



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
INDUSTRIAL, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS
DE PANADERÍAS, CIUDAD DE SANTA, AÑO 2014.”

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

AUTORA:

Bach. NOEMI ELENA MARIÑOS AZAÑERO

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

Dr. SANTOS FELIPE LLENQUE TUME

PRESIDENTE

Mgtr. MIGUEL ANGEL LIMO VASQUEZ

MIEMBRO

Mgtr. HECTOR ASCENCION RIVERA PRIETO

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A dios, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

Al asesor Dr. Centurión Medina Reineiro por la comprensión y el tiempo que me brindo para poder culminar mi tesis.

Del mismo modo agradecer a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, por formarme día a día, y darme los mejores conocimientos para ser una gran profesional, en la carrera de Administración de empresas.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mi amado esposo Rony Roldan Quiñones por su sacrificio y su esfuerzo, por darme una carrera para nuestro futuro y por creer en mi capacidad y porque en todo momento me ha brindado su comprensión.

A mi amada hija Fernanda Roldan Mariños por ser mi fuente de motivación e inspiración de salir adelante y superarme cada día más y tener un futuro mejor.

A mis padres y hermanos por estar siempre dándome palabras de aliento para seguir adelante y cumplir todas mis metas. A mis compañeros por brindarme su apoyo sin esperar nada a cambio, por estar en los buenos y malos momentos.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información, se utilizó una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 57% tiene entre 31 a 45 años de edad. El 71% son de género masculino. El 86% tienen estudios secundarios. El 86% no tiene ninguna profesión. El 100% son propietarios -titulares. El 71 % tienen más de 4 años de permanencia en el rubro. El 71 % tienen de entre 2 a 4 trabajadores. El 100% se crearon para maximizar ganancias. El 57% de empresarios no se capacitan. El 57% no capacita a su personal. El 57% del personal no recibe capacitación. El 57% del personal no recibió capacitación este último año. El 57% de personal no se capacito en ningún tema. El 100% considera a la capacitación como una inversión. El 100% considera a la capacitación relevante en su MYPE. El 100% no opina con respecto si la capacitación mejora su rentabilidad. Se concluye que: La mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panaderías distrito de Santa, 2014, no aplican la capacitación.

Palabras clave: Capacitación, Micro y pequeñas empresas, representante.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of the Training in micro and small companies in the industrial sector, the preparation of bakery products, Santa City, 2014. The research was of a non-experimental design - transversal, for the collection of the information, a sample population of 7 micro and small companies was used, to which a questionnaire of 15 closed questions was applied, using the survey technique. Obtaining the following results. 57% are between 31 to 45 years old. 71% are male. 86% have secondary studies. 86% have no profession. 100% are owner-owners. 71% have more than 4 years of permanence in the field. 71% have between 2 to 4 workers. 100% were created to maximize profits. 57% of entrepreneurs do not train. 57% do not train their staff. 57% of the staff does not receive training. 57% of the staff did not receive training this last year. 57% of personnel did not receive training in any subject. 100% consider training as an investment. 100% consider the relevant training in their MYPE. 100% do not think about whether the training improves their profitability. It is concluded that: Most of the micro and small companies in the area of preparation of bakery products Santa district, 2014, do not apply the training.

Keywords: Micro and small enterprises, representative training.

CONTENIDO

	Pág.
1. Título de la tesis	
2. Hoja de firma del jurado y asesor	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iii
4. Resumen y Abstract	v
5. Contenido	vii
6. Índice de Tablas y Figuras	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	5
III. Hipótesis.....	26
III. Metodología	27
4.1 Diseño de la investigación	27
4.2 Población y muestra	27
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los Indicadores	28
4.4 Técnicas e instrumentos	30
4.5 Plan de análisis	31
4.6 Matriz de consistencia.....	31
4.7 Principios éticos	34
V Resultados	35
5.1 Resultados	35
5.2 Análisis de resultados.....	38
VI. Conclusiones y recomendaciones	44
Referencias bibliográficas.....	46
Anexos	48

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla N° 01: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014..... 35

Tabla N° 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014..... 36

Tabla N° 03: Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014..... 37

Figuras (Anexos)

Figura N° 1: Edad.	55
Figura N° 2: Genero.	55
Figura N° 3: Grado de instrucción.	56
Figura N° 4: Profesión.	56
Figura N° 5: Cargo que desempeña en la empresa.	57
Figura N° 6: Años de permanencia en la actividad.	57
Figura N° 7: Número de trabajadores.	58
Figura N° 8: Objeto principal de la empresa.	58
Figura N° 9: Recibe capacitación	59
Figura N° 10: Reciben capacitación	59
Figura N° 11: Curso de capacitación	60
Figura N° 12: Tema de capacitación	60
Figura N° 13: La capacitación es relevante	61
Figura N° 14: Como considera a la capacitación	61
Figura N° 15: La capacitación mejora su rentabilidad	62

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas representan limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información; derivados de la falta de una buena gestión de calidad, estos factores han dado origen al crecimiento de problemas que actualmente atraviesan las MYPES en el país, pero este problema no es solo aquí sino también nivel nacional (Juárez, 2014)

En Europa es difícil hallar problemas de capacitación, ya que la institución de la Unión europea transfiere y apoya al conocimiento, acompañan en el proceso de identificación de mercados, trasladan capacidades y brindan herramientas que faciliten un mejor desarrollo en las MYPES. Los talleres han contado con la participación de más de 100 MYPES, algunas con experiencia exportadora a Europa y otras que por la calidad de sus productos buscan la oportunidad de acceso a un mercado de más de 500 millones de consumidores. Entre los temas abordados en las capacitaciones están: Situación del Mercado Europeo; Herramientas de Inteligencia Comercial para el Mercado Europeo. (Gadea, 2014)

El gobierno Europeo apoya con asistencia técnica priorizando la capacitación, es por ello que han logrado sobresalir en el mercado empresarial, ya que la capacitación les facilitó el acceso al mercado exportador; a diferencia del Perú donde existe una brecha muy grande, ya que el gobierno se despreocupa del bienestar de los emprendedores, no les brindan asistencia técnica, ya sea mediante talleres, exposiciones, charlas; todo ello no les facilita el desarrollo. En cuanto a la exportación, de 3.5 millones de microempresas que existen en el país sólo exportan 3 500, esto determina del porqué de la crisis, ya que a pesar que las MYPES son importantes para el desarrollo del País no hay preocupación de parte del gobierno.

En México la capacitación del personal de cualquier Micro y pequeña empresa, es uno de los desafíos más importantes que enfrentan ya que el 66% desaparecen por falta de una capacitación adecuada y oportuna, se puede decir que para que las MYPES puedan desarrollarse existe la necesidad de que se adapten al cambio a través de la capacitación, y de esta forma poder generar 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. **(Serna, S.f)**

Las empresas en México deben buscar e instrumentar mecanismos que le garanticen resultados de éxito, en el entorno dinámico, y promover el conocimiento, por medio de la capacitación, es indudablemente uno de los medios más eficaces para transformar, actualizar y hacer perdurar la cultura de trabajo y productividad, en cualquier organización. Por otra parte en el Perú también la capacitación es un desafío que indudablemente será difícil superar, ya que a pesar que el emprendedor tenga la voluntad de progresar el Gobierno no los motiva, ni los apoya con asistencia técnica por lo cual no logran mejorar sus capacidades.

Por otro lugar en Latinoamérica en el caso de Argentina las MYPES tienen diversos problemas entre ellos, el reclutamiento al personal competente, falta de capacitación del líder y de los empleados, otro problema común que se observa en las MYPES y emprendimientos es su falta de profesionalización, ya que no se han capacitado antes de iniciar su negocio es por ello que fracasan. **(Paulise, 2015)**

En Argentina las micro y pequeñas empresas no capacitan a su personal, este problema es similar a lo que sucede en el Perú, porque si bien nos encontramos en un país emprendedor, la falta de capacitación en cuanto a RR.HH impide un mejor proceso de selección del personal. Por otra parte la falta de

conocimientos empresariales impide dirigir adecuadamente un negocio, y esto a causa que los emprendedores solo utilizan los conocimientos empíricos, por ende las MYPES no sobrevive por mucho tiempo.

Las Micro y pequeñas en el Perú son muy importantes para estructura económica y productiva del país, pero son muchos los pequeños negocios que fracasan, debido a que los gerentes no toman la debida importancia a la capacitación del personal, por lo cual se está percibiendo una mala atención a los clientes, puesto que no se les atiende correctamente, además las Micro y pequeñas empresas deben saber que por más de que tenga un grupo fiel de habituales clientes, es recomendable que cada cierto tiempo les consulte qué más esperan de su marca y cómo podrían mejorar, si no ellos lo cambiarán fácilmente. (Sánchez, 2013).

En el Perú la capacitación es un tema que los emprendedores descuidan, puesto que no se toma mucho interés por mejorar los conocimientos de los empleados, ya que el personal que labora no está capacitado para la atención al cliente, es por ello que poco a poco las micro y pequeñas empresas pierden utilidades.

Por ultimo a nivel local en el caso del distrito del Santa, las MYPES dedicadas a la elaboración de productos de panaderías, carecen de una capacitación, por lo cual el personal tiene bajo rendimiento en sus operaciones, del mismo modo no se esta brindando una buena atención al cliente, por lo cual se genera pérdida de ingresos, ya que los clientes insatisfechos deciden irse a la competencia, ante dichos problemas la solución es identificar los puntos débiles de personal, para poder brindarles algún tema de capacitación, de acuerdo con sus necesidades. Por todo lo expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014?**. Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas

del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014; para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar. Las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014, así mismo, Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresa del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014 y Determinar las principales características de la Capacitación en las Micro y pequeñas empresa del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.

La investigación se justifica porque permite conocer a nivel descriptivo las principales características de la Capacitación en las Micro y pequeñas empresa del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014. Así también esta investigación busca brindar nuevas teóricas e información confiable, sobre los tipos y las técnicas de capacitación que pueden contribuir a que el personal mejore su nivel de productividad. Por ultimo servirá como antecedentes para futuros investigadores, del mismo modo para los estudiantes de distintas universidades de la Región, con respecto a la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Peralta (2014). En su tesis titulada: “*Caracterización del financiamiento capacitación y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panaderías del distrito de ventanilla, provincia del callao 2014*”. Planteo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento capacitación y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panaderías del distrito de ventanilla, provincia del callao 2014 y se obtuvieron los siguientes resultados. El 45% tiene entre 30 a 45 años de edad, El 64% de los representantes de las Mypes tienen sexo masculino, El 48% tienen estudios universitarios. El 36% tiene más de tres años. El 52% se orientan a Generar Ingresos a la Familia. El 90% de trabajadores si están capacitados. El 40% se capacitó 2 veces, El personal se ha capacitado más en Prestación de mejor servicio al cliente con el 57%. El 88% de empresas Mypes, consideran que si es una inversión. El 40% de microempresarios han recibido 2 veces al año capacitación. Conclusiones: La capacitación han permitido mejorar la rentabilidad de las microempresas rubro Panaderías de las Mypes de Distrito de Ventanilla, La mayoría de los gerentes y administradores de las Mypes del rubro Panaderías del Distrito de Ventanilla son profesionales, Licenciados en Administración, Ingenieros, profesores, abogados, etc. Se ha cumplido el objetivo General y los Objetivos específicos del trabajo de investigación porque se ha demostrado que el financiamiento y la capacitación bien dirigida generan mayor rentabilidad en las mypes.

Huertas, (2013). En su tesis titulada: “*Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro pollerías de la ciudad de Sullana, año 2014*”. Planteo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del

sector servicio- rubro pollerías de la ciudad de Sullana, año 2014 y se obtuvieron los siguientes resultados, el 60 % tienen edad entre 36 a 45 años, el 60 % son de sexo femenino, el 60 % tiene grado de instrucción secundaria a superior, el 80 % de los encuestados son dueños respecto a las Micro y pequeñas empresas, el 80 % afirman que llevan de 3 a más de 5 años en el rubro de pollerías, el 50 % de las MYPE afirman que realizó estudio de mercado al iniciar su negocio, el 100 % es formal y el 100 % se creó para generar ganancias respecto a la capacitación en las Micro y pequeñas empresas, el 80 % se han capacitado en los últimos años, el 80 % de 1 a 2 veces, el 80 % la capacitación es una inversión y el 60 % se capacitó en atención al cliente. **Conclusiones:** La mayoría de los representantes de las MYPES en estudio tienen edad entre 36 a 45 años, son de sexo femenino, tienen una instrucción de secundaria a superior, y son dueños de su negocio. La mayoría de las Micro y pequeñas empresas tienen de 3 a más de 5 años en el rubro, realizan estudio de mercado y la totalidad es formal y se creó para generar ganancias. La mayoría de MYPES se han capacitado en los últimos años de 1 a 2 veces en atención al cliente, consideran que la capacitación es una inversión para mejorar su productividad.

Castillo, (2014) En su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las medianas y pequeñas empresas del sector comercio, rubro panaderías en el distrito de Ayabaca, 2014”. Planteo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las medianas y pequeñas empresas del sector comercio, rubro panaderías en el distrito de Ayabaca, 2014 y se obtuvieron los siguientes resultados. El 70% son jóvenes entre 25 a 50 años, lo que evidencia que el sector panadero está cobrando importancia y cada vez más personas jóvenes incursionan en el negocio, El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las MYPES son de sexo masculino, El 60% de los propietarios y/o representantes legales de las tienen educación superior técnica. El 50% de las

MYPE realizan sus actividades hace más de 10 años, El 100% de las MYPE fueron creadas para obtener ganancias. El 100% de las MYPE manifestaron capacitar a su personal, el 60 % dos veces por año, El 80% de las MYPE capacitó a su personal en panadería y pastelería, El 100% de las MYPE manifestaron capacitar a su personal, El 100% de los encuestados manifestó que la capacitación es una inversión, El 100% de los encuestados manifestó que la capacitación es importante. **Conclusiones:** La capacitación al personal les permite competir en una variedad de productos y atención a los clientes, de igual manera aumentando el volumen de ventas, asegura y mejora su rentabilidad, las medianas y pequeñas empresas - Panaderías de Barrio, se han convertido en una herramienta de captación de capital, oportunidad de trabajo y apoyo a la industria nacional.

Osorio, (2014). En su tesis titulada: “Caracterización de la capacitación y el financiamiento de las mype del sector industrial rubro panaderías del distrito de Coishco, periodo 2010-2011”. Planteo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación y el financiamiento de las mype del sector industrial rubro panaderías del distrito de Coishco, periodo 2010-2011 y se obtuvieron los siguientes resultados. El 43% la edad de los encuestados esta entre los 25 y 35 años, El 57% son de sexo masculino. El 57% son propietarios. El 43% tiene menos de 5 años de actividad en el rubro. El 100% de las Mype encuestadas afirmaron haber creado la panadería con la finalidad de dar empleo a la familia. El 57% consideran que el estado apoya a las microempresas brindándoles beneficios tributarios. El 100% de las Mype's encuestadas afirmaron conocer el término capacitación. El 57% afirma haber realizado capacitaciones en el periodo 2010 - 2011. El 86% no utiliza el correo electrónico en las actividades de capacitación. El 57% afirman que la capacitación brindada a sus trabajadores ha tenido un impacto moderado en el desempeño laboral. **Conclusiones:** La mayoría de los encuestados tiene entre los 25 y 45 años y son de sexo masculino, la mayoría de los representantes legales encuestados son propietarios y a la vez gerentes de las microempresas, la

mayoría de las panaderías tiene menos de 5 años de actividad, todas las empresas del rubro en estudio fueron creadas con la finalidad de obtener ganancias y dar empleo a la familia, y afirman que el estado las apoya brindándoles beneficios tributarios, la mayoría de las MYPES conocen el término capacitación y han realizado capacitaciones en la empresa en el periodo de estudio, en la mayoría de estas empresas las capacitaciones han tenido impacto en el desempeño laboral.

Berropi, (2013). En su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector industrial – rubro panadería, del distrito de callería -Pucallpa, período 2012-2013”. Planteo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector industrial – rubro panadería, del distrito de callería -Pucallpa, período 2012-2013 y se obtuvieron los siguientes resultados. El 92% (12) de los representantes legales de las Mypes encuestados, su edad fluctúa entre los 26 a 60 años, En los representantes legales de las Mypes en estudio, el 69% son del sexo masculino, En los representantes legales, el 54% tiene grado de instrucción secundaria incompleta. El 54% tiene entre cinco a siete años en rubro empresarial, El 100% manifestaron que la formación de las Mypes fue por obtención de ganancias. El 85% manifestó no haber recibido ninguna capacitación en los dos últimos años, El 62% declararon que si considera a la capacitación como una inversión, El 62% declararon que sí consideran que la capacitación es relevante para sus empresas, El 54% manifestaron que sus trabajadores se capacitaron en otros cursos no especificados en el cuestionario. **Conclusiones:** Los representantes legales de las Mypes encuestadas, su edad fluctúa entre los 26 a 60 años; del sexo masculino y son de sexo femenino; tienen grado de secundaria completa y secundaria incompleta. Tienen entre tres a más de siete años en el rubro empresarial; posee más de tres trabajadores permanentes, posee entre dos a más de tres trabajadores eventuales, manifestaron que la formación de las Mypes fue por obtención de

ganancias. Manifestó que no recibieron capacitación antes del crédito recibido y el manifestó que no recibió ninguna capacitación en los dos últimos años; los representantes encuestados manifestaron que su personal si ha recibido capacitación también manifestaron que su personal no recibió capacitación; declararon que sí consideran que la capacitación es una inversión que no precisa; declararon que sí consideran que la capacitación es relevante para sus empresas y no precisa; de los representantes legales encuestados precisaron que sus trabajadores se capacitaron en temas que no fueron considerados en la el cuestionario

Zapata, (2014). En su tesis titulada: “Caracterización de la Capacitación y Rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro panadería-pastelería del mercado anexo-Piura, año 2012”. Planteo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Capacitación y Rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro panadería-pastelería del mercado anexo-Piura, año 2012 y se obtuvieron los siguientes resultados. El 55% no se cree tan apto para desempeñar su cargo. El 40% llevan solo un año trabajando para esa empresa. El 60% respondió que era moderadamente significativo. El 68.75% llevan más de 10 años en su negocio. El 95% (86 trabajadores) si lo creen necesario, pero el 57.5% no han recibido capacitación. El 70% solo han recibido una vez. El 67.5% de los encuestados le gustaría encontrarse en el nivel avanzado; el 37.5% dicen que la emplean para complementación. El 81.25% si capacita a sus trabajadores.

Conclusiones: El 85% de las MYPE comerciales, rubro panadería – pastelería del Mercado Anexo de Piura en el año 2012 no cuentan con un plan de capacitación, a su vez, por ese motivo el 51.14% de los trabajadores tienen un nivel básico de capacitación, por ello el tiempo de duración de ellos en la organización no es por mucho tiempo; debido a que sienten que su desempeño laboral no es valorado por sus empleadores, y debido a esa falta de motivación es que se retiran de la empresa. Por otra parte las MYPE comerciales, rubro panadería – pastelería no cuentan con un plan de capacitación, a su vez, por ese motivo de los trabajadores

tienen un nivel básico de capacitación, por ello el tiempo de duración de ellos en la organización no es por mucho tiempo; debido a que sienten que su desempeño laboral no es valorado por sus empleadores, y debido a esa falta de motivación es que se retiran de la empresa. En base a ello, se puede concluir que el nivel de capacitación de los trabajadores si influye de manera directa en la rentabilidad de las MYPE del rubro panadería – pastelería; debido a que el desarrollo de los recursos humanos es central ante el reto tan importante que las MYPE enfrentan hoy en día en este mundo globalizado y competitivo, además el capital humano y la capacitación son la clave del éxito de las empresas, por ello es beneficioso tener siempre en cuenta el nivel de capacitación de los trabajadores en una empresa. Los tipos de modalidades de capacitación que se desarrollan en las MYPE comerciales, rubro panadería – pastelería, son la formación y la complementación, debido a que ambas permiten que los trabajadores tengan el conocimiento necesario, no solo sobre su área de trabajo, sino que también les permite estar aptos para desempeñar cualquier cargo y en cualquier momento. Los dueños de estas MYPE, si capacitan a sus trabajadores, por ello, podemos decir que forman parte de la mayoría de las MYPE de hoy en día que capacitan a sus trabajadores y concluir que por esta razón, es que hoy en día este tipo de negocio ha crecido en la actualidad y sobre todo las de este rubro, además que gracias a ellas el nivel de pobreza de nuestro país se ha reducido.

2.2 Bases teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

De acuerdo con la **Ley n° 28015, (2003)**. “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, define como micro y pequeña empresa a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Las Micro y pequeñas empresas, debido a su menuda utilidad no tiene la capacidad de contratar a gente capacitada, y por eso no tiene el material humano para surgir, en consecuencia quedan truncados en el mismo nivel, por eso que las Pymes aparecen y desaparecen con suma facilidad, ya que no se necesita mucho capital, recursos humanos ni tecnología.

Características de la nueva ley MYPE N° 30056

Por otra parte se creó una nueva ley, para fortalecer la estructura organizacional de las micro y pequeñas empresas, de acuerdo con la **Ley n° 30056, (2013)**, en su artículo n° 5 nos menciona que las micro, medianas y pequeñas empresas deben ubicarse en algunas 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. (**Artículo, n°5**)

Esta nueva ley ha eliminado el número máximo de trabajadores para categorizar a las empresas. Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías ya mencionadas.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

En la actualidad las MYPES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresa, de acuerdo con los datos del **Ministerio de Trabajo, (2013)**, nos dice que las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 %

del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, 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.

Podemos decir también que las pequeñas empresas desempeñan un papel importante en el proceso del cambio tecnológico, son fuente de considerable actividad innovadora. Además sirven como agentes de cambio en una economía globalizada, es decir al generar mucha turbulencia, crea una dimensión de competencia adicional, que no pueden captar las tradicionales y estáticas estructuras del mercado.

Capacitación

De acuerdo con **Guerrero, (2014)**, nos explica que la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del trabajador. Podemos destacar dos puntos importantes del concepto de capacitación.

- Las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan desarrollarse mejor y progresivamente, en el cumplimiento de sus labores.

- No existe mejor medio que la capacitación para alcanzar altos niveles de motivación, productividad, integración, compromiso y solidaridad en el personal de una organización.

La mayoría de las Micro y pequeñas empresas desconocen el termino capacitación, pero deben saber que es un pilar fundamental para su crecimiento, teniendo en cuenta que el tesoro más preciado es el Capital Humano, entonces para que una Micro y pequeñas empresas mejoren su rendimiento, productividad tendrá que reconocer que la capacitación definitivamente es algo que se debe aplicar obligatoriamente.

Por su parte **Obregón, (2008)**, define a la capacitación como el “conjunto de acciones de preparación, continuas y planificadas, concebido como una inversión, que desarrollan las organizaciones dirigidas a mejorar las competencias y calificaciones de los trabajadores”, para cumplir con calidad las funciones del cargo, asegurar su desempeño exitoso y alcanzar los máximos resultados productivos o de servicios. **(p.4)**

La capacitación como una inversión

Las inversiones empresariales siempre son analizadas desde la perspectiva del retorno, en términos de volumen y plazo, de acuerdo con **(Correas, S.f)**, nos dice que “la capacitación permite generar respuestas de corto plazo pero su principal valor es la de crear condiciones de respuesta sostenibles en el tiempo, diversas en el mercado y eficientes en cada ejercicio económico”. **(párr. 3)**

Las Micro y pequeñas empresas en su mayoría consideran a la capacitación como una inversión pero desconocen cómo aplicarlo, se puede decir que las inversiones en capacitación y en desarrollo profesional traen ganancias para todos y se convierten en herramientas para que un negocio mejore continuamente y para que todos se sientan valorados y comprometidos con su labor.

Importancia de la capacitación en los vendedores de la empresa

La capacitación en ventas se lleva a cabo con el propósito de brindar al equipo comercial herramientas para un desempeño más eficaz, motivando al mismo tiempo a los vendedores, por ello **Wald, (2008)**, nos explica porque es importante capacitar al vendedor:

- Porque aumentan el volumen de ventas y los beneficios del negocio.
- Porque tienen más en cuenta los intereses de la empresa.
- Porque defienden mejor la estrategia comercial y la reputación de la empresa.
- Porque aumenta la motivación, la moral y la integración de los vendedores.
- Porque en vez de resignarse ante las dificultades, reaccionan buscando las soluciones.
- Porque mejoran su conocimiento de la clientela y aprovechan mejor su conocimiento de los productos. Porque hacen más eficiente su organización personal.
- Porque mejoran su profesionalidad en todos los aspectos del proceso de ventas.
- Porque logran el éxito sin dejar de ser quiénes son, descubriendo sus puntos débiles y afianzando sus puntos fuertes. **(p.2)**

Algunos inconvenientes de la capacitación en ventas:

Aunque la capacitación de ventas es una función muy importante hay numerosos problemas cuando se trata de llevar a la práctica programas de capacitación de esta clase, de acuerdo con **Torres, (2010)**, nos menciona algunas de las causas más comunes para no realizar la capacitación son:

- Los altos ejecutivos no están completamente comprometidos con la capacitación de la fuerza de ventas.

- Los programas de capacitación de ventas no están adecuadamente financiados.
- Los vendedores se resisten a la intromisión de la capacitación en su tiempo, puesto que consideran que podrían estar realizando actividades más productivas como sus actividades diarias.
- Los vendedores tienen un grado de resistencia frente a los cambios que proponen los programas de capacitación porque muchas veces consideran que están realizando su trabajo de la mejor manera y que no necesitan cambiar su método de trabajo. (p. 66)

Tipos de Capacitación

De acuerdo con **Galván, (2013)**, nos dice que de acuerdo a las necesidades y situación actual en la que se encuentre la empresa, los tipos de capacitación que se pueden implantar en la organización son:

a) Por su formalidad

- Capacitación Informal. Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos.
- Capacitación Formal. Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

b) Por su naturaleza

- Capacitación de Orientación: Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo en caso de los colaboradores ingresantes.
- Capacitación Vestibular: Es un sistema simulado, en el trabajo

mismo.

- Capacitación en el Trabajo: práctica en el trabajo
- Entrenamiento de Aprendices: período formal de aprendizaje de un oficio.
- Entrenamiento Técnico: Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo
- Capacitación de Supervisores: aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño de funciones gerenciales
- Otros Tipos: cualquier situación poco usual no incluida anteriormente

c) Por su nivel ocupacional

- Capacitación de Operarios
- Capacitación de Obreros Calificados
- Capacitación de Supervisores
- Capacitación de Jefes de Línea
- Capacitación de Gerente.

Las micro y pequeñas empresas no realizan programas de capacitación para transmitir la información relacionada a las actividades de cada organización. Si se aplicaran estos programas los colaboradores tienen la oportunidad aprender cosas nuevas, actualizar sus conocimientos, relacionarse con otras personas, entonces el Micro empresario tendrá que aplicar los tipos de capacitación que esté acorde a lo que se requiere para que de esta manera se obtengan resultados positivos.

Técnicas de capacitación

Luego de conocer los tipos de capacitación, para la correcta aplicación en cada uno de ellos, es importantes conocer el perfil de cada uno de los trabajadores o

grupos, según **Carlos, (2011)**, las técnicas de capacitación que se pueden utilizar son:

- **Capacitación en el puesto:** En este método la persona aprende una tarea o una destreza mediante su desempeño real. Consiste en asignar a nuevos empleados a los trabajadores o a los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real. Existe varios tipos de capacitación en el puesto los más conocidos son:
- **Conferencias:** Las conferencias o exposiciones constituyen métodos prácticos y fáciles de ejecutar, es una manera rápida y sencilla de proporcionar conocimientos a grupos grandes de personas, se puede acompañar de materiales impresos para facilitar el aprendizaje asimismo se pueden usar proyectores para presentar imágenes, gráficos, fotografías, grabaciones de videos o películas para facilitar el aprendizaje.
- **Juego de roles:** Se utiliza esta técnica en la capacitación para enseñar técnicas de venta, de entrevista, para dirigirse a grupos, resolver conflictos y lograr negociaciones o desempeñar cargos de más responsabilidad como jefes o supervisores. Consiste en hacer que los profesionales desarrollen roles de acuerdo al cargo o tareas que desempeñaran.
- **Técnicas audiovisuales:** La presentación de información a los empleados mediante técnicas audiovisuales como películas, circuito cerrado de televisión, cintas de audio o de video puede resultar eficaz, en la actualidad estas técnicas se utilizan con mucha frecuencia. Los audiovisuales son más costosos que las conferencias convencionales.
- **Aprendizaje programado:** Es un método sistemático para enseñar habilidades para el puesto, consiste en presentar un conjunto de preguntas o hechos para que el alumno responda luego revisa y compara con las respuestas y retoma a aquellas en las que se ha equivocado, hasta responder correctamente todas.

- **Simulaciones:** Es una técnica en la que los empleados aprenden en el equipo real o en equipos de simulación la ejecución de sus tareas por ejemplo simulación de manejo de máquinas, vehículos, aviones, etc que utilizaran en su puesto pero en realidad son instrumentos fuera del mismo. Esta capacitación busca obtener las ventajas de una simulación y corregir los errores sin colocar realmente en el puesto a la persona en capacitación ni arriesgar el deterioro o accidentes con las maquinas. Esta técnica es casi una necesidad en los puestos donde resulta demasiado costoso o peligros capacitar a los empleados directamente en el puesto.

Las Micro y pequeñas empresas no aplican las técnicas de capacitación, porque lo consideran muy costoso, deberían saber que es puede ayudar a que los trabajadores, satisfagan sus propias necesidades y logren un bienestar, una motivación, es por ello que mediante nuevos métodos aumentaran sus competencias, es importante resaltar que el Micro empresario tiene que conocer bien a sus trabajadores para que pueda aplicar la técnica que logre integrar a todas las personas, para desempeñarse con éxito en su puesto, permitiendo a su vez a las organizaciones alcanzar sus metas.

Etapas del proceso de capacitación y desarrollo

Por otra parte, para capacitar hay que conocer las necesidades de capacitación, para luego diseñar un programa de acuerdo a las debilidades del personal, de acuerdo con **Bailón, (2014)**, nos dice que para alcanzar buenos resultados en la capacitación es necesario conocer sus procesos:

- Necesidad: el primer paso a este proceso es reconocer la necesidad de la empresa o de cada departamento, analizar a cada uno de los individuos.

- Diseño de la instrucción: aquí se reúnen los recursos o métodos necesarios para llevar a cabo la capacitación y se cumpla con el objetivo del aprendizaje durante la capacitación.
- Validación: este punto como su nombre lo dice, valida la capacitación mediante los participantes con la finalidad de garantizar la validez del programa.
- Aplicación: esta etapa el trabajador muestra sus habilidades e impulsa con éxito la capacitación.

Los microempresarios desconocen los procesos de capacitación mencionado, pero si están motivados a capacitar su personal, considero que es necesario que los dueños identifiquen las debilidades de sus trabajadores, entonces de esa manera podrán observar y analizar en qué temas se les podría capacitar.

Indicadores para medir la capacitación

De acuerdo con **Zenteno, (s.f)**, nos dice que para tomar decisiones y realizar maniobras que permitan fomentar, modificar y controlar el curso y la dirección de un departamento o unidad de capacitación, es necesario aplicar los siguientes indicadores:

- Inversión y horas en capacitación por proceso (inducción, formación y perfeccionamiento)
- Inversión y horas de capacitación por persona; por área o grupo ocupacional, por tipo de competencia (básica, técnica, de supervisión o genérica), por modalidad de capacitación, por fuente de financiamiento.
- % de trabajadores que reciben capacitación
- % de necesidades de capacitación atendidas;
- % de Ahorros por instrucción interna (expertos colaboradores o "transmisión del conocimiento en cascada"); inversión en equipamiento e infraestructura para la capacitación.

Resultados de la capacitación

De acuerdo con **Méndez, (2015)**, nos dice que los pasos para medir la capacitación son los siguientes:

- **Reacción.** El primer paso es comenzar a evaluar cada uno de los criterios y herramientas que se implementaron en el taller; métodos utilizados, claridad de las explicaciones del tutor, contexto y conocer si logro comprender el porqué de su capacitación.
- **Aprendizaje.** En este punto el departamento de recursos humanos debe conocer que asimilo su personal en la capacitación y la forma en que se impartió y que pudo afectar el aprendizaje: contenido, estructura, actividades del taller, al igual que las herramientas que el coach utilizo.
- **Comportamiento** ¿Ha usado lo aprendido. Estamos a mitad del camino. Aquí se debe comprobar si los participantes están aplicando en su puesto laboral lo que aprendieron durante su capacitación. El gerente puede preguntar cuáles son las herramientas que más usa y por qué hay elementos del curso que aún no está usando dentro de su plan de trabajo.
- **Resultados.** Aquí se pretende medir si los objetivos planteados antes de la formación se están empleando de forma efectiva y eficiente en la organización. Mediante un análisis de evolución con indicadores del desempeño del personal antes y después de ir a la capacitación.

Es muy importante que los microempresarios midan los resultados de la capacitación, de esta manera podrán identificar en que aspectos fallaron, para posteriormente, mejorar las técnicas que implantaron en la capacitación a su personal.

Evaluación del impacto y la eficacia de la capacitación

Del mismo modo se debe realizar una evaluación del programa de capacitación, para detectar el grado de eficiencia de dicha herramienta, de acuerdo con

Obregón, (2008), nos dice que la relación con la evaluación del impacto y la eficacia de la capacitación la organización se orienta en cuatro direcciones fundamentales, que son las siguientes:

- Evaluación de la reacción: se realiza al término de cada acción de capacitación y tiene como objetivo evaluar si la acción fue bien recibida, el criterio que tienen los participantes sobre las actividades del programa, los métodos empleados, la participación, los recursos, la comprensión, la aplicabilidad, entre otras variables que crea oportuna evaluar.
- Evaluación del aprendizaje: se realiza para saber el nivel de aprendizaje logrado por los participantes a partir de comparar en qué medida se han cumplido con los objetivos del aprendizaje propuesto, se efectúa a los participantes en períodos intermedios y al culminar la acción.
- Evaluación de la transferencia: se realiza para evaluar cómo los participantes en las acciones de capacitación ponen en práctica y aplican lo aprendido. Para esto es necesario dejar transcurrir un período de tiempo luego de concluida la acción de capacitación.
- Evaluación del impacto: se realiza para evaluar los beneficios reales que aporta a la empresa acciones de capacitación impartidas. **(p.22)**

Existe en las empresas una tendencia a medir el impacto de los procesos clave, de modo que ello permita a la alta jerarquía saber cómo se están haciendo las cosas y proponer soluciones en caso que algo no marche bien, por ello justamente, el proceso de capacitación del personal, es el que más debe medirse para saber cuáles fueron los alcances logrados.

Beneficios de la capacitación en la organización

Sin lugar a duda aplicar un programa de capacitación, trae beneficios a corto, mediano y largo plazo, ante ellos **Riquelme, (2017)**, nos dice que la capacitación

a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones que hace la empresa que es fuente de ventajas competitivas a corto largo plazo y una de las principales fuentes de bienestar para el personal.

- Facilita el ajuste al entorno de trabajo, mientras tanto siente más confianza en el área.
- Aumentar la productividad y la adecuación en la ejecución del trabajo a causa de la expansión de habilidades y utilidades.
- Aumentar la eficiencia y mejorar la calidad del trabajo.
- Genera una mentalidad estimulante en el entorno de trabajo, los especialistas encuentran positivamente que la organización destina recursos a ayudar a sus expertos y a la autoconciencia, esto los alienta a sentirse relacionados con la organización y tener la capacidad de formar un equipo para el crecimiento empresarial.
- Se expande la naturaleza del activo humano, en esta línea la del trabajo en sí, lo que hace que la organización sea más beneficiosa y agresiva, lo que se refleja en la productividad y los beneficios de la misma.
- Fomenta la legitimidad y la confianza, mejora la relación subordinada del supervisor.
- Contribuye a la disposición de los pioneros, eleva el avance y el avance a diferentes lugares de mayor relevancia, mientras tanto fomenta el liderazgo básico y el pensamiento crítico.
- Promueve el cambio de los marcos de trabajo y la metodología.
- Reduce la rotación, la probabilidad de errores de trabajo y gastos de trabajo.
- Aumenta el nivel de cumplimiento con la actividad, al tiempo que permite el logro de objetivos individuales o individuales.
- Ayuda en la orientación de nuevos trabajadores.

Las mayoría de las Micro y pequeñas empresa reconocen los beneficios de la capacitación ya que no lo han aplicado, es necesario conocer los beneficios de la capacitación para que las empresas tomen conciencia que no se trata de un gasto innecesario, sino de una inversión mucho más productiva, teniendo resultados positivo y con mayor beneficios en lo económico, calidad, en la organización y en lo propio con el trabajador.

2.3 Marco teórico y conceptual

Historia de las Panaderías

Las panaderías en el distrito de Santa se originaron hace más de 17 años, estos negocios fueron inspiración de muchos emprendedores, puesto que desde tiempos antiguos la elaboración del pan ha tenido una gran captación en el consumo diario de la población, por ello actualmente existen muchas panaderías, se puede decir que sus fundadores se han preocupado por mejorar la calidad de vida la población, puesto que estos panes se elaboran artesanalmente y con muy poco químico, es por ello que han logrado mantenerse en el sector, por el hecho de que se puede demostrar que sus productos son de calidad. Hoy en día estos microempresarios, han diversificado su productos y se han extendido en sus putos de ventas, ya que son conscientes de que hay que saber adaptarse antes o cambios, por ello han sido más creativos en la elaboración de los panes, del mismo modo el servicio que brindan es de calidad, por ultimo considero que este negocios van a perdurar por largos años, ya que es una tradición que viene desde la antigüedad.

Panaderías en el Perú

Las panaderías en el Perú lograron sobresalir a través de la creación e innovación por parte de los dueños o gerentes, se puede decir que este negocio es parte fúndamela de la nutrición de los niños y diversas familias, además que el precio es relativamente bajo, así también sus consuno es masivo, dando lugar a un alto

porcentaje de crecimiento en los ingresos anuales de la panaderías, y de esta forma poder contribuir significativamente al PBI.

Micro y pequeñas empresas de panaderías

El negocio consiste en la producción y comercialización de panes, pasteles, tortas, postres y otros productos alimenticios, destacando la producción de panes tradicionales de la región. El negocio contará con un área de producción, almacén de materia prima e insumos, y venta de panes, pasteles y otros productos complementarios. La producción de panes y pasteles es una actividad diaria. Por ello, se debe tener en cuenta que en este negocio no hay días de descanso y se debe seguir horarios estrictos en la producción y en la comercialización, sobre todo de los panes, que forman parte de los alimentos básicos de la canasta de consumo de las familias. Por lo tanto, el equipo de producción debe ser un equipo bastante consolidado y comprometido; de lo contrario, al no encontrar el pan desde las primeras horas de la mañana, se corre el riesgo de que los clientes busquen el producto en los negocios de la competencia.

Este negocio también comprende la venta de productos complementarios, como productos lácteos (leche, quesos, yogurt, mantequilla), carnes frías (todo tipo de jamones), mermeladas, café, té, azúcar, gaseosas, jugos, huevos, entre otros. En muchos de estos productos, los márgenes de ganancia se encuentran por encima de los de la producción de pan, por lo que se recomienda no descuidar el abastecimiento oportuno de estos productos.

Clientes

Se han identificado dos segmentos de mercado:

Las familias que compran pan y productos alimenticios para el desayuno, lonche y otras ocasiones. Las bodegas, los restaurantes, las fuentes de soda y otros negocios relacionados con la venta de alimentos preparados a base de pan, que realizan pedidos especiales.

Capacitación en las micros y pequeñas empresas panaderías

En estas micro y pequeñas empresas, en su mayoría conocen del término capacitación, además son conscientes que es una inversión para su empresa, y que a través de ella pueden mejorar su rentabilidad, por otra parte aseguran que si no lo han puesto en práctica la capacitación es por el desconocimiento de la elaboración de un programa de capacitación, cabe destacar que si en caso no cuentan con los recursos necesarios para la capacitación, consideren acudir a alguna entidad pública, mediante un previo proyecto, para que ellos puedan apoyar la asistencia técnica, ya que no solo se podrán beneficiarse pequeñas empresas, sino también la sociedad en general.

Capacitación

Es la transferencia de conocimientos de una persona a otra, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal, del mismo modo busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa, en un proceso estructurado con metas bien definidas.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se plantea una hipótesis dado que es una investigación descriptiva ya que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo.

Fue no experimental, porque se utilizó sin manipular deliberadamente la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Fue transversal, porque el estudio “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014, se realizó en un espacio de tiempo definido en el año 2014.

Fue descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.

4.2 Población y muestra

a) Población

La población del estudio estuvo conformada por 7 micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014. Es decir la información se obtuvo mediante el conteo de cada una de las empresas en estudio. (Ver anexo n°3)

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por la totalidad de la población, es decir por 7 micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014. (Ver anexo n°3)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las MYPES	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa.	1. Edad	<ul style="list-style-type: none"> • De 20 a 30 años • De 31 a 45 años • De 46 años a más 	Razón
		2. Genero	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Nominal
		3. Nivel de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Sin instrucción • Nivel Secundaria • Nivel Técnicos • Nivel Superior 	Ordinal
		4. Profesión	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. Administración • Contador Publico • Ingeniero • Sin profesión • Otros 	Nominal
		5. Cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Titular-Gerente • Gerente • Representante 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de las MYPE	MYPE es una unidad económica constituida por una persona	6. Cuantos años tiene la MYPE	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de 1 • 1 a 2 años • 2 a 4 años • 4 años a más 	Razón

<p>natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.</p>	<p>7. N° trabajadores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 a 2 trabajadores • 2 a 4 trabajadores • 5 a más trabajadores 	<p>Razón</p>
	<p>8. Finalidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maximizar ganancias • Brindar empleo a la familia • Autoempleo 	<p>Nominal</p>

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
	<p>Es la transferencia de conocimientos de una persona a otra, que busca mejorar la</p>	<p>9. Se capacita (empresario)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	<p>Nominal</p>
		<p>10. Se capacita (personal)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	<p>Nominal</p>

Capacitación	actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa, en un proceso estructurado con metas bien definidas.	11. Cuantos cursos de capacitación recibió este año(personal)	<ul style="list-style-type: none"> • Ningún curso • 1 curso • 2 cursos • 3 cursos • 4 a más. 	Razón
		12. Temas de capacitación recibidas	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • liderazgo • Dirección • Otros • Ningún curso 	Nominal
		13. La capacitación es relevante	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		14. Para usted la capacitación es:	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión • Gasto 	Nominal
		15. La capacitación mejora su rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • No opina 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos

En el presente trabajo de investigación se aplicó la técnica de la encuesta para obtener los datos necesarios en la brevedad posible, facilitando rapidez de información; y como instrumento para la obtención de datos se optó por el cuestionario de 15 preguntas claras y precisas, donde se direccionaron de la

siguiente manera: 05 preguntas a los representantes, 03 preguntas respecto a las micro y pequeñas empresas y 07 preguntas respecto a la variable en estudio la cual es la Capacitación

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de la capacitación y se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: *Microsoft Word*: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. *Acrobat Reader XI*: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. *Microsoft Excel*: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las micro y	Objetivo general Describir las principales características de la capacitación en las micro	<i>Capacitation</i>	Población: La población en estudio estuvo conformada por 7 micro y	Diseño El diseño de la investigación fue no experimental – transversal- descriptivo Fue no	Técnica La técnica utilizada es la encuesta. Instrumentos En el estudio se utilizó el instrumento del

<p>pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014?</p>	<p>y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>.Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de</p>		<p>pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra estuvo conformada por la totalidad de la población, es decir por 7 micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración</p>	<p>experimental, porque se utilizó sin manipular deliberadamente la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p>Fue transversal, porque el estudio “Caracterizaci</p>	<p>cuestionario</p> <p>Plan de análisis de los datos</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel y para el procesamiento de los datos el Software SPSS versión 18 (Programa de estadística para ciencias sociales).</p>
--	---	--	---	---	--

	<p>Santa, año 2014.</p> <p>Determinar las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.</p> <p>Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro</p>		<p>de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.</p>	<p>ón de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.</p> <p>Fue descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías,</p>	
--	--	--	---	---	--

	elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.			ciudad de Santa, año 2014.	
--	--	--	--	----------------------------	--

4.7 Principios éticos:

- **Confiabilidad:** La investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fiabilidad porque se buscó y ubicaron datos reales para posteriormente tomarlas como fuentes 100% confiables. Así mismo se respetó el derecho de autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.
- **Respeto a la dignidad humana:** Se respetó la dignidad humana de todos los involucrados directos e indirectos en el desarrollo del trabajo de investigación, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social. Todo aporte requerido y ubicado es valioso e inviolable.
- **Confidencialidad:** Se respetó el derecho de confidencialidad de los encuestados, asegurándoles que no habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente a los representantes de las MYPES encuestadas.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 01. Características del representante de las micros y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.

Representantes	Numero de MYPES	Porcentaje %
Edad		
20 – 30	2	29,0
31 – 45	4	57,0
46 años a más.	1	14,0
Total	7	100,0
Genero		
Femenino	2	29,0
Masculino	5	71,0
Total	7	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Secundaria	6	86,0
Técnica	0	0,0
Universitaria	1	14,0
Total	7	100,0
Profesión del representante		
Lic. Administración	1	14,0
Contador publico	0	0,0
Ingeniero civil	0	0,0
Otros	0	0,0
Ninguna	6	86,0
Total	7	100,0
Cargo		
Propietario-Titular	7	100,0
Gerente	0	0,0
Representante	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.

Tabla 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.

De la Empresa:	Número de MYPES	Porcentaje %
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
Menos de 1 año	0	0,0
1 – 2	0	0,0
2 – 4	2	29,0
4 años a mas	5	71,0
Total	7	100,0
Numero de colaboradores		
1 a 2	0	0,0
2 a 4	5	71,0
5 a mas	2	29,0
Total	7	100,0
Su empresa se creó para :		
Maximizar ganancias	7	100,0
Brindar empleo a la familia	0	0,0
Autoempleo	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	7	100,0

***Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.*

Tabla 03: Características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.

Capacitación	Número de MYPES	Porcentaje %
Recibe capacitación empresarial		
Si	3	43,0
No	4	57,0
Total	7	100,0
Recibieron capacitación este año		
Si	3	43,0
No	4	57,0
Total	7	100,0
Cantidad (cursos recibidos este año)		
Ningún curso	4	57,0
1	3	43,0
2	0	0,0
3 a más	0	0,0
Total	7	100,0
Temas de capacitación recibidas		
Marketing	3	43,0
Liderazgo	0	0,0
Dirección	0	0,0
Otros	0	0,0
Ningún curso.	4	57,0
Total	7	100,0
La capacitación es relevante		
Si	7	100,0
No	0	0,0
Total	7	100,0
Para usted la capacitación es una		
Inversión	7	100,0
Gasto	0	0,0
Total	7	100,0
Capacitación mejora la rentabilidad		
Si	3	43,0
No	0	0,0
No opina	4	57,0
Total	7	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos de panaderías, ciudad de Santa, año 2014.

5.2 Análisis de Resultados:

Tabla N° 01. Características generales de los representantes legales de la micro y pequeña empresa.

- El 57% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 31-45 años, esto coincide con los resultados encontrados por **Peralta, (2014)**, el cual muestra que, el 45% tiene entre 30 a 45 años de edad, del mismo modo parcialmente coincide con **Huertas, (2013)**, el cual muestra que, el 60 % tienen edad entre 36 a 45 años. Pero contrasta con los resultados encontrados **Castillo, (2014)**, quien determina que el 70% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen de 25 a 50 años de edad, asimismo contrasta con los resultados encontrados por **Osorio, (2014)**, quien indica que el 43% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen entre 25 a 35 años de edad, del mismo modo contrasta con los resultados encontrados por **Berropi, (2013)**, el cual menciona que, el 92% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen entre 26 a 60 años de edad. Esto quiere decir que son personas mayores de edad, la cual muestran mucha responsabilidad en la dirección de las empresas, para el beneficios de todos los trabajadores.
- El 71% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, esto coincide con los resultados encontrados por **Berropi, (2013)**, quien define que, el 69% son de género masculino, así también coincide con los resultados encontrados por **Osorio, (2014)**, quien muestra que el 57% son de género masculino, así mismo coincide con los resultados encontrados por **Peralta, (2014)**, de este modo indica que el 64% son de género masculino, a su vez coincide con los resultados encontrados por **Castillo, (2014)**, quien determina que el 100% son de género masculino. Por otra parte esto contrasta con **Huertas, (2013)**, el cual muestra que, el 60 % son de sexo femenino. Esto quiere decir que

están siendo dirigidas por varones, ya que ellos cuentan con experiencia en el negocio de panadería, puesto que sus padres mejoraron su calidad de vida gracias a este tipo de negocios.

- El 86% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios secundarios, esto parcialmente coincide con los resultados encontrados por **Berropi, (2013)**, quien muestra que, el 54% tienen grado de instrucción secundaria. Por otra parte esto contrasta con los resultados encontrados por **Osorio, (2014)**, quien determina que el 48% tienen estudios universitarios, de este modo contrasta con los resultados encontrados por **Peralta, (2014)**, quien define que el 48% tienen estudios universitarios, así mismo con **Castillo, (2014)**, el cual indica que el 60% tienen grado de instrucción técnica. Esto quiere decir que están siendo dirigidas por personas con bajos conocimientos en educación, pero esto no les han impedido sobresalir en el rubro, porque ponen todos su esfuerzo en mejorar sus productos.
- El 86% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no tienen ninguna profesión, esto contrasta con los resultados encontrados por **Salinas, (2013)**, que muestra que el 80% tienen como ocupación ser comerciantes. Esto define que actualmente la mayoría de las MYPES del sector industrial - rubro elaboración de productos de panadería, distrito de Santa, año 2014. Esto quiere decir que estas personas no han logrado obtener una profesión, puesto que no le han tomado la debida importancia, a seguir estudiado y obtener mejores conocimientos para mejorar el desarrollo de sus panaderías.
- El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son propietarios titulares, esto coincide con **Huertas, (2013)**, el cual muestra que, el 80 % de los encuestados son dueños respecto a las Micro y

pequeñas empresas, de mismo modo esto parcialmente coincide con los resultados encontrados por **Osorio, (2014)**, quien determina que, el 57% son propietario. Esto quiere decir que son los dueños de las panaderías, porque son ellos quien en las crearon, y de esta amena generaron empleo a su parientes para que también sean sus familiares quien dirijan n futuro las empresas de los fundadores.

Tabla N° 02: Características de las micro y pequeñas empresas

- El 71% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 4 años en el rubro, esto coincide con los resultados encontrados por **Peralta, (2014)**, quien muestra que, el 36% tiene más de tres años, así mismo coincide con los resultados encontrados por **Osorio, (2014)**, quien indica que, el 43% tiene menos de 5 años de actividad en el rubro. Por otra parte esto contrasta con **Castillo, (2014)**, quien menciona que el 50% tienen más de 10 años en el rubro, así mismo contrasta con los resultados encontrados por **Berropi, (2013)**, quien manifiesta que, el 54% tienen entre 5 a 7 años en el rubro. Esto quiere decir que las empresas tienen más de 4 años trabajando y con ello han adquirido una mejor participación en las ventas de la industria, ya que son reconocidos por las personas, por los productos de calidad que se ofrecen.
- El 71% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 2 a 4 colaboradores, esto coincide con los resultados encontrados por **Mendoza, (2011)**, el cual muestra que, el 71% cuenta con 1 a 5 trabajadores. Por otra parte esto contrasta con los resultados encontrados por **Ludeña, (2013)**, quien define que, el 77% solo cuenta con 1 trabajador, así mismo contrasta con **Salinas, (2013)**, el cual muestra que el 100% tienen menos de 10 años en el rubro, así también contrasta con los resultados encontrados por **Osorio, (2014)**, quien determina que, el 90%

de trabajadores si se ha capacitado. Esto quiere decir que las empresas aún son muy pequeñas como para contratar a más trabajadores, del mismo modo en caso la empresas pase por fechas o días en donde el comercio del pan es mucho mayor, entonces se contratan personas eventuales, para la comercialización de los productos de panadería.

- El 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para maximizar ganancias, esto coincide con los resultados encontrados por **Berropi, (2013)**, el cual muestra que, el 100% se creó para generar ganancias, así mismo coincide con los resultados encontrados por **Castillo, (2014)**, quien manifiesta que el 100% fueron creadas para obtener ganancias. Por otra parte esto contrasta con los resultados encontrados por **Peralta, (2014)**, quien indica que, el 52% se orientan a Generar Ingresos a la Familia, así también contrasta con los resultados encontrados por **Osorio, (2014)**, quien determina que, el 100% creó su micro y pequeñas empresas con la finalidad de generar empleo a la familia. Esto quiere decir que la principal finalidad es generar empleo a sus familiares, ya que consideran que no hay suficiente fuentes de empleos en el sector.

Tabla 03: Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas.

- El 57% de empresarios no recibe capacitación, esto coincide con **Berropi, (2013)**, el cual muestra que, el 85% no ha recibido capacitación. Por otra parte esto contrasta con **Peralta, (2014)**, el cual determina que, el 40% se capacita 2 veces al año. Esto manifiesta que actualmente la mayoría relativa de las MYPES del sector industrial - rubro elaboración de productos de panadería, distrito de Santa, año 2014. Los empresarios no se han capacitado, esto a causa de que no han asistido a algún taller que brinda la Municipalidad, por lo cual no se han especializado en algún tema empresarial.

- El 57% del personal no recibe capacitación, esto coincide con **Zapata, (2014)**, el cual muestra que el 57.5% del personal no ha recibido capacitación. Por otra parte esto contrasta con los resultados encontrados por **Peralta, (2014)**, quien manifiesta que, el 90% de trabajadores si están capacitados, así mismo contrasta con los resultados encontrados por **Castillo, (2014)**, el cual define que el 100% del personal recibieron capacitación. Esto quiere decir que el personal no se ha capacitado, ya que el micro empresarios no se preocupan por mejorar sus habilidades y capacidades, y por ende las ventas están relativamente estancadas.
- El 57% del personal no recibió capacitación este último año. No existe comparación con los antecedentes. Esto quiere decir que el personal no se ha capacitado este último año, porque el Micro empresarios no ha planificado programas de capacitación, además no han logrado analizar en que temas o aspectos capacitar al personal.
- El 57% de personal no se capacito en ningún tema, esto contrasta que se capacito en prestación de mejor servicio al cliente, así mismo contrasta con **Castillo, (2014)**, el cual muestra que el 80% del personal se capacito en panadería y pastelería. A si mismo contrasta el 57% con los resultados encontrados por **Peralta, (2014)**, Esto quiere decir que el personal no se ha capacitado en ningún tema, puesto que los microempresarios, no identifican las necesidades de capacitación que tienen los trabares, puesto que no analizan el perfil y dela deficiencia de cada uno de ellos.
- El 100% considera que la capacitación es relevante, esto coincide con **Castillo, (2014)**, el cual muestra que el 100% considera a la capacitación importante, así también coincide con **Berropi, (2013)**, el cual muestra que, el 62% considera a la capacitación relevante. Esto quiere decir que

los Micro empresarios consideran a la capacitación importante pero desconocen cómo aplicarlo.

- El 100% considera a la capacitación como una inversión, esto coincide con **Castillo, (2014)**, el cual muestra que el 100% considera a la capacitación como una inversión, así mismo esto coincide con los resultados encontrados por **Peralta, (2014)**, el cual manifiesta que, el 88% considera a la capacitación como una inversión, así también coincide con los resultados encontrados por **Berropi, (2013)**, quien define que, el 62% considera a la capacitación como una inversión, del mismo modo parcialmente coincide con **Huertas, (2013)**, el cual muestra que el 80 % la capacitación es una inversión. Esto quiere decir que los microempresarios consideran que la capacitación es una inversión, pero no han elaborado un presupuesto para implantar algún programa o tema.
- El 100% no opina con respecto si la capacitación mejora su rentabilidad. Esto demuestra que actualmente la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro elaboración de productos de panadería, distrito de Santa, año 2014. Esto quiere decir que los microempresarios no opinan con respecto si la capacitación mejora su rentabilidad, porque no lo han aplicado.

VI. CONCLUSIONES

- La totalidad de los representantes son dueños titulares, y la mayoría tienen una edad promedio de 31 a 45 años, son de género masculino y cuentan con estudios secundarios.
- La totalidad de las micro y pequeñas empresas, y la mayoría tienen como finalidad maximizar ganancias, tienen una permanencia en el rubro de más de 4 años, y cuentan con 2 a 4 trabajadores.
- La totalidad de los empresarios no se han capacitado, ni capacita a su personal, pero consideran que la capacitación es importante, así también consideran que la capacitación es una inversión. Por otra parte la mayoría de los representantes no aplican capacitación ya que no tienen los conocimientos necesarios para realizar los programas, talleres, charlas, además desconocen los beneficios que se obtendrían mediante la capacitación.

RECOMENDACIONES

- Considero que los dueños deben tomar conciencia de los beneficios de la capacitación en el incremento de las ventas, por ello deben acudir a distintas charlas que ofrece la Municipalidad de la distrital del Santa, para que puedan crear pequeños planes de capacitación.
- Luego deben buscar la forma de adquirir información con el uso del internet, sobre temas importantes como la toma decisiones, para que el personal, cree sus propias alternativas de solución frente cualquier problema, del mismo modo se debe capacitar en temas de seguridad y limpieza, para que el personal, sea más responsables en el uso de las máquinas y en el cuidado e higiene de áreas de producción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berropi, A. (2013). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector industrial – rubro panadería, del distrito de callería - Pucallpa, período 2012-2013”. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Carlos, G. (2011). “Psicología y empresa “. Recuperado de, <http://psicologiayempresa.com/tecnicas-de-capacitacion-y-entrenamiento.html>
- Castillo, G. (2014). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las medianas y pequeñas empresas del sector comercio, rubro panaderías en el distrito de Ayabaca, 2014”. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Correa, J. (S.f). La capacitación laboral, ¿inversión o gasto?. Recuperado de, http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=984
- Cruz, J. (2015). Por falta de capacitación, dos de tres Pymes fracasan, señalan. Recuperado de, <http://www.angulo7.com.mx/2015/09/03/por-falta-de-capacitacion-dos-de-tres-pymes-fracasan-senalan/>
- Galvan, B. (2013). Tipos de capacitación. Recuperado de, <http://barbaragalvangnz.blogspot.pe/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>
- Gadea, G. (2014). Unión Europea y APEN capacitan a más de 100 PYMES (04/08/2014). Recuperado de, http://eeas.europa.eu/delegations/nicaragua/press_corner/all_news/news/2014/20140804_01_es.htm
- Guerrero, Y. (2014). Capacitación y evaluación de desempeño. Recuperado de, https://prezi.com/mavk1_atpxsa/capacitacion-y-evaluacion-de-desempeno/

- Juárez, M. (2014). Gestión de calidad y formalización. Recuperado de, <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Tarea-2/1823749.html>
- Osorio, S. (2014). “Caracterización de la capacitación y el financiamiento de las mype del sector industrial rubro panaderías del distrito de Coishco, periodo 2010-2011”. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Paulise, L. (2015). 8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme. Recuperado de, <http://destinonegocio.com/pe/economia-pe/8-factores-fracasan-90-pyme/>
- Peralta, D. (2014). “Caracterización del financiamiento capacitación y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panaderías del distrito de ventanilla, provincia del callao 2014”. (Tesis de post grado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Serna, J. (S.f). La capacitación en las Pequeñas y Medianas Empresas de México. Recuperado de, <http://www.eumend.net/cursecon/ecolat/mx/2007/shdr.htm>
- Vásquez, J. (2013): Importancia de las MYPEs en el Perú. Recuperado de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Zapata, F. (2014). En su tesis titulada: “Caracterización de la Capacitación y Rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro panadería-pastelería del mercado anexo-Piura, año 2012”. (Tesis de post grado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú.

ANEXOS

Anexo N°1

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES PROGRAMADAS	SESIONES														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Introducción del Informe de Investigación	x	x	X												
Revisión de Literatura				X	x										
Metodología						x									
Resultado de Investigación							x	x							
Análisis de Resultado de Investigación									x	x	x				
Conclusiones y Recomendaciones												x	x		
Referencias Bibliográficas														x	
Anexos															x

Anexo N°2

Presupuesto

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Bienes de consumo			
Lapiceros	1	S/. 0.80	S/. 0.80
Empastado del informe	2	S/. 26.00	S/. 56.00
Hojas	22	S/. 0.10	S/. 2.20
Lápiz	3	S/. 0.60	S/. 1.80
Folder manila	5	S/. 0.80	S/. 4.00
Cuaderno chico	2	S/. 6.00	S/. 12.00
USB 2 Gb	1	S/. 22.00	S/. 22.00
Servicios			
Impresiones	17	S/. 0.20	S/. 3.40
Taller de tesis		S/. 1,800.00	S/. 1,800.00
Copias	17	S/. 0.10	S/. 1.70
Horas de Internet	45Hrs.	S/. 1.00	S/. 45.00
Movilidad	300 Hrs.	S/. 1.30	S/. 390.00
Total			S/. 2,338.90

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

Anexo N°3

Cuadro de sondeo:

N.	RAZON SOCIAL NOMBRE DE LA MYPE	DIRECCION	REPRESENTANTES
1	Panadería: ROSITA	Leoncio Prado N:25 san Carlos	Taydaypan Carranza Palermo
2	Panadería: VICTOR	Elías Aguirre MZ:7A Lote 34	Soto Mayor Manuela Esperanza
3	Panadería y pastelería: EL MILAGRO	JR: Rio Santa N: 400	Alvarado Lostaunau Carmen Del Pilar
4	Panadería y pastelería EL PAN DORADO	JR: Guayaga N: 346	Aguado Galindo Carlos
5	Panadería Y Pastelería MEGA PAN	JR: Rio Santa MZ:A Lote 18	Castro Delgado Juan
6	Panadería Y pastelería CELESTE	JR: Huasca MZ:G Lote:7	Méndez Vásquez Ángel
7	Panadería y pastelería APURIMAC	Apurímac N:347	Landauro Mostacero Tomas

Anexo N°4

Encuesta validada y aprobada



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Encueta dirigida a los y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro elaboración de productos de panaderías distrito de Santa, año 2014.

El siguiente trabajo tiene como finalidad recabar información de las Mypes del sector industrial - rubro elaboración de productos de panaderías distrito de Santa, año 2014.

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍAS, CIUDAD DE SANTA, AÑO 2014.”

La información que usted proporcionara será utilizada solo con fines académicos e investigación, por lo que se agradece su información colaboración.

DATOS GENERALES

A) De representantes

1. Edad:

- a) 29– 30 años ()
- b) 31 – 45 años
- c) 46 años a mas ()

2. Genero

- a) Masculino ()
- b) femenino ()

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Estudios técnicos
- e) Estudios universitarios

4. Profesión

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

5. Cargo

- a) Propietario – titular
- b) Gerente
- c) Representante

B) DE LAS MYPES

6. Años de actividad en el rubro

- a) Menos de 1 año
- b) 1 – 2 años

c) 2 -4 años

d) 4 años a más

7. Número de colaboradores

a) 1 – 2

b) 3 – 4

c) 5 a más

8. Objetivo

a) Maximizar ganancias

b) Generar empleo

c) Autoempleo

C) Respecto a la Capacitación

9. Recibe capacitación empresarial

a) Si

b) No

10. Recibieron capacitación este año (personal)

a) Si

b) No

11. Cuantos Cursos de capacitación recibió usted durante este último Año.

a) 1

b) 2

c) 3 a más

d) Ningún curso

12. Tema de capacitación ha recibido usted

- a) Marketing
- b) Liderazgo
- c) Dirección empresarial
- d) Otros
- e) Ninguno

13. La capacitación es relevante

- a) si
- b) no

14. ¿Cómo considera a la capacitación?

- a) Inversión
- b) gasto

15. La capacitación mejora su rentabilidad

- a) Si
- b) No

Anexo N° 05

a) Referente al representante de la micro y pequeñas empresa:

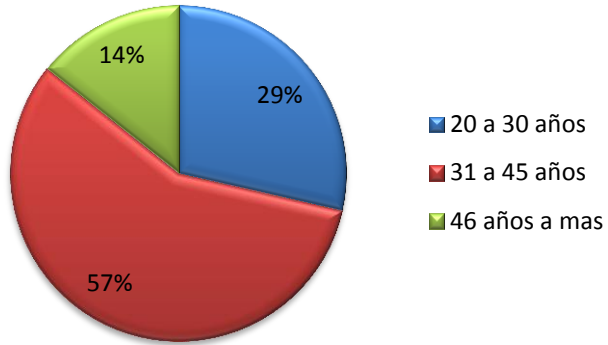


Figura 1 Titulo Edad del representante
Fuente: Tabla 1

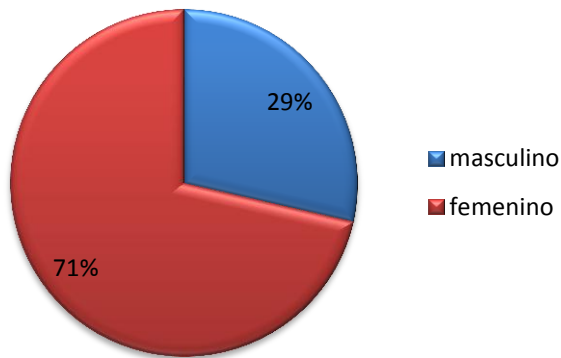


Figura 2 Titulo: Genero del representante
Fuente: Tabla 1

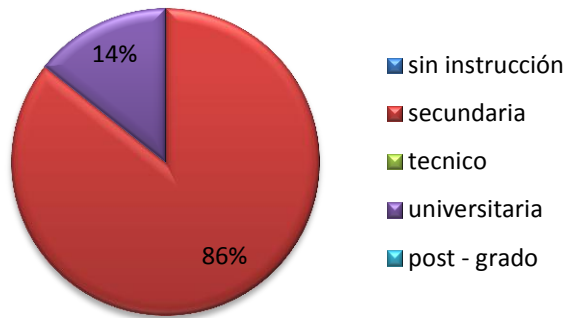


Figura 3 Titulo: Grado de instrucción
Fuente: Tabla 1

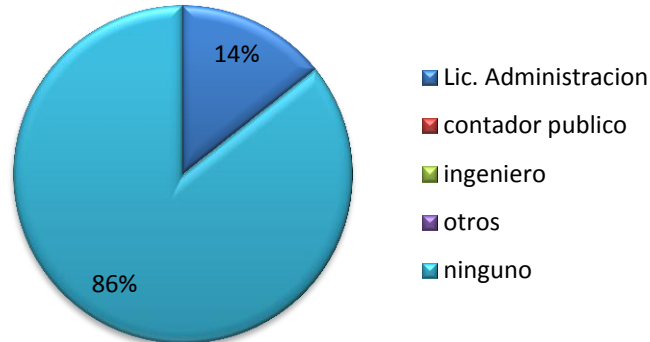


Figura 4 Titulo: Profesión
Fuente: Tabla 1

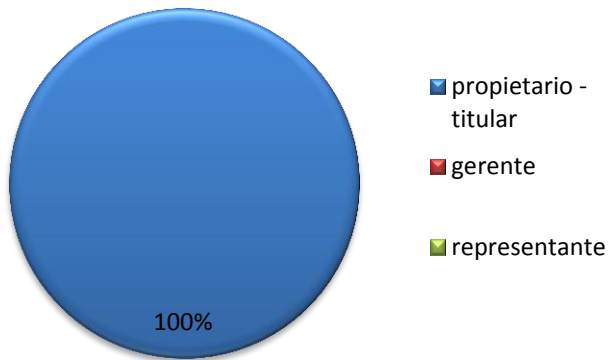


Figura 5 Titulo: Cargo que desempeña
Fuente: Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

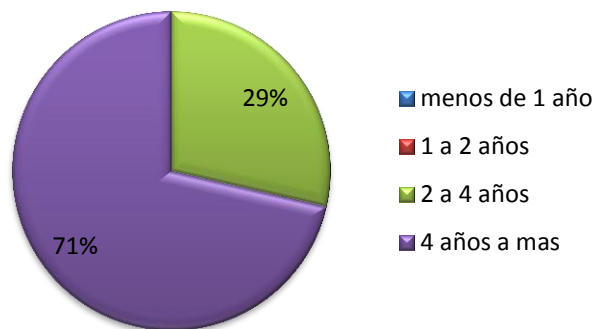


Figura 6 Titulo: Años en el mercado
Fuente: Tabla 2

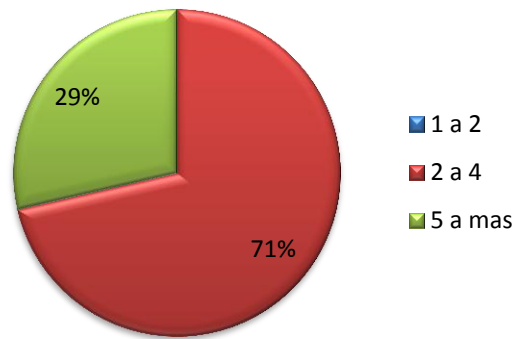


Figura 7 Titulo: Número de colaboradores
Fuente: Tabla 2

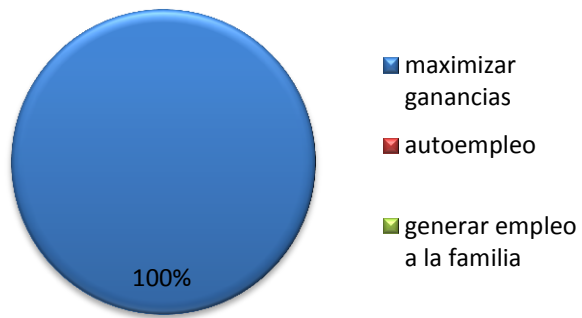


Figura 8 Titulo: Objetivo principal
Fuente: Tabla 2

c) Referente a la capacitación en las micros y pequeñas empresas:

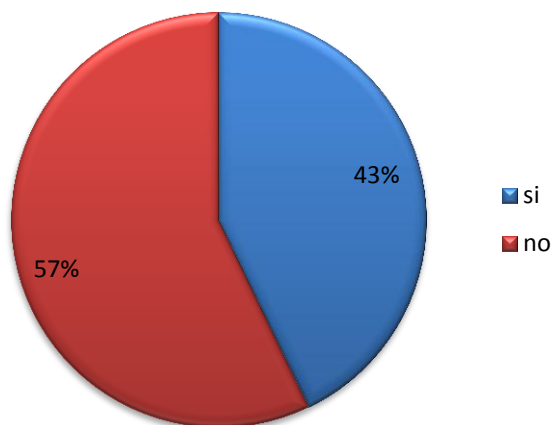


Figura 9 Titulo: Recibe capacitación (empresario)

Fuente: Tabla 3

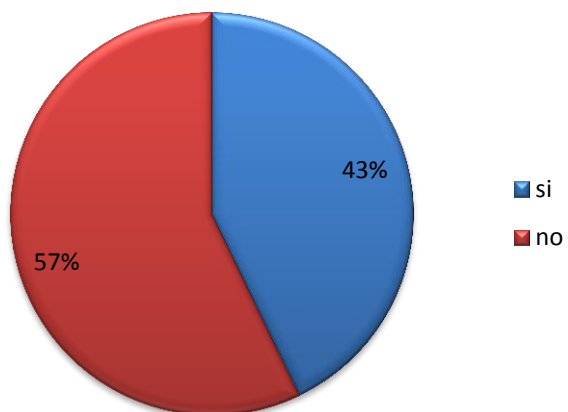


Figura 10 Titulo: Recibe capacitación (personal)

Fuente: Tabla 3

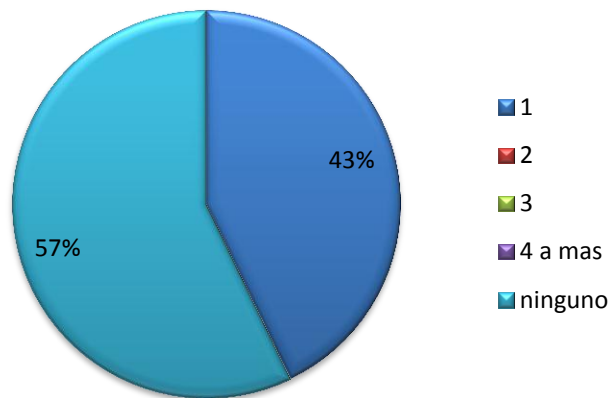


Figura 11 Titulo: Cursos de capacitación recibidas en este año (personal)

Fuente: Tabla 3

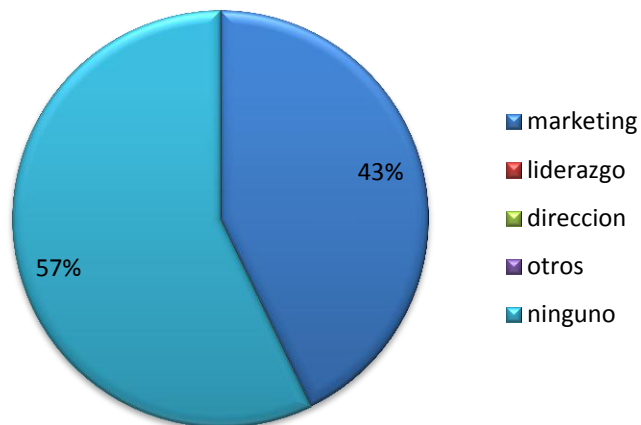


Figura 12 Titulo: Tema de capacitación recibida en este año (personal)

Fuente: Tabla 3

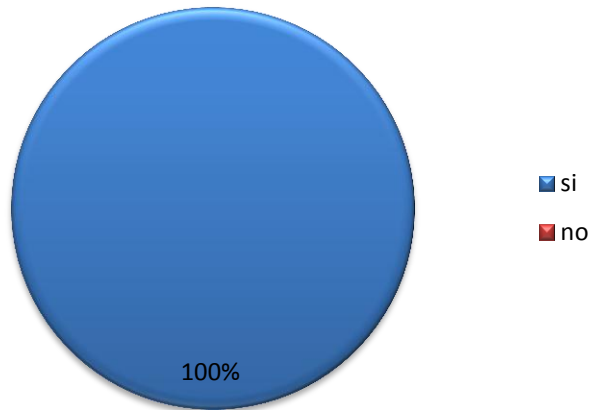


Figura 13 Titulo: La capacitación es relevante

Fuente: Tabla 3

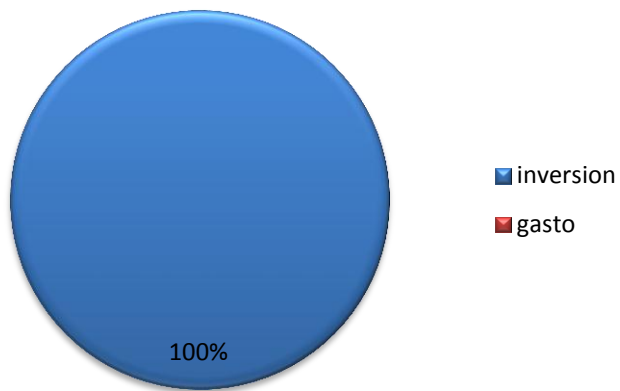


Figura 14 Titulo: La capacitación es una:

Fuente: Tabla 3

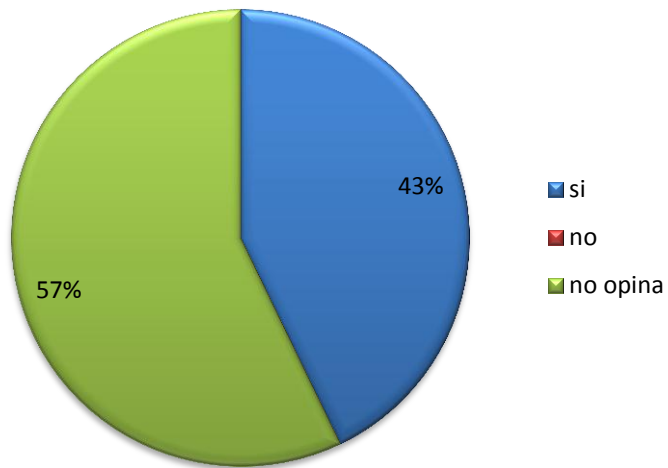


Figura 15 Titulo: La capacitación mejora su rentabilidad

Fuente: Tabla 3