio** por la comprensión y el tiempo que me brindo para poder culminar mi Tesis.

## DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mis padres y demás familiares quienes me apoyaron y ayudaron a cumplir mi meta.

A mis amigas por el apoyo incondicional y que siempre estuvieron ahí motivándome y dándome su confianza, comprensión para poder cumplir con mi objetivo.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes, del mercado pueblos unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013. La investigación tuvo el siguiente diseño: no experimental-transversal-descriptivo, de una población muestral de 14 micro y pequeñas empresas (MYPE), a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: **Referente al perfil del representante encuestado:** El 50% tienen entre 31 a 50 años, de los cuales son el 64% género femenino, donde el 36% tienen estudios secundarios, sin embargo el 86% tienen otras profesiones, el 100% asume el cargo de dueño en la empresa. **Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE):** El 64% lleva funcionando de 9 a más años, donde el 93% tienen entre 1 a 3 colaboradores, el 57% tiene como objetivo principal obtener ganancias. **Referente a la capacitación:** El 86% conocen el término capacitación, sin embargo el 86% no se ha capacitado, donde el 86% del personal no ha recibido capacitación, mientras que el 100% considera la capacitación como inversión, el 43% desearía capacitarse en el tema de servicio al cliente, el 100% considera que la capacitación influye en la competitividad de su empresa. Se concluye que la mayoría de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minoristas de abarrotes, del mercado pueblos unidos en la ciudad de Chimbote, no conocen el término capacitación y no se han capacitado.

**Palabras claves:** Micro y pequeñas empresas, Representante, capacitación

## **ABSTRACT**

The general objective of the research was to determine the main characteristics Of training in micro and small companies in the commerce sector - sales sector Retailer of groceries, the United towns market in the city of Chiclaya, year 2013. The research had the following design: non-experimental-transverse- Of a sample population of 14 micro and small enterprises (MSEs) Who were given a questionnaire of 14 closed questions, applying the technique of poll. Obtaining the following results: Referring to the profile of the representative Respondent: 50% are between 31 and 50 years, of which 64% are gender Female, where 36% have secondary studies, however 86% have other Professions, 100% assume the position of owner in the company. Concerning the Characteristics of micro and small enterprises (MSEs): 64% carry Running from 9 to more years, where 93% have between 1 to 3 employees, 57% Has as main objective to obtain profits. Regarding training: 86% Know the Term training, however 86% have not been trained, where the 86% of staff have not received training, while 100% consider

Training, 43% would like to be trained in the Customer, 100% consider that training influences the competitiveness of their business. It is concluded that the majority of Micro and Small companies in the sector Commerce retail grocery retailers, market united cities in the city Of Chiclaya, do not know the term training and have not been trained.

Keywords: Micro and small enterprises, Representative, training

## CONTENIDO

	Pág.
1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
3. Agradecimiento.....	iii
4. Dedicatoria.....	iv
5. Resumen.....	v
6. Abstract.....	vi
7. Índice.....	vii
8. Índice De Tablas y Figuras.....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA. ....</b>	<b>7</b>
2.1. Antecedentes. ....	7
2.2. Bases Teóricas. ....	10
2.3. Marco Conceptual. ....	17
<b>III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>19</b>
3.1. Diseño De La Investigación. ....	19
3.2. Población Y Muestra. ....	19
3.3. Determinar Y Operacionalización De Las Variables E Indicadores.....	20
3.4. Técnicas E Instrumentos De Redacción. ....	22
3.5. Plan De Análisis. ....	22
3.6. Matriz De Consistencia. ....	23
3.7. Principios Éticos.....	24
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>25</b>
4.1. Resultados.....	25
4.2. Análisis De Los Resultados. ....	29
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>34</b>
Referencias bibliográficas. ....	35

## ÍNDICE DE (TABLAS Y FIGURAS)

### TABLAS:

**Tabla N° 01:** Características del representante de las micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de abarrotes, del mercado pueblos unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013.....25

**Tabla N° 02:** Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de abarrotes, del mercado pueblos unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013.....27

**Tabla N° 03:** Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de abarrotes, del mercado pueblos unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013.....28

### FIGURAS (Anexos)

**Figura N° 1:** Edad del representante.....40

**Figura N° 2:** Genero del Representante.....40

**Figura N° 3:** Grado de instrucción del representante.....41

**Figura N° 4:** Profesión del representante.....41

**Figura N° 5:** Cargo que desempeña en la empresa.....42

**Figura N° 6:** Años que lleva funcionando la empresa.....42

**Figura N° 7:** Colaboradores permanentes.....43

**Figura N° 8:** Objetivo principal de la empresa.....43

**Figura N° 9:** Conocimiento el término capacitación.....44

**Figura N° 10:** Se ha capacitado.....44

**Figura N° 11:** Ha recibido algún tipo de capacitación.....45

**Figura N° 12:** Considera la capacitación como.....45

**Figura N° 13:** En que desearía capacitarse y capacitar a sus empleados.....46

**Figura N° 14:** La capacitación influye en la competitividad de su empresa.....46



## INTRODUCCIÓN

Actualmente, las micro pequeñas empresas enfrentan cambios constantes del entorno a los cuales tienen que adaptarse para sobrevivir, asimismo con la globalización de los mercados y el desarrollo de la tecnología y las comunicaciones, las organizaciones tienen que identificar y desarrollar ventajas competitivas y brindar servicios o productos de alta calidad, en la mayoría de los países considerados, la participación en las pequeñas y mediana empresa (PYME) en la generación de puestos de trabajo supera el 50% y en la mayoría de ellos supera los dos tercios, la participación de estas empresas en el valor agregado del país es algo menor en general. Esto permite interpretar que este segmento de empresas tiene un importante potencial para desarrollar su competitividad, generando cada vez mayor valor agregado por ocupado **(Cohen, 2012)**, mientras tanto en América Latina hay algunas experiencias interesantes sobre políticas que nacen de los gobiernos a favor de las micro y pequeñas empresas (MYPE) Por ejemplo, en México el gobierno desde el 2001 a la fecha ha invertido 800 millones de dólares en fortalecer programas a favor de las micro y pequeñas empresas (MYPE, actualmente la empresa mexicana está compuesta en su mayoría por micros y pequeñas empresas que conforman más del 95% del total de la industria, esto demuestra la importancia que reviste este tipo de empresas, que conforman una parte fundamental en los procesos de recuperación y de reordenación de la economía nacional y en el cambio estructural del aparato productivo que el país requiere. **(Carrasco, S.F)**, Asimismo la promoción de las micros y pequeñas empresas (MYPE) en Chile opera a través de un significativo número de instrumentos. No existe una política de promoción singular dirigida a este sector, pero los programas e instrumentos se agrupan básicamente en 6 áreas: financiamiento, asistencia técnica, transferencia de tecnología e innovación, capacitación, promoción de las exportaciones, y asociatividad. El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence) ofrece a las micro y pequeñas empresas una serie de herramientas destinadas a aumentar su productividad y Competitividad a través de la capacitación, y a apoyar la incorporación de trabajadores(as) a sus operaciones **(Sence, 2011)**. En Argentina, el Fondo Nacional para la Creación y Consolidación de Micro

Emprendimiento, es un programa a cargo del Banco de la Nación Argentina y el Ministerio de Economía y Producción. Consiste en que organizaciones sociales se encarguen de la capacitación, asistencia técnica y la aprobación de proyectos de quienes quieran financiamiento para sus empresas, luego estas organizaciones reciben un porcentaje de los créditos otorgados para solventar los gastos de asesoría. Otra oferta es la del centro de apoyo a la Microempresa que ofrece en Buenos Aires asistencia técnica y capacitación, pero quizá lo más relevante es el Programa Financiero de Créditos a tasa cero que se otorga a nuevos y pequeños emprendimientos (**Torres, 2011**). En el Perú las micro y pequeñas empresas (MYPE) representan cerca del 98% de las empresas del país, nutren al empleo en un 77%, y de trabajar con ellas y aplicar políticas que permitan fortalecer sus estructuras incrementado sus capacidades y su producción, para poder insertarse óptimamente en otros mercados y hay que brindarles asistencia técnica (capacitarlos en procesos de gestión y producción), etc. sólo así tendremos micro y pequeñas empresas (MYPE) más competitivas que contribuyan con el desarrollo del país. (**Pereda, 2010**), Por otro lado, la Ley N.º 28015, el Estado a través del Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, y de sus programas y proyectos, debe promover la oferta y demanda de servicios de capacitación y asistencia técnica establecidas en el plan y programas estratégicos de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPE). Asimismo, el Estado debe apoyar e incentivar la iniciativa privada que ejecuta las acciones mencionadas, Por otro lado, las micro-empresas son fundamentalmente para la subsistencia familiar en un sentido literal del término; ahí está la pobreza urbana y rural. En ellas, los costos laborales y los requerimientos de la subsistencia familiar prácticamente se identifican, las Micro y pequeñas empresas (MYPE) son más familia que empresas. Las primeras son empresas que contratan familiares; las segundas, son generalmente familias que invierten en ellas mismas. Las primeras buscan la ganancia, mientras que las segundas, buscan la subsistencia familiar (**Iguñiz, 2008**), mientras tanto en Piura, el 75% de municipios ejecuta acciones para promover el turismo entre las que destacan: promoción y publicidad (53%), mejoramiento de la infraestructura de acceso (27%) y coordinación con la entidad competente para el mantenimiento de los atractivos turísticos (13%). Por otro lado, el 71% de municipios llevan a cabo

actividades para impulsar las micro y pequeñas empresas (MYPE) y las que destacan son: Realización de feria y concursos (52%), capacitación para mejorar la producción y venta (38%) y promoción y publicidad (25%), para promover las micros y pequeñas empresas (MYPE), los municipios realizan ferias y concursos, capacitan a los ciudadanos para mejorar la productividad de sus negocios, realizan convenios y simplifican trámites para la creación de empresas, entre otras cosas. A nivel departamental, Lima Metropolitana, presenta el mayor porcentaje de municipios que promueve las micro y pequeñas empresas (MYPE) (95%), seguido de Cusco (88%) y Ucayali (87%); mientras que Loreto (41%), Ancash (37%) y Amazonas (31%) presentan los menores porcentajes. **(andes.com, 2010)**, Frente a ello la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo DICETUR de Huaraz viene ofreciendo capacitación en diversos temas vinculados al comercio a fin de brindar apoyo a las Micro y pequeñas empresas (MYPE) a un nivel propicio, es por eso que es necesario un riguroso estudio sobre el financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad correspondientes al sector (MYPE) a fin de determinar cuáles son sus principales características y relación existente, las micro y pequeñas empresas (MYPE) en la región Ancash presentan una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos. **(Tanta, 2010)**, Así mismo, la escasa capacitación de la micro y pequeñas empresas (MYPE), no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores, estas limitantes en la mayoría de los casos es porque los mismo microempresarios tienen poca valoración a la capacitación y desarrollo empresarial Cabe concluir que en Ancash, En tanto que las políticas dirigidas a la orientación y apoyo a través de capacitaciones y financiamientos a los emprendedores en la región Ancash, son intrascendentes, no existen estrategias regionales encaminadas a fortalecer y consolidar las actitudes, las capacidades creativas, críticas, toma de riesgos, solución de problemas, análisis, interpretación, comunicación, innovación y colaboración. **(Pereda, 2010)**.

Actualmente las micro y pequeñas empresas de los diferentes países, son generadores de trabajo y crecimiento de la economía y sustento familiar brindando diversas oportunidades, donde los nuevos mercados en donde las micro y pequeñas empresas bien organizadas y dirigidas puedan compenetrarse en estos mercados y alcanzar sus metas establecidas, pero para ello se debe contar con una buena gerencia, un equipo innovador, y nuevas tecnologías para adaptarse a las recientes oportunidades que se dan.

Lo mejor que puede hacer una empresa por sus empleados, es darle la oportunidad de aprender, exponerlos a nuevos retos, animarlos a que utilicen los programas; la administración requiere de capacitación en el trabajo hábilmente dirigida. La incorporación de nuevas tecnologías es imprescindible para que se eleve la productividad nacional y, en consecuencia, aumenten las ventajas competitivas, en ese contexto se considera que las MYPES desempeñen un papel importante, ya que influyen directamente en el mercado de trabajo.

Pero frente a los retos que se siguen dando como, la mala formalización, 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 desarrollen dentro del mercado nacional, por lo tanto, es evidente que no se ha logrado una congruencia satisfactoria entre las buenas intenciones de la política y la realidad que diariamente enfrentan las micro y pequeñas empresas en su búsqueda por mejorar sus condiciones de competitividad tanto interna como en el exterior.

En Chimbote donde se realizó el estudio, las micro y pequeñas empresas (MYPE), que afrontan problemas de falta de capacitación, precisamente por el desconocimiento de las principales características de la capacitación por parte de los empresarios, ya que estos, desconocen cuándo debe realizarse una capacitación y cuál es el presupuesto para poder llevarla a cabo, debido a esto es que nos planteamos la siguiente pregunta de investigación.

¿Cuáles son las principales características de capacitación de las micros y pequeñas empresas (MYPE) del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos de la ciudad de Chimbote año 2013?

Para poder dar respuesta al enunciado del problema se planteó el siguiente objetivo general

Determinar las principales características de capacitación de los micros y pequeñas empresas (MYPE) del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos de la ciudad de Chimbote año 2013

Para poder alcanzar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características del gerente de las micro y pequeñas empresas (MYPE) – rubro venta minorista de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, 2013

Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, 2013

Determinar las principales características de la capacitación del sector comercio– rubro venta minorista de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, 2013.

Se justifica este estudio de investigación es importante porque nos da a conocer las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector comercio año 2013, es más beneficia y sirve de instrumento de investigación, dando a conocer los factores que proporcionan una mayor capacitación de las micros y pequeñas empresas (MYPE) de Chimbote, finalmente, el estudio servirá como aporte teórico, práctico y metodológico para realizar otros estudios similares en otros aspectos productivos y de servicios de la región, porque a nivel regional y local casi no existen estadísticas desagregadas sobre las micros y pequeñas empresas (MYPE) del rubro venta de abarrotes, por tal motivo, es importante empezar a desarrollar trabajos descriptivos sobre la variable: Capacitación en las micros y pequeñas empresas.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

(Gutiérrez, 2013) En su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento y la capacitación en las micros y pequeñas empresas (MyPE) del sector comercio – rubro manualidades, del distrito de Chimbote, periodo 2009-2010” Llego a los siguientes resultados : **Referente a la MYPE:** el 40% tiene entre 1-5 años de permanencia en el mercado, lo cual el 60% son formales, donde el 60% tiene 1 trabajador con tiempo eventual en la MYPE, asimismo el 100% se formó para obtener ganancias, donde el 60% se formó para dar empleo a su familia. **Referente a la capacitación:** el 100% de los representantes legales si se capacitaron en los años 2009-2010 en un promedio de 2 capacitaciones, el cual el 100% considera la capacitación como inversión. Por otro lado, sólo el 60% capacitó a sus trabajadores con un promedio de 2 capacitaciones en temas como: marketing y otros (relacionados directamente con el rubro del negocio), concluyendo que el 60% afirmó que la capacitación contribuyó a la mejora de la rentabilidad.

(Tanta, 2010) En su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) es del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009” Llego a los siguientes resultados: La edad promedio de **los representantes legales de las MYPES** estudiadas es de 40 años; así mismo el 57,1% de los micro-empresarios son del sexo femenino y el 42,9% tienen instrucción superior universitaria. Donde El 42,8% sí se capacitaron siendo la capacitación en manejo empresarial. Sin embargo El 57,1% **de las MYPES** tienen entre 2 a 7 trabajadores, concluyendo el 100% de los microempresarios manifestaron que la capacitación sí mejoró la rentabilidad de sus empresas.

(Zagarra, 2013) En su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector comercio, rubro librerías del distrito de Chimbote, periodo 2009-2010” Llego a los siguientes resultados: **Respecto al representante legal:** 1) el 60% tiene edad promedio entre 31 a 40 años, donde el 100% son del sexo masculino, por el cual el 60% tiene un estado civil de conviviente, sin embargo el 60% tiene estudios secundarios, de los cuales el 100% ocupa el cargo de administrador en su MYPE, y el 60% tiene entre 6 a 10 años de tiempo en el desempeño del cargo. **Respecto a la MYPE:** el 60% tiene entre 1 a 20 años de permanencia de actividad y rubro de la MYPE, obteniendo el 100% son formales, sin embargo el 60% tiene trabajadores permanentes en la MYPE, donde el 100% formó la MYPE para obtener ganancias, finalmente el 100% no formó la MYPE para dar empleo a la familia **Respecto a la capacitación:** el 100% de los representantes legales si se ha capacitado en los años 2009 y 2010, se obtuvo el 100% de los representantes legales considera a la capacitación como significado de inversión, y el 60% capacitó en los años 2009 y 2010 al personal de la empresa, manifestando que el 100% afirma que mejoro la rentabilidad con la capacitación al personal de la empresa.

(Jimenes, 2015) En su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación, y la rentabilidad de la MYPES del sector comercio, rubro abarrotes del distrito Chimbote, año 2013” Llego a los siguientes resultados **Respecto a los empresarios y las MYPES:** los empresarios encuestados manifestaron que del 100%, el 40 % de los representantes tienen una edad entre 31 – 50 años, de los encuestados y el género es del 100%, el 70,0 % dijeron que son mujeres. Así mismo, las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: del 100%, el 50% afirman que tienen entre 4 a 6 años en la actividad empresarial y el 40% tienen trabajadores eventuales. **Respecto a la capacitación:** los empresarios encuestados manifestaron que: el 60% recibió capacitaciones en los últimos años, y el 60% recibió capacitación en atención al cliente.



**(Quiñones, 2016)** En su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio-rubro venta de alimentos y bebidas, mercado la perla, distrito de Chimbote, 2013” Llego a los siguientes resultados: **Respecto al representante legal:** El 59,26% de los representantes encuestados tiene de 31 a 50 años de edad. Donde el 66,67% son de sexo masculino. En el cual el 68,89% tienen estudios secundarios. Asimismo el 68,89% no cuentan con ninguna profesión. Donde el 88,89% son Titulares-Gerentes. **Respecto a la MYPE:** El 80% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más en el mercado. De los cuales el 90,37%, en su mayoría tienen de 1 a 5 trabajadores. Mientras el 58,52% se encuentran en el régimen general. Y el 55,56% se constituyeron con el fin de obtener riqueza. Obteniéndose que el 61,48% no realizaron un proyecto o un plan de negocios. **Respecto a la capacitación:** El 95,56% si conocen el término capacitación. Mientras que el 75,56% consideran que la capacitación es una inversión. Donde el 54,81% de los trabajadores reciben capacitación. El 45,18% del personal recibió capacitación en otros temas y áreas. Por otra parte el 34,07% desean capacitar a su personal en el área o tema de ventas. Finalmente el 53,33% de la capacitación les ha permitido mejorar su rentabilidad.

**(Vílchez, 2016)** En su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas (MYPES) dedicadas a la venta de Alimentos, bebidas y otros, del P.J. Miraflores Alto, distrito de Chimbote, año 2013. Obteniéndose los siguiente resultados: **Respecto al perfil del representante encuestado:** El 73,2% de los representantes encuestados tienen de 41 años a más, el 75,6% son mujeres, donde el 39% tienen estudios secundarios completos, y el 68,3% de los representantes encuestados son los dueños, mientras que el 75,6% depende de los ingresos que le proporciona su negocio. **Respecto a las características de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE):** El 43,9% vienen operando entre 1 a 2 años en el rubro, el 61.0% no han implementado innovaciones en su negocio, sin embargo el 63,4% cuenta con un solo trabajador para la

atención. **Respecto a la capacitación:** El 95,1% no capacitan a su personal, El 95,1% no utilizó ninguna técnica de capacitación, el 95,1% no tiene ninguna frecuencia de capacitación, el 95.1% no recibió capacitación en ningún tema, asimismo un 95,1 % al no recibir capacitación, no obtuvo ningún beneficio, el 95,1% no precisa su grado de satisfacción porque no recibió capacitación, mientras que el 46,3% no capacita a su personal por desconocimiento, el 82,9% considera la capacitación como una gasto, finalmente el 51,3% necesitaría capacitación en ventas.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Micro y pequeña empresa**

Según **Bernilla, (2013)**. La Micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

### **Características de las MYPES:**

Según **Ley, 30056**. Características de la micro, pequeñas y medianas empresas. Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias
- **Pequeña empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)
- **Mediana empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el ministerio de economía y finanzas y el ministerio de la producción cada (2) años.

### **Importancia de las Micro y pequeñas empresas:**

Según **Vásquez, (2013)**. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES Constituyen, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

### **Tipos de las Micro y pequeñas empresas**

Según **Huamán, (2009)**. Los tipos de Micro y pequeñas empresas son:

**MYPE de Acumulación:** Las MYPES de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

**MYPE de Subsistencia:** Las MYPES de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria.

Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.

**Nuevos Emprendimientos:** 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.

### **Ventajas de las Micro y pequeñas empresas:**

Según **Soto, (2013)**. Las ventajas de las Micro y pequeñas empresas son:

- Una mayor flexibilidad, ya que no cuentan con una estructura rígida. Además, los trabajadores suelen estar más adaptados a los cambios, ya que en ocasiones pueden tener que ocupar diferentes puestos y colaborar. Sus equipos suelen ser multidisciplinarios.
- Se pueden hacer transformaciones siempre que se quiera y de manera mucho más sencilla. Y es que las decisiones son mucho más rápidas, no hay una gran cadena de mando difícil a la que llegar ni miles de trámites para tomar decisiones. Se pueden adaptar mucho mejor al mercado, dentro de sus capacidades.
- Tienen mayores posibilidades de conocer al cliente y saber lo que necesitan, por lo que les es más fácil llegar al cliente.
- Es un nuevo modelo de negocio, si no existiera se perderían muchas posibilidades y empleos, así que ¿por qué no existir? Son una posibilidad interesante para muchos emprendedores.
- Es una fuente generadora de empleos, al igual que las otras empresas.

### **Desventajas de las MYPES:**

Según **Cruces, (2010)**. Las desventajas de las Micro y pequeñas empresas son:

- Dificil acceso a mercados nacionales e internacionales.
- La casi absoluta ausencia de tecnología.
- La carencia de políticas gubernamentales promotoras de financiamiento.
- La presencia de grandes empresas en su mismo rubro.
- Mantienen una gran tensión política ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o tácitamente desaparece.

### **Capacitación**

#### **Definición de la capacitación:**

Según **Emprendepyme, (2008)**. La capacitación es como un conjunto de actividades didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa y que se orientan hacia una ampliación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente. En pocas palabras, capacitar implica proporcionarle al trabajador las habilidades y conocimientos que lo hagan más apto y diestro en la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de varios tipos y pueden enfocarse a diversos fines individuales y organizacionales.

**Los Tipos de capacitación son:**  
Según, Ventura, (2011).

**Por su formalidad**

Capacitación informal, la cual es relacionada con instrucciones que se producen en la operatividad de las organizaciones, como es el caso de un superior o persona idónea que explica a otro de menor calificación de qué manera realizar una determinada tarea o bien les da las instrucciones para realizarla.

Capacitación formal, es una de capacitaciones que programa la empresa considerando las necesidades de capacitación del personal. La duración de este tipo de capacitaciones puede ser desde un día o de varios meses.

**Por su naturaleza**

Capacitación orientada, la cual pretende familiarizar a los nuevos colaboradores de la empresa, como es el caso de que aquellos que ingresan en la organización.

Capacitación vestibular, se refiere a un sistema de simulación realizado en el ámbito laboral. Capacitación en el trabajo, es la práctica laboral que se desarrolla en el mismo ámbito laboral.

Capacitación de los supervisores, es donde se prepara al personal de supervisión para el desempeño de sus funciones gerenciales.

**Por su nivel ocupacional**

- ✓ Capacitación de operarios
- ✓ Capacitación de obreros calificados
- ✓ Capacitación de supervisores
- ✓ Capacitación de jefes de línea
- ✓ Capacitación de gerentes.

### **Importancia**

En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo. La obsolescencia, también es una de las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a sus colaboradores, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia. (Vizcarra, 2009)

### **Beneficios**

- Mejora del conocimiento del puesto a todos los niveles, Eleva la moral de la fuerza de trabajo.

- Mejora la relación jefes-subordinados, Es un poderoso auxiliar para la conversión y adopción de políticas, Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas, Contribuye a la formación de líderes y dirigentes, Incrementa la productividad y la calidad del trabajo,

Elimina los costos de recurrir a consultas externas, Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas, Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo, Sube el nivel de satisfacción con el puesto, Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual, Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos. (Vizcarra, 2009)

### **Tipos de capacitación**

Según **Emprendepyme**, (Sf) existen diversos tipos de capacitación como:

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

- Capacitación promocional.** Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

**-Capacitación en el trabajo.** Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa. Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo. El desarrollo incluye la capacitación, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona.

### **Ventajas Y Desventajas De Los Programas Y Planes De Capacitación**

Las principales ventajas de la capacitación consisten en medios que permiten aumentar la eficacia tanto para la empresa como para sus trabajadores y proporciona resultados como:

· Aumento de la eficacia organizacional, Mejoramiento de la imagen de la empresa, Mejoramiento del clima organizacional, Mejores relaciones entre empresa y empleado, Facilidad en los cambios y en la innovación, Aumento de la eficiencia, Evaluación a nivel de los recursos humanos, Reducción de la rotación del personal. (Vizacarra, 2009)

#### **Dentro de las desventajas**

Se pudieran denotar en la capacitación, realmente no se considera alguna con importancia, a pesar que los costos que conlleva a establecer y poner en marcha un programa de capacitación, no se hacen comparables con las ganancias o valor agregado que obtiene la empresa y los trabajadores, por permitirse alcanzar la calidad en los estándares de calidad, producción, comodidad, seguridad y bienestar mutuo. (Vizacarra, 2009)



## **2.3 Marco conceptual**

### **Micro y pequeñas empresas**

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas.

### **Micro y pequeñas empresas de venta de abarrotes**

En la actualidad las micro MYPES dedicadas a la venta de abarrotes del distrito de Chimbote, constituyen una rentabilidad mínima y con una vida de subsistencia, dando como consecuencia a una falta de implementación de innovación y de métodos de trabajo, llegando a tener una desventaja en la adaptación de los cambios que transcurre a través del tiempo, obteniendo y generando resultados poco satisfactorios en el mercado de productos de consumo masivo.

### **Capacitación**

Consiste en la adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo. Es decir, es la preparación teórica que se les da al personal (nivel administrativo) con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia y además dando mayor competitividad a la organización dentro del mercado.

### **Capacitación en las micro y pequeñas empresas de dedicadas a la venta de abarrotes**

La capacitación dentro de las micro empresas adaptan esa herramienta como un proceso de aprendizaje para sus empleados a fin de obtener y desarrollar sus conocimientos sobre el la atención al cliente llegando a desempeñar de manera eficiente y eficaz.

La capacitación es importante porque mediante ello, los empleados del rubro venta de abarrotes reciben mayor orientación en el servicio que le brindan al cliente, incorporando pautas o estrategias mejorando la capacidad y potencial del empleado brindado a la empresa un mejor desarrollo, siendo más competente.

### **Micros y pequeñas empresas de dedicadas a la venta de abarrotes**

Hoy en día el incremento de población, hace que las micros empresas generen mayor distribución y venta de abarrotes para cubrir las necesidades de las personas, siendo la capacitación necesaria de los que conforman estas MYPES para desarrollar un buen servicio y atención al cliente. Los Empresarios de la Micro y pequeña empresa, requieren tener una visión integral de cómo gestionar una empresa y una actitud emprendedora que es básica, para salir adelante.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño de la investigación:**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no Experimental- Transversal- descriptiva- cuantitativo, porque se presenta tal como está en su contexto, recolectando los datos en un periodo determinado, sin manipular deliberadamente las variables, describiendo las características. El tipo de investigación será cuantitativa porque se utilizara datos, procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

#### **3.2 Población Y Muestra**

En el presente estudio se ha utilizado una población constituida por un total de 14 micro y pequeñas empresas (MYPE) dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado pueblos unidos del sector comercio del distrito de Chimbote, esto fue conseguido mediante un cuadro de sondeo en el mercado. **(Ver en el anexo N°3)**

### 3.3 Definición y operacionalización de la variable e indicadores

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de los dueños, administradores y/o representantes de las MYPES	Son personas emprendedoras y trabajadores, donde operan en forma de subsistencia y solo trabajan con un capital mínimo ya que cuenta con pocas probabilidades de crecer.	Edad	a) 18-30 b) 31-50 c) 51 a más	Cuantitativo
		Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	a) Estudios primarios b) Estudios secundarios c) Estudios técnicos d) Universitarios e) Sin instrucción	Nominal
		Profesión	a) Licenciado en administración b) Contador c) Ingeniero d) Otros	Ordinal
		Cargo	a) Gerente b) Dueño	Nominal
La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica		Años de funcionamiento de la micro empresa en el rubro	a) 1-3 b) 4-8 c) 9 a más	Cuantitativo
		Colaboradores permanentes	a) 1-3 b) 4-6 c) 9 a más	Cuantitativo

Perfil de las MYPES	constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial.	Objetivo principal de la empresa	a) Obtener ganancias b) Brindar empleo c) Auto empleo	Nominal
Capacitación en las MYPES	Es una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada a la obtención de información, para un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes de la persona.	Término capacitación	a) Si b) No	Nominal
		Se ha capacitado	a) Si b) No	Nominal
		Ha recibido capacitación	a) Si b) No	Nominal
		Considera la capacitación como	a) Gasto b) Inversión	Nominal
		En que desearía capacitar y capacitarse	a) Ventas b) Servicio al cliente c) Márquetin d) Otros	Nominal
		La capacitación influye en la competitividad	a) Si b) No	Nominal.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de redacción**

En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta (técnica), mediante un cuestionario (instrumento) Conformado por 14 preguntas, esto ayudó a tener información relacionada a los aspectos generales de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa (5), Micro y Pequeña Empresa (3) y a las variables en estudio: capacitación (6)

### **3.5 Plan de análisis**

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se usó recursos humanos y materiales; una vez recabados los datos a través de la aplicación del cuestionario a los representantes de las MYPE, se registraron en una base de datos, para la tabulación respectiva, se elaboraron de tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos, se utilizó como soporte para el procesamiento de los datos el programa Microsoft Excel.

### 3.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología De La Investigación	Instrumentos
Problema Central	Objetivo general	Capacitación		Tipo	Técnica
¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las MYPE – rubro venta minorista de abarrotes de la ciudad de Chimbote 2013?	Determinar las principales características de la capacitación en las MYPE del sector comercio – rubro venta de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, 2013	Un proceso continuo de enseñanza y aprendizaje en el que se desarrollan las habilidades y destrezas de las personas, las cuales les permiten un mejor desempeño en sus labores habituales.	La población muestral consta de 14 MYPE ubicadas en el mercado Pueblos Unidos de Chimbote. Por lo cual se realizó la encuesta al 100% de las MYPE del sector comercio rubro ventas de abarrotes. .	El de tipo de investigación será cuantitativo, porque en la recolección de datos y los resultados se utilizarán procedimientos estadísticos e instrumentos de Medición.	Encuesta
Problema Secundarios	Objetivo específicos			Nivel	Instrumento
¿Cuáles son las principales características de las MYPE	Describir las principales características de las MYPE.			El nivel de la investigación será descriptivo, debido a que solo se limitará a describir las principales características de las variables en estudio.	Cuestionario
¿ Cuáles son las principales características del gerente de la MYPE	Describir las principales características del gerente de la MYPE.				
¿Cuáles son las principales características de la capacitación?	Describir las principales características de la capacitación.				

### **3.7 Principios éticos:**

El presente trabajo de investigación tiene los siguientes principios éticos:

La Confiabilidad, siendo la información real de cada autor, además Confidencialmente ya que la información será verdadera utilizando la información verdadera de cada uno de los autores y no podrá ser divulgada sin consentimiento de la persona., respetando sus ideas, conocimiento de la persona, siendo honesto con la investigación que se realizó con transparencia y ética.



#### IV. RESULTADOS:

##### 4.1 Resultados

**Tabla 01: Características del representante de las micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013**

<b>Características de los representantes</b>	<b>Número de la MYPE</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Edad (Años)</b>		
18– 30	2	14,3
31 – 50	7	50,0
51 a más	5	35,7
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>		
Masculino	9	64,3
Femenino	5	35,7
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>
<b>Grado de instrucción</b>		
E. Primarios	3	21,0
E. Secundarios	5	35,7
E. Técnicos	4	28,8
Universitarios	2	14,3
Sin instrucción	0	0,0
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>
<b>Profesión</b>		
Administrador	0	0,0
Contador	1	7,1
Ingeniero	1	7,1
Otros	12	85,7
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>
<b>Cargo</b>		
Gerente	0	0,0
Dueño	14	100,0
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013

**Tabla 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013**

<b>Características de la empresa</b>	<b>Número de la MYPE</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Años de funcionamiento de la micro empresa en el rubro</b>		
1- 3	1	7,1
4- 8	4	28,8
9 a más	9	64,3
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>
<b>Colaboradores permanentes</b>		
1-3	13	92,9
4- 6	1	7,1
9 a más	0	0,0
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>
<b>Objetivo principal de la empresa</b>		
Obtener ganancias	8	57,2
Brindar empleo	1	7,1
Auto empleo	5	35,7
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, año, 2013

**Tabla 03: Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013**

<b>De la capacitación</b>	<b>Número de la MYPE</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Conoce el Término capacitación</b>		
<b>Si</b>	12	85,7
<b>No</b>	2	14,3
<b>Total</b>	14	100,0
<b>Se ha capacitado</b>		
<b>Si</b>	2	14,3
<b>No</b>	12	85,7
<b>Total</b>	14	100,0
<b>Ha recibido capacitación</b>		
<b>Si</b>	2	14,3
<b>No</b>	12	85,7
<b>Total</b>	14	100,0
<b>Considera la capacitación como:</b>		
<b>Gasto</b>	0	0,0
<b>Inversión</b>	14	100,0
<b>Total</b>	14	100,0
<b>En que desearía capacitar y capacitarse</b>		
Ventas	3	21,4
Servicio al cliente	6	42,9
Marketing	5	35,7
Otro	0	0,0
<b>Total</b>	14	100,0
<b>La capacitación influye en la competitividad</b>		
<b>Si</b>	14	100,0
<b>No</b>	0	0,0
<b>Total</b>	14	100,0

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes, del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013.

## 4.2 Análisis de los resultados

### a) Discusión

- El 50.0% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos , tiene una edad promedio de 31 a 50 años lo cual coinciden con el autor **Quiñones, (2016)** donde demuestra que el 59,26% de los representantes encuestados tienen de 31 a 50 años, además coincide con el autor **Jimenes, (2015)** donde demuestra que el 40% de los representantes tienen una edad entre 31-50 años, así mismo el autor **Zegarra, (2013)** demuestra que el 60% de los encuestados tiene una edad promedio entre 31 a 40 años.

Esto demuestra que, en su totalidad, los representantes de las Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes de mercado Pueblos Unidos son mayores de edad y son más emprendedores.

- El (64%) de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos son de género femenino, estos resultados se aproxima con el autor **Tanta, (2010)** que demuestra que el 57,1% de los micro empresarios son del sexo femenino, esto coincide con el autor **Jimenes, (2015)** donde dijeron que el 70% son mujeres, además los resultados del autor **Vilches (2016)** coinciden, demostrando que el 75.6% son mujeres, sin embargo esto contrasta con el autor **Zegarra, (2013)** donde obtuvo el 100% que son del sexo masculino y con el autor **Quiñones (2016)** donde obtuvo que el 66.67% son de sexo masculino.

Esto demuestra que, en su totalidad, los representantes de las Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes de mercado Pueblos Unidos, están siendo dirigidos por mujeres y a su vez por hombres demostrando que hay igualdad de oportunidad de trabajo.

- El 36% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos, tienen estudios secundarios, lo cual coincide con el autor **Vilches (2016)** donde el 39% tienen estudios secundarios completos, **Zegarra (2013)** donde obtuvo que el 60% de los encuestados tienen estudios secundarios, coincidiendo con el autor **Quiñones (2016)** donde obtuvo que el 68,89% de los encuestados tienen estudios secundarios, mientras que el autor **Tanta (2010)** obtuvo un 42,9% de los encuestados tienen instrucción superior universitaria.

Esto demuestra que, en su totalidad, los representantes de las Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes de mercado Pueblos Unidos tienen un nivel deficiente, lo cual pueden ejercer de manera negativa en su cargo como emprendedores.

- El (86%) de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos no cuenta con una profesión, esto coincide con el autor **Quiñones (2016)** donde obtuvo que el 68,89 % de los encuestados no cuentan con ninguna profesión. Esto demuestra que, en su totalidad, los representantes de las Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes de mercado Pueblos Unidos no tienen la capacidad de dirigir su empresa y que no están preparados para asumir el cargo que están desempeñando.

- El 100% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos son dueños de la empresa, lo cual coincide con el autor **Vilches (2016)** donde obtuvo que el 68,3% de los representantes encuestados son los dueños. Sin embargo el autor **Quiñones (2016)** obtuvo como resultado que el 88,89% son titulares- gerentes.

Esto demuestra que, en su totalidad, los representantes de las Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes de mercado Pueblos Unidos son dueños de su negocio.

### **Respecto a los datos generales de la empresa**

- El 64% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado pueblos unidos, tiene de 9 a más años de funcionamiento, estos resultados coinciden con el autor **Quiñones (2016)** donde obtuvo como resultado que el 80% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a mas en el mercado, sin embargo el autor **Gutiérrez, (2013)** obtuvo que el 40% de los encuestados tiene entre 1-5 años de permanencia en el mercado, asimismo el autor **Jiménez, (2015)** afirma que el 50% tiene entre 4 a 6 años de permanencia. Lo cual estos resultados contrastan con el autor **Zegarra, (2013)** donde el 60% de los encuestados tiene entre 1 a 20 años de permanencia de actividad y rubro de la MYPE. Esto demuestra que, en su totalidad, los representantes de las Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes de mercado Pueblos Unidos, tienen una permanencia establecida dentro de su rubro de la ciudad de Chimbote.
- El 93% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos, tienen de 1 a 3 colaboradores, esto coincide con el autor **Quiñones, (2016)** donde tuvo como resultado que el 90,37% en su mayoría tienen de 1 a 5 trabajadores, lo cual contrasta con el autor **Gutiérrez, (2013)** donde obtuvo que el 60% de los encuestados tiene 1 trabajador con tiempo eventual en la MYPE, mientras que el autor **Tanta, 2010** obtuvo que el 57,1% de los encuestados de las MYPES tienen entre 2 a 7 trabajadores.

Esto demuestra que, en su totalidad, los representantes de las Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes de mercado Pueblos Unidos, cuentan con poco personal dentro de su negocio.

- El 57% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos se obtuvo que su objetivo principal es para la obtención de ganancias, esto coincide con el autor **Gutiérrez, (2013)** donde obtuvo que el 100% de los encuestados se formó para obtener ganancias, asimismo el autor **Zegarra, (2013)** demostró que el 100% de los encuestados formó la MYPE para obtener ganancias. Esto demuestra que, en su totalidad, los representantes de las Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes de mercado Pueblos Unidos, tiene su negocio solo con el fin de generar ganancias para su sustentabilidad.

#### **Respecto a la Capacitación.**

- El 86% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos, si conocen el término capacitación, estos resultados coinciden con el autor **Quiñones, (2016)** donde el 95,56% de los encuestados si conocen el término capacitación. Esto demuestra que en su totalidad de los micro empresarios del mercado Pueblos Unidos la ciudad de Chimbote si tienen conocimiento que es capacitación.
- El 86% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos, no se ha capacitado, esto coincide con el autor **Vilchez (2016)** el cual el 95,1% de los encuestados no capacitan a su personal, esto contrasta con el autor **Quiñones (2016)** demuestra que el 54,81% de los trabajadores reciben capacitación.

Esto demuestra en la actualidad los micro empresarios del mercado Pueblos Unidos no se capacitan internamente en cursos para el mejoramiento de su negocio.

- El 86% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos, no ha recibido ningún tipo de capacitación, estos resultados coinciden con el autor **Vílchez, (2016)** donde obtuvo que el 95.1% de los encuestados no recibió capacitación en ningún tema, esto contrasta con el autor **Jiménez, (2015)** que el 60% de los encuestados recibió capacitación en la atención al cliente.

Esto demuestra que en la actualidad los micro empresarios del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, no invierten lo suficiente para recibir capacitación en distintos temas.

- El 100% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos, considera la capacitación como una inversión, esto coincide con el autor **Gutiérrez, (2013)** donde obtuvo como resultado que el 100% de los encuestados considera la capacitación como inversión, asimismo estos resultados coinciden con el autor **Zegarra, (2013)** donde obtuvo como resultado que el 100% de los representantes legales considera a la capacitación como significado de inversión, sin embargo esto contrasta con el autor **Vílchez, (2016)** donde el 82,9% de los encuestados considera la capacitación como una gasto.

Esto demuestra que en la actualidad los micro empresarios del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, consideran la capacitación como una inversión para su negocio.



- El 43% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos desean capacitarse en el tema de servicio al cliente, también encontramos resultados significativos en el autor **Vílchez, (2016)** el cual el 51,3% de los encuestados necesitaría capacitación en ventas, asimismo coincide con el autor **Quiñones, (2016)** donde demuestra que el 34,07% desean capacitar a su personal en el área o tema de ventas.

Esto demuestra que en su totalidad de los micro empresarios del mercado Pueblos Unidos en la ciudad de Chimbote, desearían capacitar y capacitarse en los temas de atención al cliente para una mejor competitividad y eficiente trato de servicio.

- El 100% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas dedicadas a la venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos consideran que la capacitación influye en la competitividad de la empresa.
- Esto demuestra que los micro empresarios del mercado pueblos unidos de la ciudad de Chimbote, consideran que la capacitación influye en el mejoramiento y competitividad de la empresa.

## V. CONCLUSIONES

- La mayoría de los representantes legales de las MYPE del Sector del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos de la ciudad de Chimbote año 2013, son mayores de edad entre 31 a 50 años, lo cual son de género femenino, y solo cuentan con estudios secundarios realizados, donde no cuentan con una profesión básica y que son los dueños de su micro empresa.
- La totalidad de las MYPE del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos de la ciudad de Chimbote año 2013, tienen más de 9 años de funcionamiento en el mercado, donde cuentan con más de 3 colaboradores permanente, siendo creadas con el fin de obtener ganancias y poder maximizar su rentabilidad en el negocio.
- Las MYPE del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes del mercado Pueblos Unidos de la ciudad de Chimbote año 2013, se concluye que la capacitación es una inversión para su negocio, donde los representantes quieren recibir capacitación en los temas de servicio al cliente y que influye en la competitividad de la empresa para una mejor eficiente y eficaz desarrollo.

## Referencias bibliográficas

- andes.com, L. (2010). 71 % de municipalidades promueve las MYPE. Extraído el 20 de Junio de 2014, de <http://www.losandes.com.pe/Regional/20100811/39544.html>
- Bernilla, M., (2013), *Micro y pequeña empresa (MyPE) oportunidad de crecimiento*. Lima, Perú: Edigraber Ediciones
- Carrasco, A. (S.F). LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MEXICANA. México.
- Cohen, M. &. (2012). La situación de las PYME en América Latina. Extraído el 12 de agosto de 2014, de <http://www.emprendedorxxi.coop/Pdf/PyMEs%20en%20America%20Latina.PDF>
- Cruces, L. (2010). “Las MYPE peruanas y la globalización”. Extraído el 12 de agosto del 2015. De: <http://es.slideshare.net/LuisCrucesCastaeda/las-mypes-peruanas-y-la-globalizacion>
- Emprendepyme, (2008). La Capacitación. Extraído el 10 de noviembre del 2015 de: <http://www.emprendepyme.net/que-es-la-capacitacion.html>
- **Emprendepyme. (Sf)** : “tipos de capacitación “.Extraído el 20 de agosto, 2015 de:<http://www.emprendepyme.net/tipos-de-capacitacion.html>
- Gomes, J., & Hernández, A. (S.F). Teoría del capital humano. Extraído el 26 de Julio de 2014, de <http://barbaragalvangnz.blogspot.com/2011/04/teoria-del-capital-humano.html>
- Gutiérrez, p. d. (2013). Caracterización del financiamiento y capacitación en las MYPE del sector comercio- rubro manualidades, del distrito de Chimbote. Extraído el 30 de julio de 2014, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000032560>


- Huamán, J. (2009). “Las MYPE en el Perú”. Extraído el 05 de agosto del 2014. De: <http://www.gestiopolis.com/innovacion-emprendimiento/mypes-en-el-peru.htm>
- Iguñiz, J. (2008). De la ley MYPE a la ley Pyme. En Actualidad Económica. Extraído el 10 de agosto de 2014, de <http://aeperu.blogspot.com>.
- Jaqueline, A. (S.F). MyPES en el Perú. Extraído el 20 de junio de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Pereda, N. (mayo de 2010). DIA NACIONAL DE LAS MYPES. Extraído el 20 de julio de 2014, de <http://nilopereda.blogspot.com/2010/05/dia-nacional-de-las-mypes-15-de-mayo.html>
- Soto, B. (2013). “Las ventajas de las microempresas”. Extraído el 09 de agosto del 2014. De: <http://www.gestion.org/economia-empresa/35184/las-ventajas-de-las-microempresas/>
- Tanta, I. (2010). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote. Extraído el 18 de julio de 2014, de <http://www.scribd.com/doc/92531676/mype-1>

- Torres, M. (2011). Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe. [Monografía en internet]. Departamento de Desarrollo Social y Empleo de la OEA; extraído de :  
<http://www.oas.org/ddse/mipymes/documentos/Documento%20base.pdf>
- Vásquez. (2013). “Importancia de las MyPES en el Perú”. Extraído el 06 de agosto del 2014. De: <http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Ventura, S. (2011). “Tipos y modalidades de capacitación”. Extraído el 10 de agosto del 2014. De: <http://www.gestion.org/recursos-humanos/2896/tipos-y-modalidades-de-capacitacion/>
- Vizacarra, N. (2009). Importancia de la capacitación para las MyPE. Extraído el 14 de julio de 2014, de <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167>
- Zagarra, k. (2013). Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector comercio, rubro librerías del distrito de Chimbote. Extraído el 20 de julio de 2014, de  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000032562>

# ANEXO N°1

## Encuesta

MYPE: Abarrotes Gisela  
Dirección: 10 de setiembre N°  
122- 123  
Nombre: Karina Quijano Aquino

  
**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA TRABAJO DE INVESTIGACION**

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 en las Mypes del sector comercio - rubro venta de abarrotes, del mercado pueblos unidos de la ciudad de Chimbote año 2013.

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.

**A. DEL REPRESENTANTE LEGAL**

1. Edad

- a) 18-30 años
- b) 31-50 años
- c) 51- más años

2. Género:

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de instrucción:

- a) Estudios primaria
- b) Estudios Secundaria
- c) Estudios Técnicos
- d) Universitarios
- e) Sin instrucción

4. ¿Cuál su profesión?

- a) Lic. Administración
- b) Contador
- c) Ingeniero
- d) Otros

5. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

- a) Gerente
- b) Dueño

*[Handwritten signature and stamp of the University of Los Angeles, Chimbote]*

**B. DE LAS MYPES**

6. ¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?
- a) 1-3 años
  - b) 4-8 años
  - c) 9- más años
7. ¿Con cuántos colaboradores permanentes cuenta su empresa?
- a) 1-3
  - b) 4-6
  - c) 9- más
8. ¿Cuál es el objetivo principal de su empresa?
- a) Obtención de ganancias
  - b) Brindar empleo a su familia
  - c) Autoempleo

**C. DE LA CAPACTACION**

9. ¿Conoce el término capacitación?
- a) Si
  - b) No
10. ¿Usted Alguna vez, se ha capacitado?
- a) Si
  - b) No
11. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?
- a) Si
  - b) No
12. Considera la capacitación como:
- a) Costo
  - b) inversión
13. ¿En qué desearía capacitarse y capacitar a sus empleados?
- a) Ventas
  - b) Servicio al cliente
  - c) Marketing
  - d) Otros
14. ¿Usted considera que la capacitación influye en la competitividad de su empresa?
- a) Si
  - b) No

  
ELABORADO POR:  
Verónica Briones Solórzano

  
VALIDADO POR:  
Mg. Enrique Llesque Tume  
  
INEI, I. C. Adm. Felipe López de Letamunda  
Reg. Único de Cooperación N° 0002

## Anexo N°2

### Figuras

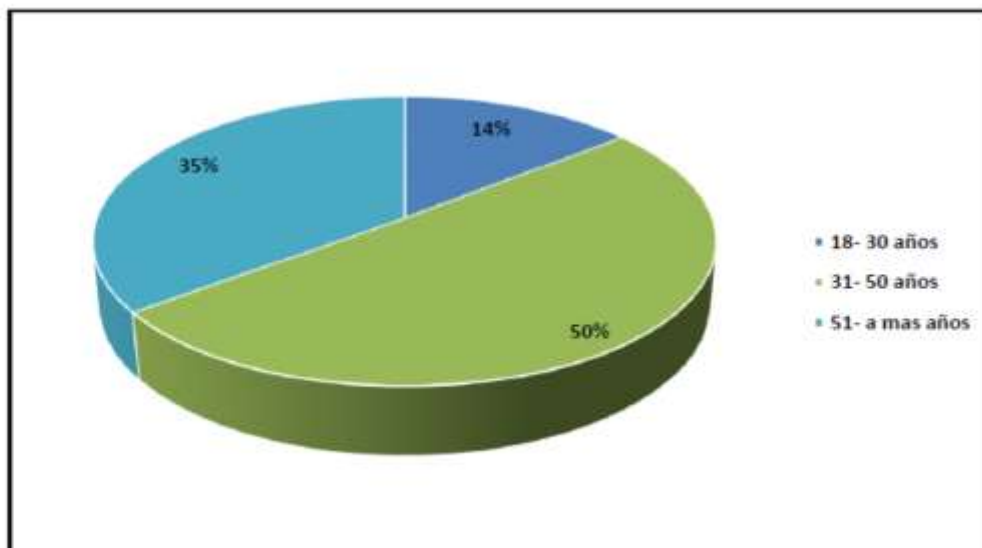


Figura 1. Título Edad del representante

Fuente: Tabla 1

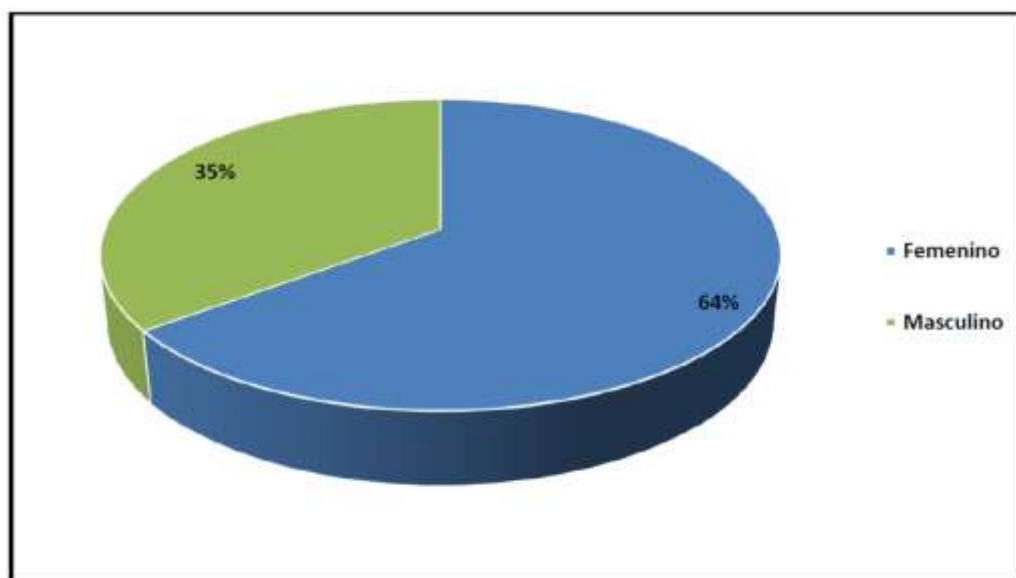


Figura 2. Título genero del representante

Fuente: Tabla 1



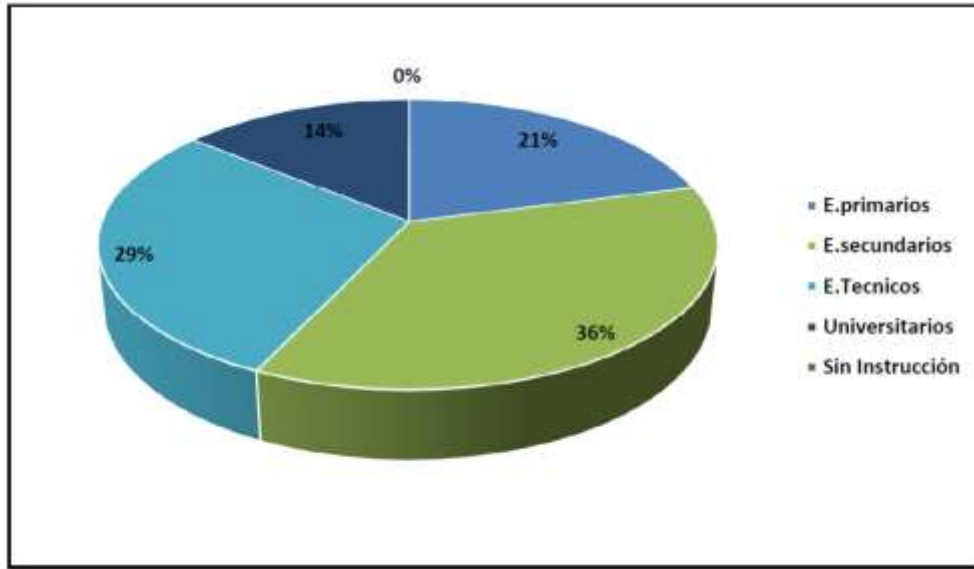


Figura 3. Título Grado de instrucción del representante  
Fuente: Tabla 1

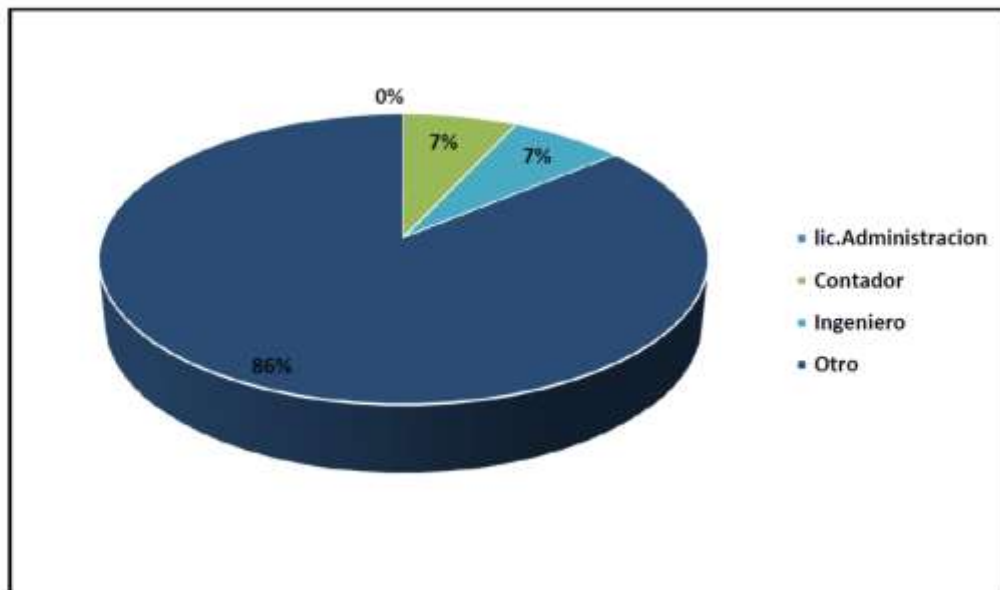


Figura 4. Título su profesión del representante  
Fuente: Tabla 1

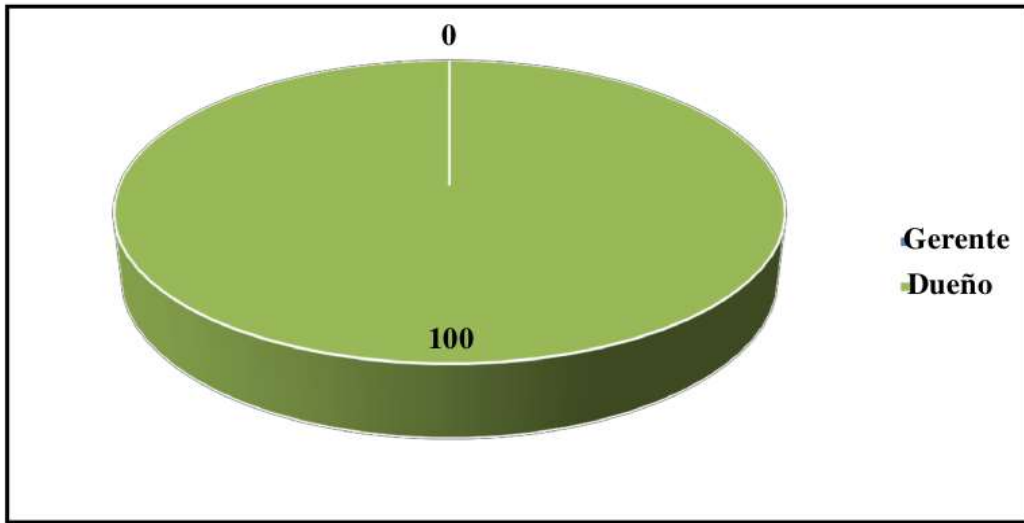


Figura 5. Título El cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

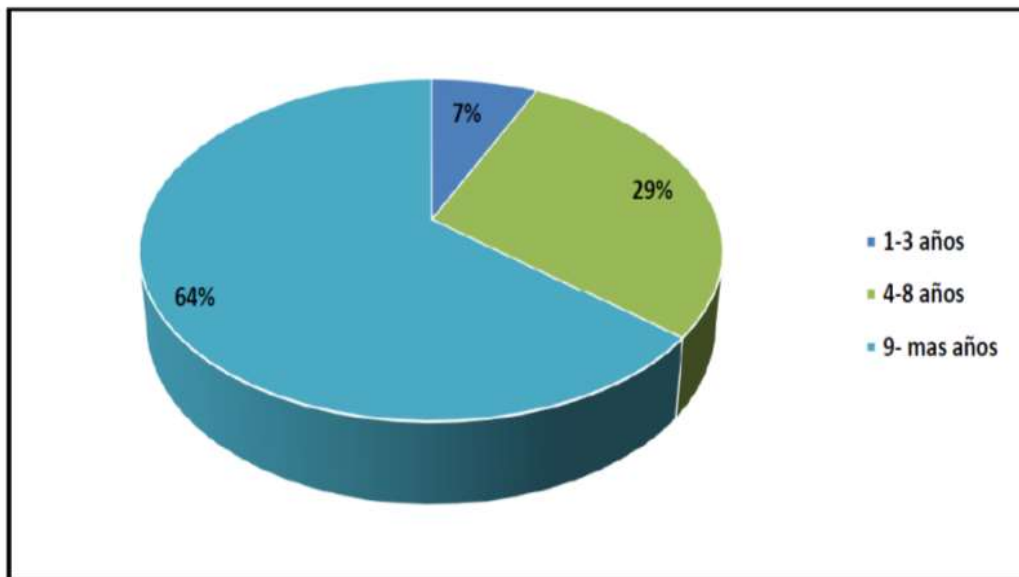


Figura 6. Años de funcionamiento

Fuente: Tabla 2

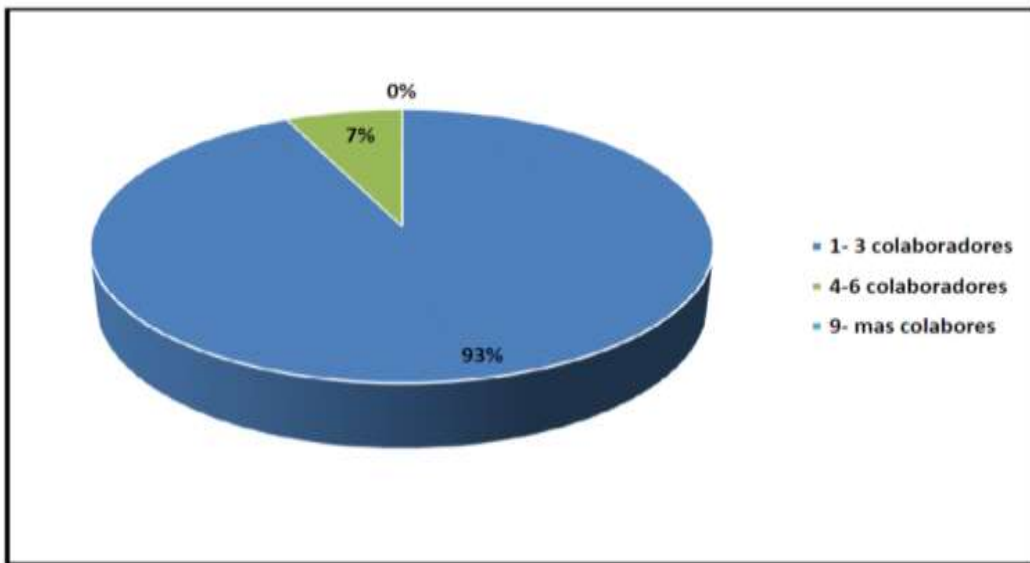


Figura 7. Título: colaboradores permanentes  
Fuente: Tabla 2

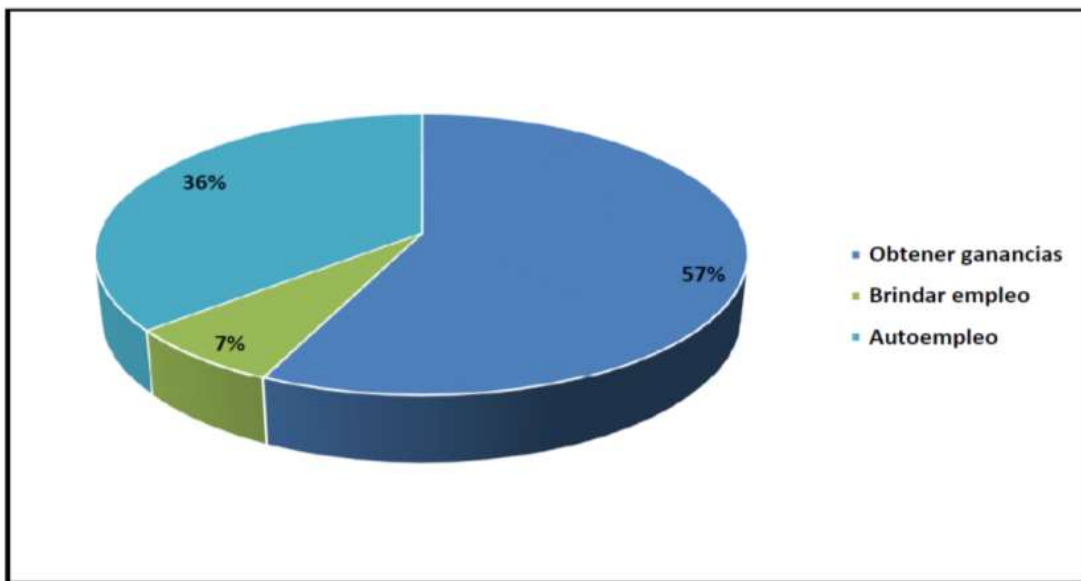


Figura 8. Título: objetivo principal de la empresa  
Fuente: Tabla 2

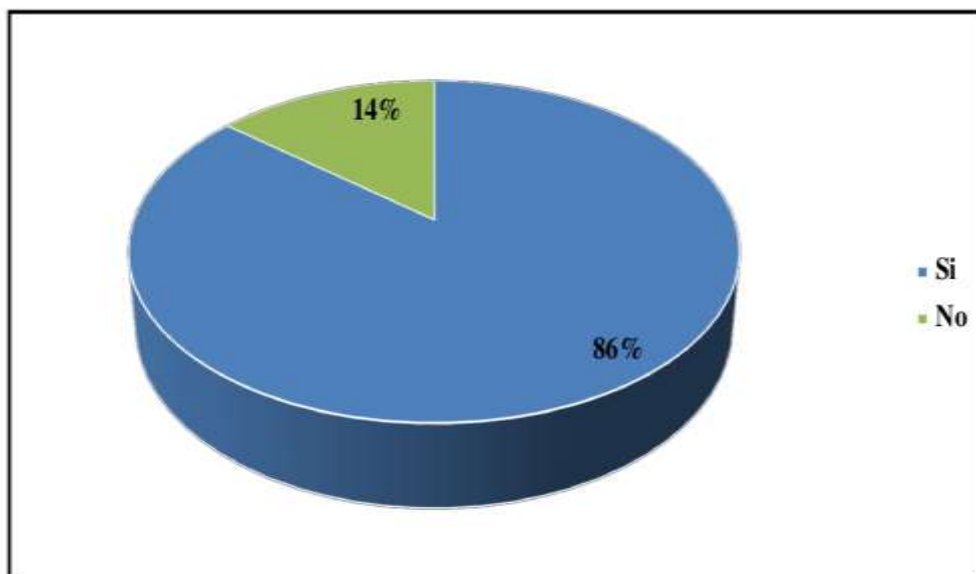


Figura 9. Título: termino capacitación

Fuente: Tabla 3

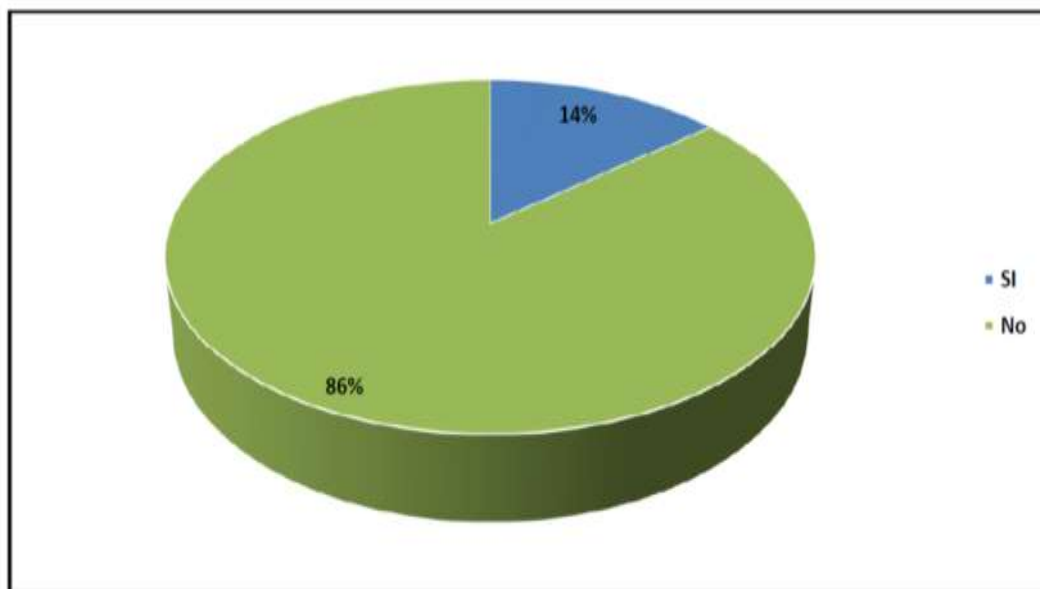


Figura 10. Título: se ha capacitado

Fuente: Tabla 3

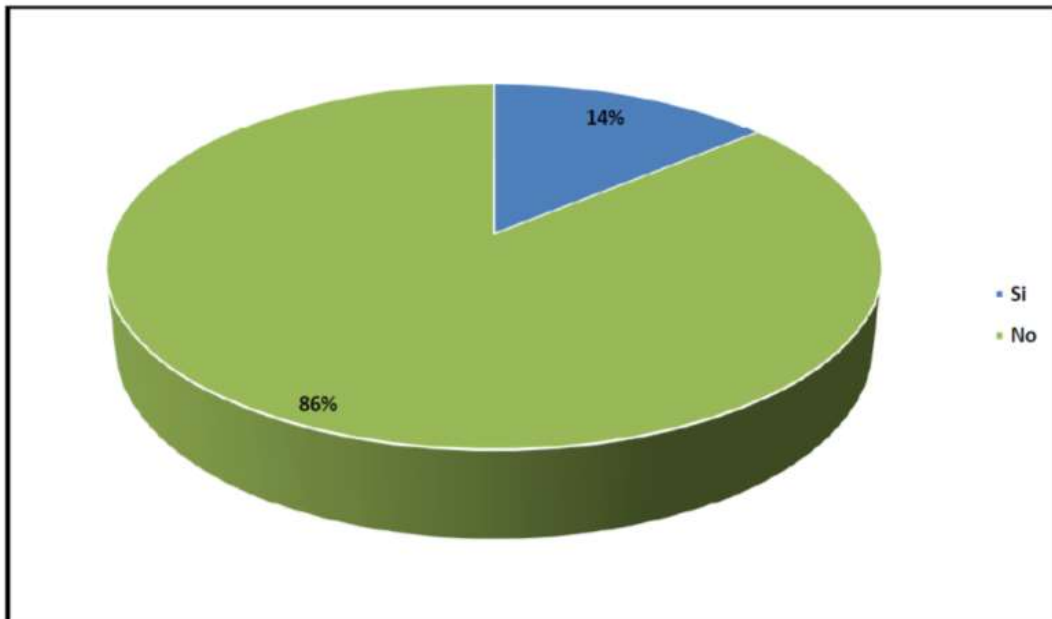


Figura 11. Título: ha recibido capacitación

Fuente: Tabla 3

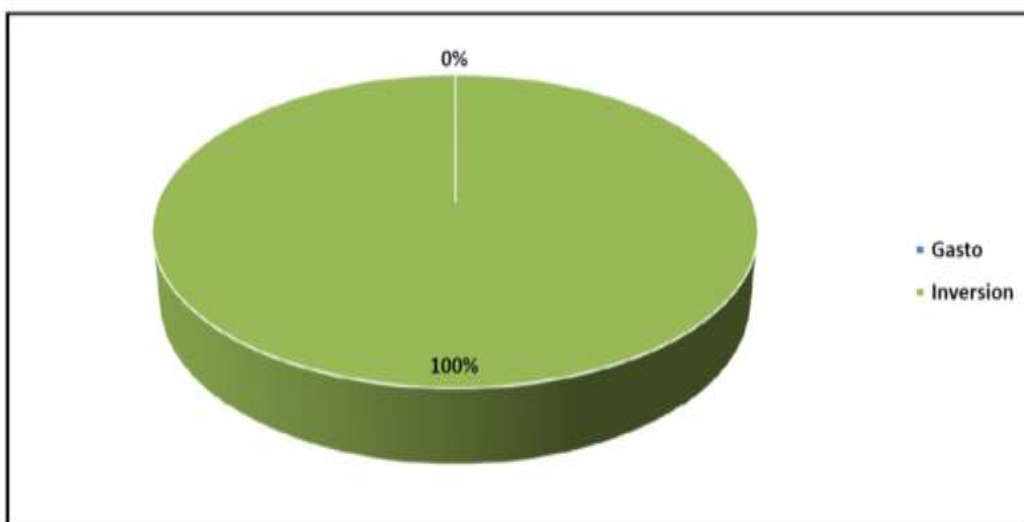


Figura 12. Título: considera la capacitación como

Fuente: Tabla 3

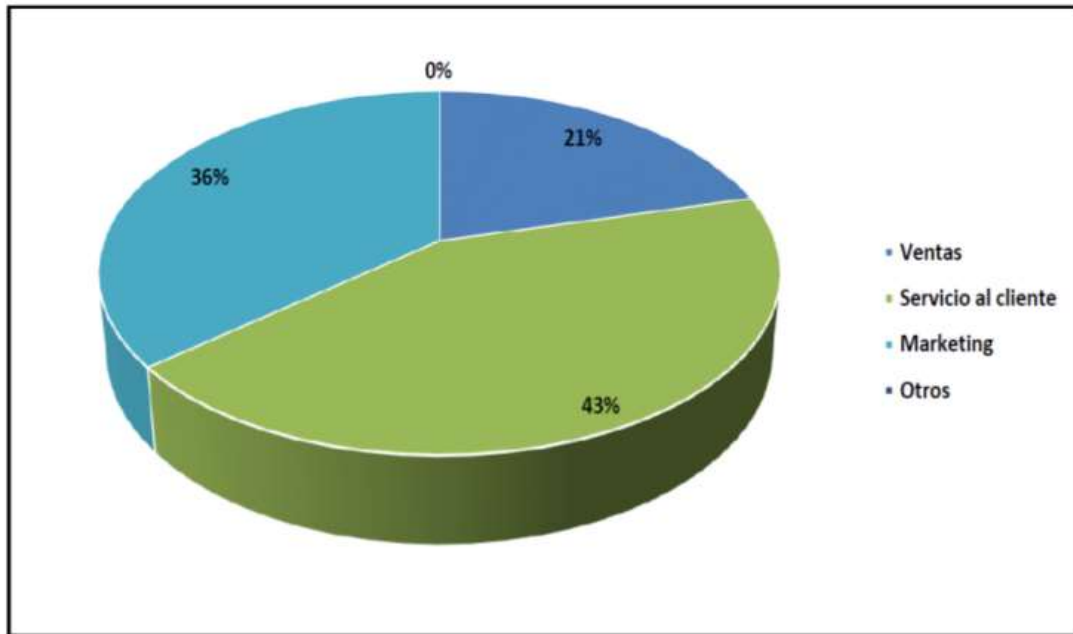


Figura 13. Título: En que desearía capacitar y capacitarse

Fuente: Tabla 3

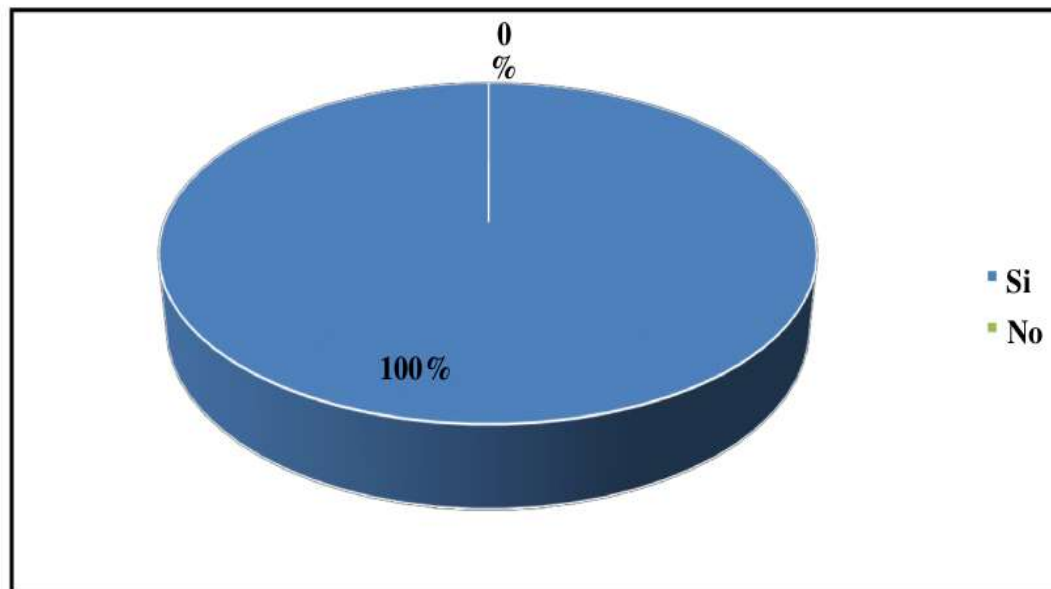


Figura 14. Título: La capacitación influye en la competitividad

Fuente: Tabla 3

**ANEXO N°3**

## Cuadro de sondeo

<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA MYPE</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>DIRECCION</b>
1.	Abarrotes Lurdes	Lurdes Toscano Colonia	N°110-111
2.	Abarrotes Gisela	Karina Quijano Aquino	N° 122- 123
3.	Abarrotes La Principal	Modesto Caballero Enríquez	N° A-1
4.	Abarrotes Angie	Ángel Ortiz Gomes	N° 36
5.		Santos Bacon Araujo	N°37
6.	Abarrotes Marianita	Merly Rodríguez Vera	N° 78
7.	Abarrotes Jennifer	Fidelia Huamanñahoi Alegría	N°119-120-121
8.	Abarrotes Sarita	Sara Pérez Sáenz	N°117-118
9.	Abarrotes Charito	Ignacio Quispe Gonzales	10 de setiembre MZ Q – LT 3
10.	Abarrotes Vicky	Virginia Quispe	N°Q-2
11.	Abarrotes cesar	Cesar Pimentel Estrada	N°101
12.	Abarrotes Amada	Julio Dowling Meléndez	10 de setiembre MZ R – LT 4
13.	Abarrotes María	María Benavides Rodríguez	N° 115
14.		Juan José Chalar Guarnís	AV. Camino Real psj. N°106

### Cronograma de actividades

Actividades	Semanas													
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Línea de Investigación	X	X												
Planteamiento del Problema			X											
Determinación de los objetivos y justificación de la investigación.				X										
Revisión de la Literatura					X									
Observaciones de la Redacción						X								
Marco Teórico y Conceptual							X							
Elaboración de las Bases Teóricas								X						
Redacción de las Bases Teóricas									X					
Metodología de la Investigación										X				
Referencias Bibliográficas											X			
Proyecto de Investigación												X		
Aprobación del Proyecto de Investigación													X	



**Presupuesto:**

PRESUPUESTO	cantidad	Costo Total
TOTAL		
Lapiceros	3 unidades	1.50
USB	1 unidad	35.00
Folder y faster	1 unidad	1.00
Papel boom	100 hojas	6.00
Lápiz	2 unidad	2.00
TOTAL		
Pasajes		30.00
Impresiones		30.00
Empastado		36.00
Internet		20.00
TOTAL		