



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS
Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

"CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR PRODUCCIÓN EN EL RUBRO PANADERÍAS EN EL
DISTRITO DE CHIMBOTE, 2013"

**INFORME TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

BR. COSMOPOLIS CASTILLO JEAN CARLO

ASESOR:

DR. REINERIO ZACARIAS CENTURION MEDINA

CHIMBOTE- PERÚ

2014

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

Dr. Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mgr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mgr. Miguel Angel Limo Vásquez

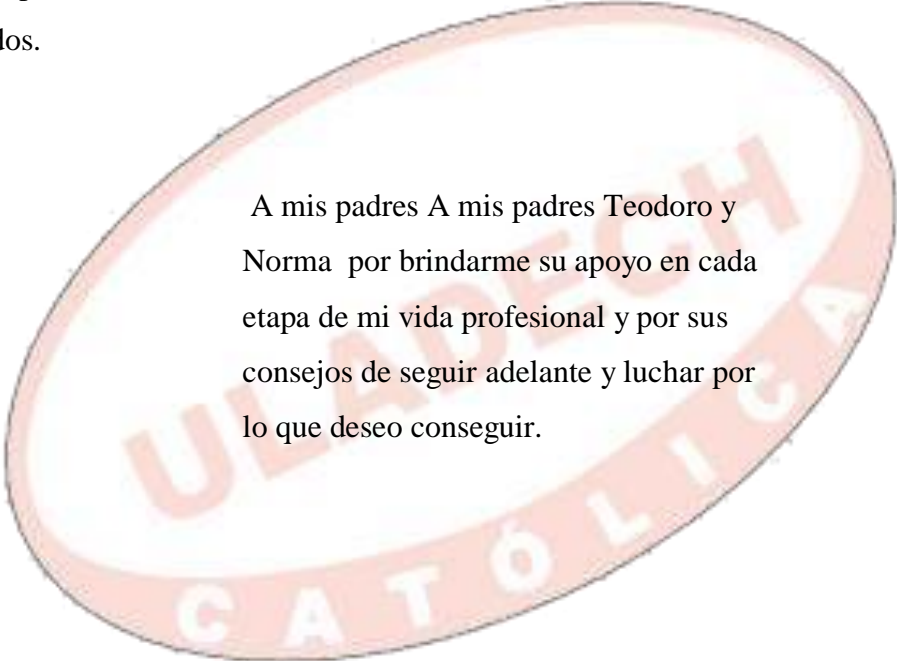
Miembro

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina

Asesor:

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado las fuerzas necesarias para seguir adelante a pesar de los obstáculos presentados.



A mis padres A mis padres Teodoro y Norma por brindarme su apoyo en cada etapa de mi vida profesional y por sus consejos de seguir adelante y luchar por lo que deseo conseguir.

Al profesor Reinerio Centurión Medina, por su guía e instrucción para la elaboración del trabajo de investigación.

DEDICATORIA

Con mucho cariño y amor, a mis padres Teodoro y Norma, que me han inculcado a no rendirme y dar todo de mí por darme ánimos y alegrías en los momentos que quería rendirme ellos estuvieron siempre presentes.



RESUMEN

La presente investigación, tuvo por objetivo determinar las principales características de como se desarrolla la capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector producción - rubro panaderías, de la ciudad de Chimbote, 2014. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental/ transversal, se utilizó una población muestral de 10 Mypes a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 12 preguntas obteniéndose los siguientes resultados: El 50 % de los representantes legales de las Mypes tienen de entre 31 a 50 años, el 80% de los representantes legales de las Mypes son varones, el 80% de los representantes legales de las Mypes son a su vez los dueños del negocio, el 50% de los encuestados manifiesta solo tener secundaria completa, el 80% de las empresas tienen más de 6 años, el 60%, tienen entre 1 y 5 trabajadores, mientras que el 40%, el 90% de los representantes legales, de las Mypes no han sido capacitados para realizar las actividades que desarrollan, el 90% de los trabajadores, de las Mypes no han sido capacitados formalmente para realizar las actividades que desarrollan, el 80%, de las Mypes considera a la capacitación como un gasto, el 60%, de los encuestados está dispuesto a brindar capacitación a sus trabajadores, el 60%, de los representantes legales reconoce que tiene problemas con las finanzas de la empresa, el 50% de los encuestados considera finalmente que les gustaría implantar un programa de capacitación para sus colaboradores en diversos temas.

Palabras claves: MYPE, Capacitación, Representantes.

ABSTRACT

This research aims to determine the main characteristics of developed as training in micro and small enterprises of the productive sector - I category bakeries in the city of Chimbote, 2014. The research was quantitative, descriptive level and design not experimental / cross, a sample population of 10 MSEs who were administered a structured 12 questions with the following results questionnaire was used: 50% of the legal representatives of MSEs are between 31-50 years, 80% the legal representatives of MSEs are men, 80% of the legal representatives of MSEs are themselves business owners, 50% of respondents expressed only have a high school, 80% of companies have more than 6 years, 60% have between 1 and 5 workers, while 40%, 90% of the legal representatives of MSEs have not been trained to perform their activities, 90% of workers of the MSEs have not been formally trained to perform their activities, 80% of MSEs consider training as an expense, 60% of respondents are willing to provide training to their employees, 60% of legal representatives acknowledged having problems with the finances of the company, 50% of respondents think that they would like to finally implement a training program for its employees on the subject of Customer.

Keywords: MSE, Training, Manager.

CONTENIDO

1. Título.....	I
2. Hoja de firma de jurado.....	II
3. Agradecimiento.....	III
4. Dedicatoria.....	IV
5. Resumen.....	V
6. Abstract.....	VI
7. Contenido.....	VII
8. Índice de tablas y figuras.....	VIII
I. Introducción.....	03
II. Revisión de literatura.....	07
III. Metodología.....	15
3.1. Diseño de la investigación.....	15
3.2. Población y muestra.....	15
3.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores..	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Plan de análisis.....	18
3.6. Matriz de consistencia.....	19
3.7. Principio éticos.....	20
IV. Resultados.....	21
4.1. Resultados.....	21
4.2. Análisis de resultados.....	24
V. Conclusiones.....	26
Aspectos complementarios	
Referencias bibliográficas.....	27
Anexos.....	33

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas:

Tabla N°01. Características de los representantes legales que dirigen en las Micro y Pequeñas empresas del sector industrial -rubro panaderías en la ciudad de Chimbote, 2013..... 21

Tabla N°02. Características en las Micro y Pequeñas empresas del sector industrial –rubro panaderías en la ciudad de Chimbote, 2013.....22

Tabla N°03. Características del financiamiento en las Micro y Pequeñas empresas del sector industrial - rubro panaderías en las ciudad de Chimbote, 2013..... 23

Figuras: (Anexos).

Figura N° 1: Edad del representante legal de la MyPE.....	47
Figura N° 2: Sexo del representante legal de la MyPE.....	47
Figura N° 3: Cargo Dentro de la Organización.....	48
Figura N° 4: Tiempo de funcionamiento.....	48
Figura N° 5: Años de Funcionamiento de la empresas.....	49
Figura N° 6: Número de trabajadores de la empresa.....	50
Figura N° 7: Capacitación al Gerente General.....	51
Figura N° 8: Capacitación al Personal.....	52
Figura N° 9: Consideración de la capacitación dentro de la empresa.....	53
Figura N° 10: Predisposición a implantar la capacitación dentro de la empresa... ..	54
Figura N° 11: Posibles temas de capacitación para el Gerente General/Representante....	55
Figura N° 12: Posibles temas de capacitación para los colaboradores.....	56

I. INTRODUCCIÓN.

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) surgen de la necesidad, que no se ha podido ser satisfecha por el Estado, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo, y por lo tanto, estas personas guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, y para ello, recurren a diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto-emplearse y emplear a sus familiares. **(Rengifo 2011)**

En España solo un 0,35% de las empresas españolas son grandes empresas con más de 250 trabajadores, el resto son microempresas (un 91%), empresas pequeñas (7,5%) y empresas medianas (1,2%). Y esto no solo pasa en España, también sucede en Europa y Estados Unidos, donde la mayoría de empresas son microempresas o MYPES, y las grandes empresas son una minoría: un 0,5% del tejido empresarial europeo y un 0,65% del estadounidense. Por cierto, que la falta de tamaño es también una de las razones que suele apuntarse cuando se habla de los problemas de internacionalización de las empresas españolas: “son demasiado pequeñas para competir a nivel internacional”. **(Tápies, 2014)**

En América Latina y el Caribe, las MYPE son el motor del crecimiento económico (99% del total de empresas y 67% del total de trabajadores), por ende, es preocupación de los gobiernos de turno y de la sociedad civil en general, ya que deben generar los instrumentos adecuados para apoyarlas a ser competitivos , garantizando su eficacia y eficiencia empresarial y uno de los instrumentos fundamentalmente es la capacitación empresarial, las MYPE aplican un programa de capacitación estructurado para todo el personal ,cuyo objetivo es desarrollar destrezas y habilidades por medio de una metodología que consiste en una serie de pasos (métodos, ergonomía ,control de calidad ,gestión de personal ,seguridad industrial) , el aspecto técnico de la capacitación se

complementa con componentes de recursos humanos que enfatizan la comunicación y motivación **(Bernilla, 2006)**.

En “los últimos años, la economía peruana ha tenido mejoras significativas; muchas de sus cifras alentadoras se deben a la gran participación que han tenido las mypes en el país. Los datos proporcionados por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) indican la importancia de este tipo de empresas en el Perú: de un promedio de 659 000 empresas formales existentes, el 98,4% son mypes; aproximadamente el 42% de la producción nacional es proveída por ellas, y son generadoras del 88% del empleo privado en el país (MTPE, 2005)” (ESAN Ediciones, 2011). “A pesar de ello, recién en el 2003 el Estado aprobó el marco regulatorio para la promoción de la MYPE, y nombró al MTPE como ente rector que define las políticas nacionales de promoción de las MYPES y coordina con las entidades de los sectores público y privado la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales” (ESAN Ediciones, 2011).

“En otros países de Latinoamérica las políticas de regulación, apoyo y promoción a la mype se iniciaron muchos años atrás. En el contexto del mundo globalizado y competitivo, los empresarios enfocan sus objetivos a la mejora y perfeccionamiento de sus competencias, tanto técnicas como de gestión, siendo estos elementos claves para el éxito de los negocios” (ESAN Ediciones, 2011). “Según el ranking mundial elaborado por el World Economic Forum (2007), el Perú ocupa el undécimo lugar en competitividad en América Latina (AL) y se ubica en el puesto 86 del ranking mundial en el año 2007. Estas cifras reflejan la necesidad de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de las empresas e incrementar su tamaño, para que las micro se conviertan en pequeñas y estas a su vez en medianas” (ESAN Ediciones, 2011).

“A pesar de esta necesidad en el país, las acciones referidas a la adopción de estrategias que enrumben el desarrollo y competitividad de la mype se encuentran aún en etapas de implementación. Hasta el momento las acciones del gobierno no reflejan resultados positivos respecto al desarrollo de la competitividad de la mype”. “Los actores involucrados en el desarrollo y competitividad de la mype trabajan de manera aislada, sin concertación ni articulación de las partes, y tampoco consideran la importancia de la capacitación. En el Perú no existe un sistema nacional de capacitación para la mype; y dicha ausencia conlleva a que no exista un organismo regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a la demanda”. **(ESAN Ediciones, 2011)**

Resumiendo, es evidente que las MYPES surgen de necesidades no satisfechas, por empresas más grandes y constituyen importantísimas fuentes de empleo en todo el mundo, siendo el sostén de todas las economías del globo, como se evidencia en el caso de España y de EE.UU. donde menos del 1% son grandes empresas, sin embargo es cuando las MYPES deben competir en mercados internacionales cuando se evidencian sus carencias y aparecen las dificultades.

En el caso de las MYPES latinoamericanas, éstas adquieren una importancia aún mayor ya que muchas veces las MYPES constituyen la única fuente de empleo en comunidades menos favorecidas, por lo que los gobiernos y estados constantemente están apoyando mediante capacitaciones e instrumentos que permitan a estas MYPES ser competitivas, eficientes y eficaces y puedan desarrollarse en economías turbulentas.

Una situación similar viene ocurriendo en el Perú ya que vemos como las MYPES cada vez reciben más apoyo del Estado, un poco tarde y con menos énfasis con respecto al resto de Latinoamérica pero se está empezando a formar los cimientos legales que permitan cada vez mejores MYPES que puedan desarrollarse de forma sostenible en el tiempo.

En la ciudad de Chimbote donde se desarrolló la presente investigación se centró en las Micro y Pequeñas empresas dedicadas al rubro de las panaderías, de las cuales se desconoce si estas, cuentan o no con personal capacitado en las actividades que vienen realizando, y si es así, cuánto en que magnitud está presente dentro de estas empresas ; por todo ello nos planteamos la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector industrial - rubro panaderías, de la ciudad de Chimbote, 2013?.**

Por lo que nos hemos trazado como **Objetivo General: Determinar las principales características de las MYPES del Sector Producción, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2013.**

Y los Objetivos Específicos: Determinar si las MYPES del Sector Producción, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote emplean la capacitación en sus actividades en el Año 2013.

Determinar si las MYPES del Sector Producción, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote emplean la innovación en sus actividades en el Año 2013.

Determinar las principales características de los representantes de las MYPES del Sector Producción, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote en el Año 2013.

La presente investigación se justifica porque es permite conocer las características de los representantes legales, las características y como desarrollan la capacitación en las MYPES del sector producción rubro panaderías en la localidad de Chimbote y asimismo esta investigación nos permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera la capacitación en el accionar empresarial, para lograr la mejora continua en el entorno del desempeño laboral y ser competitivos. Ya que la competitividad, eficiencia y eficacia empresarial en el mundo, son elementos fundamentales de supervivencia que definen el futuro de las organizaciones, sin importar su tamaño lograda con la capacitación.

Finalmente, la presente investigación se justifica porque permitió sistematizar el conocimiento que ya existe, y así determinar las principales características de la capacitación que servirá de base para realizar otros estudios similares, así la como también le servirá a nuestra Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote para que cumpla con los estándares de calidad establecidos por el CONEAU y la Ley Universitaria, al exigir que sus egresados obtengan su licenciatura a través de la realización y sustentación de la tesis.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes:

(Sánchez, 2012). En su investigación titulada: *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – Rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, Periodo 2009 – 2010.* Llegó a los siguientes resultados: El 70% de los microempresarios encuestados se dedican al rubro de la panaderías hace más de 3 años, según estos resultados implica que las Mypes en estudio tienen la antigüedad suficiente para ser empresas formales y estables. Con respecto a la capacitación se llegó como resultado a que el 93% de los gerentes y/o administradores de las Mypes en estudio no recibieron capacitación para el manejo o desarrollo de su empresa antes de obtener el crédito financiero, esto estaría demostrando que los gerentes y/o administradores no necesariamente habrían utilizado los créditos de forma eficiente y eficaz. Por otro lado el 60% de los microempresarios encuestados no ha tenido una capacitación permanente que haya ayudado a mejorar la rentabilidad de su empresa, estos resultados estarían indicando que algunos microempresarios encuestados no valoran la capacitación para el mejoramiento de sus empresas.

(Espinoza, 2012), en su investigación titulada *“Estrategias para la formalización de las Mypes del Sector Alimentos Rubro Panaderías y Pastelerías del Distrito de San Juan de Miraflores Año 2012”* llegó a los siguientes resultados con respecto a las Mypes el 100% de los microempresarios encuestados se dedican al comercio de tortas y pasteles hace más de 3 años lo cual refleja que las Mypes tienen la antigüedad suficiente para ser estables.

El 86% de las Mypes encuestadas no tiene trabajadores permanentes y el 71% tiene un trabajador eventual, estos resultados estarían indicando que, desde el punto de vista del número de trabajadores que contratan, se encuentra una mezcla entre micro y pequeña empresa.

Con respecto a la capacitación de los gerentes de las Mypes se llegó como resultado de la investigación que el 92% de los encuestados no recibieron capacitación para la formalización de su negocio y el 7% no sabe precisar.

Así mismo un 27% no ha participado en ningún curso de capacitación, el 45% si participó en algún curso e manejo empresarial, el 22% tiene conocimientos de marketing empresarial y el 6% cuenta con conocimientos sobre administración de recursos humanos. Todos manifiestan que no han recibido capacitación para la formalización de su empresa.

Finalmente el 50% de los encuestados considera que la capacitación como empresario, es relevante para su empresa, un 29% indica que no lo es y un 21% no sabe precisar.

(Bravo, 2013) En su investigación para optar por su título profesional titulada: *“Caracterización De La Capacitación Y Formalización De Las Mypes Del Sector Comercio - Rubro Ventas De Prendas De Vestir, Distrito De Chimbote, Año 2013”* logró los siguientes resultados: El 50% de las Mypes indicaron que durante el periodo 2013 no han recibido capacitación alguna, entre tanto que la diferencia distribuida en los siguientes porcentajes, 25% indicaron que han recibido capacitación de parte de la SUNAT, un porcentaje cercano, 20% indicaron que han recibido de parte de Edyficar, el porcentaje restante, 5% indicaron que han recibido capacitación de parte de la Cámara de Comercio. La mayoría de las MYPES que han recibido capacitación de parte de alguna entidad competente, 50% indicaron que los temas de capacitación fueron pasos de formalización, 25% indicaron que los temas fueron ventajas y desventajas en afiliarse a un determinado Régimen Tributario y un 25% indicaron que los temas fueron: facilidades en el pago impuestos. Así mismo, se observa que la mayoría de las MYPES, 55% de estas indicaron que es la excesiva competencia; 30% reconocen que entre las dificultades presentadas en el periodo 2013 fue la falta de capacitación, y solo un 15% indicaron no a ver presentado ninguna dificultad. Qué beneficios obtuvo de su capacitación Me ayudo a aumentar mis ventas 8 80,0 Me ayudo a reducir mis costos 2 20,0 Total 10 100,0 Por qué no se ha capacitado en Falta de información 3 30,0 Falta de tiempo 7 70,0 No opina 0 0,0 Total 10 100,0 Qué factores son importantes para el éxito de una capacitación Buenos capacitadores 10 50,0 Costo razonable 10 50,0 Total 20 100,0 31 El 100% de las MYPES reconoce que la capacitación es muy importante para el éxito en los logros empresariales. El 50% si recibieron capacitación en el último año, la

diferencia, 50% no recibieron capacitación alguna. El 50% de la MYPES señalan que requieren capacitación en las áreas de tecnología /manejo de TICS), el 30% en atención al cliente mientras que el 10% requieren en ventas y otro 10% costos. La mayoría de las MYPES informales que han recibido capacitación en el último año, 80% señalan que entre los beneficios recibidos fue que les ayudo a mejorar sus ventas, la diferencia, 20% me ayudo a reducir costos. Así mismo se observa que las MYPES que no han recibido capacitación en el año 2013, 70% señalan que fue a causa de la falta de tiempo, la diferencia, 30% reconoce que fue por falta de información. El 50% de las MYPES indican que entre los factores importantes para el éxito de una capacitación es que disponga de: “Buenos capacitadores”, la diferencia, 50% señala que entre los factores importantes es el “Costo razonable”.

(Dioses, 2014) En su investigación para optar por su título profesional titulada: *“Caracterización Del Financiamiento Y Capacitación De Las Mypes Del Sector Comercio - Rubro Ferreterías Del Distrito De Nuevo Chimbote, Periodo 2013 – 2014”*

La mayoría de los micros empresarios encuestados están en el rubro y sector hace más de 3 años en el sector por otro lado, la mayoría de los encuestados ocupan el cargo de propietarios de las MYPES y tiene grado de instrucción superior técnica y solo la minoría tienen estudios secundarios. Respecto a la capacitación se puede observar que la totalidad de los encuestados sustenta que la capacitación que reciben sus trabajadores es una inversión.

Y la mayoría de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación mejoró la rentabilidad de sus empresas.

(Osorio, 2014) En su Investigación titulada: *“Caracterización De La Capacitación Y El Financiamiento De Las MYPES Del Sector Industrial Rubro Panaderías Del Distrito De Coishco, Periodo 2010 -2011”*: Llegó a los siguientes resultados con respecto a los representantes: La edad del 43% de los encuestados esta entre los 25 y 35 años, es decir, la edad promedio de los encuestados esta entre los 35 años, que es una edad media para administrar negocios, el 57% de los encuestados son de sexo masculino, esto concuerda con lo encontrado en diferentes estudios en que la mayoría de los encargados de las MYPES son de sexo masculino, el 57% son los propietarios de las MYPES al momento de realizar las encuestas, es decir además de ser propietarios, son gerentes y

trabajadores de la panadería. En cuanto a las características de las MYPES por antigüedad, el 43% tiene menos de 5 años de actividad en el rubro. Finalmente en cuanto a Capacitación, el 100% de las MYPES encuestadas afirmaron conocer el término capacitación, el 86% de los representantes legales de las MYPES encuestadas afirmaron conocer el organigrama de la empresa, es decir, estas personas son capacitadas en conocer las jerarquías de la empresa, así como los cargos y funciones de los miembros de la misma, el 57% afirma haber realizado capacitaciones en el periodo 2010 - 2011, es decir a pesar que todas las microempresas conocen el término capacitación poco más de la mitad de estas la realizan en sus entidades, el 57% afirman que la capacitación brindada a sus trabajadores ha tenido un impacto moderado en el desempeño laboral.

2.2 Base Teórica:

MyPE (Ley N° 30056 Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa) En el Perú se denomina Micro y Pequeña Empresa (MYPE) a la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación peruana, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Definición de la Micro y Pequeña empresa

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 esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Niveles de ventas anuales de las Micro y Pequeñas empresas

- La microempresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT.

- La pequeña empresas partir de monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Régimen tributario de las MYPES

- El régimen tributario facilita la tributación de las MYPE y permite que un mayor número de contribuyentes se incorpore a la formalidad.
- El Estado promueve campañas de difusión sobre el régimen tributario, en especial el de aplicación a las MYPE con los sectores involucrados.
- La SUNAT adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas, necesarias para fortalecer y cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora de los tributos de las MYPE.

Clasificación de las MYPES.

Según **Salazar, (2011)**. Se considera tres tipos de microempresa:

a) Microempresas de sobre vivencia: tienen la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos. Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital. El dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería.

b) Microempresas de subsistencia: Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.

c) Microempresas en crecimiento: Tienen la capacidad de retener ingreso y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí microempresa se convierte en empresa.

Importancia de las Mypes

La importancia de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) en el Perú es indiscutible, tanto por su importancia numérica como por su capacidad de absorción de empleo. Los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares 2000 – III muestran que una importante proporción de la PEA ocupada nacional trabaja en la microempresa, aproximadamente el

18.7%, proporción sólo superada por la participación de los trabajadores independientes no calificados (36.7%). En Lima Metropolitana, el 20.7% de la PEA ocupada labora en microempresas y esta participación supera el 30% si se adiciona la pequeña empresa. En el ámbito urbano, de cada dos asalariados en la empresa privada, uno labora en la microempresa. (MINTRA 2001).

Capacitación:

“Toda capacitación es muy importante durante la vida laboral y profesional, ya que de esta depende el funcionamiento que debe tener el trabajador o grupo asociado, la capacitación es el punto fuerte para que haya un desarrollo exitoso, es muy importante recalcar que no es lo mismo la capacitación y el desarrollo de personal esto viene siendo como nuestro presente y future” (Bailón, 2014). “El adiestramiento o capacitación es lograr la fuerza y los buenos resultados que una organización espera ya que estos lograr que el empleado pueda tener una solución rápida y efectiva a cualquier contrariedad que se le presente durante su ocupación en el área asignada o externa”. (Bailón, 2014)

“Capacitar es involucrar al trabajador para que desarrolle sus habilidades y conocimientos y que sea capaz de sobrellevar con más afectación la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de diferentes tipos y estos se enfocan a diversas terminaciones individuales y organizacionales” (Bailón, 2014). “Toda empresa o negocio deberá capacitar a su personal para lograr un perfeccionamiento y actitudes privadas para el mejor desempeño de sus efectivos y futuros cargos y así adaptar a cada colaborador y poder llevar a cabo las exigencias que la empresa requiera en su entorno. La capacitación y el desarrollo que se aplica en las organizaciones deben concebirse precisamente con modelos de educación a través de los cuales es necesario formar una cultura de identidad empresarial basada en los valores sociales de la productividad y la calidad en las tareas laborales” (Bailón, 2014).

“La capacitación debe cumplir con los objetivos y los principios personales, profesionales y laborales ya que formaran parte del desarrollo que conlleva a la empresa tener claro y presente como parte de su estilo de vida”. (Aguilar, 2004).

Etapas del Proceso de Capacitación

- “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” (Bailón, 2014).
- “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” (Bailón, 2014).
- “Validación: este punto como su nombre lo dice, valida la capacitación mediante los participantes con la finalidad de garantizar la validez del programa” (Bailón, 2014).
- “Aplicación: esta etapa el trabajador muestra sus habilidades e impulsa con éxito la capacitación” (Bailón, 2014).
- “Evaluación y seguimiento: aquí se evalúan la reacción, el aprendizaje de cada capacidad, el comportamiento y por seguimiento se llevara dentro de la empresa donde se determina la mejoría en su desempeño laboral” (Bailón, 2014).

Desarrollo

“Toda empresa que en su presupuesto incluya el desarrollo de programas de capacitación, dará a conocer a sus empleados el interés que tiene en ellos como personas, como trabajadores, como parte importante de esa organización. La capacitación cuenta con objetivos muy claros, entre los cuales podemos mencionar: Conducir a la empresa a una mayor rentabilidad y a los empleados a tener una actitud más positiva. Mejorar el conocimiento del puesto a todos los niveles, Elevar la moral de la fuerza laboral ayudar al personal a identificarse con los objetivos de la empresa. Obtener una mejor imagen”. (Bailón, 2014).

Según Bailon, se debe tener en cuenta:

- Fomentar la autenticidad, la apertura y la confianza.
- Mejorar la relación jefe-subalterno.
- Preparar guías para el trabajo.
- Agilizar la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Promover el desarrollo con miras a la promoción.
- Contribuir a la formación de líderes dirigentes.
- Incrementar la productividad y calidad del trabajo.
- Promover la comunicación en toda la organización.
- Reducir la tensión y permitir el manejo de áreas de conflict (**Bailón, 2014**)

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la Investigación:

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable, es decir, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio se realizó desde el 1 de enero 2013 hasta el 31 de diciembre 2013.

Fue descriptivo porque solo se describió las características, representantes, características de las MYPES y la variable capacitación.

3.2. Población Y Muestra.

a) Población.-

La población estuvo constituida por 65 Micro y Pequeñas Empresas del sector industrial del rubro panaderías en la Ciudad de Chimbote año 2013, la cual se consiguió ingresando en el sistema del INEI – SIGE. (Ver Anexo N° 3)

b) Muestra.-

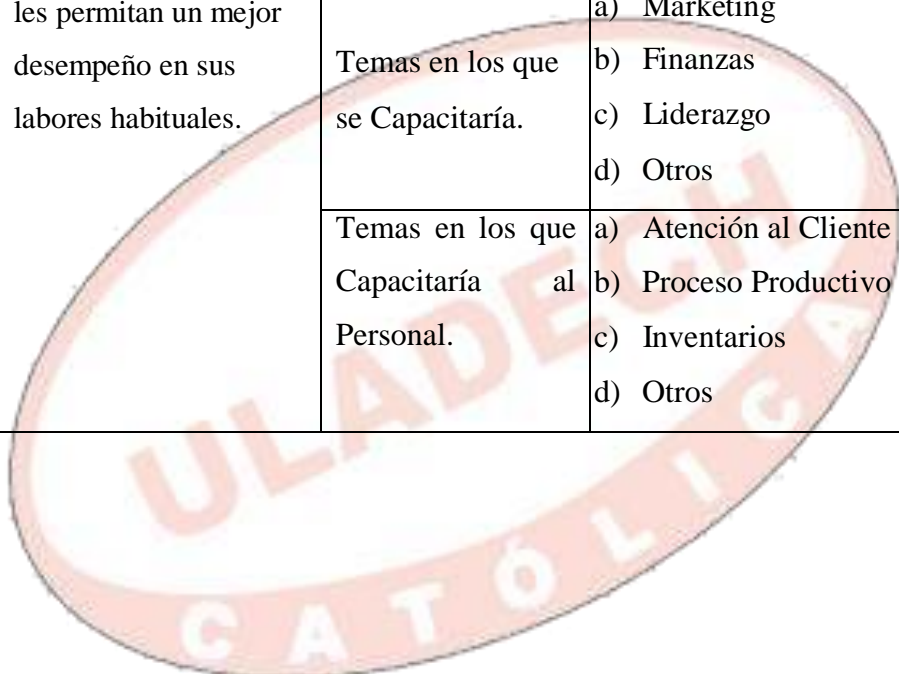
Se tomó una muestra dirigida de 10 Micro y pequeñas Empresas que representan el 15% de la población en estudio y a los representantes de MYPES que proporcionaron información.

(Ver Anexo N° 4)

3.3.- Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Perfil de los representantes de las MYPES.	Son personas naturales o jurídicas que han creado a las Micro y Pequeña empresas, las cuales están determinadas por la edad, el género y el grado de instrucción.	Edad.	18 – 30 años. 31 – 50 años. 50 años a más.	Razón.
		Sexo.	Masculino Femenino	Nominal
		Cargo.	Gerente Dueño Representante Legal	Nominal
		Grado de Instrucción.	Sin Instrucción Primaria Secundaria Superior Técnica Superior Universitaria.	Ordinal
Perfil de las MYPES	Perfil de las MyPE. Es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, en cualquier forma de organización	Tiempo de permanencia en el mercado.	01 – 03 años. 03 – 05 años. 05 – a más.	Razón
		Número de trabajadores.	De 1 a 5 De 6 a 10	Razón

Capacitación	Proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales.	Capacitación del representante legal.	Si - No	Nominal
		Capacitación del Personal.	Si - No	
		Concepto de Capacitación.	a) Gasto b) Inversión	
		Posibilidad de Capacitar.	Si - No	
		Temas en los que se Capacitaría.	a) Marketing b) Finanzas c) Liderazgo d) Otros	
		Temas en los que Capacitaría al Personal.	a) Atención al Cliente b) Proceso Productivo c) Inventarios d) Otros	



3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

a. TECNICA.-

Encuesta: Constituye es una técnica dentro de los diseños de una investigación descriptiva en la que el entrevistador busca recopilar datos por medio de un cuestionario anteriormente diseñado. Los datos se obtuvieron realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa constituida de 10 empresas del rubro panaderías con el fin de conocer sus principales características.

b. INSTRUMENTO.-

Cuestionario: Constó de 12 preguntas que se utilizó para recopilar los datos de las empresas encuestadas, el cual fue preparado por el autor para encontrar las principales características de estas instituciones.

3.5. Plan de Análisis.

Para el procesamiento de los datos se empleó el programa informático Microsoft Excel, para el análisis de los datos no se aplicó la estadística descriptiva.

La información obtenida a través de la aplicación de las encuestas se presenta en tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales agrupadas por cada una de las dimensiones: Características de los representantes, Características de las MYPES y Capacitación en la Mypes. Así mismo, se elaboraron figuras estadísticas las cuales se presentan en anexos.

3.6. Matriz De Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACION Y MUESTRA	METODO Y DISEÑO	INSTR. Y PROCED.
¿Cuáles son las Principales Características de la Capacitación en las MYPES del sector producción rubro panaderías en el Distrito de Chimbote, 2013?	Determinar si las principales características de las MYPES del Sector Producción, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote emplean la capacitación en sus actividades en el Año 2013; Determinar si las principales características de las MYPES del Sector Producción, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote emplean la innovación en sus actividades en el Año 2013.; Determinar las principales características de los representantes de las MYPES del Sector Producción, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote en el Año 2013.	Caracterización de la Capacitación en las MYPES sector producción rubro panaderías en el Distrito de Chimbote, 2013	Población: Existen aproximadamente 40 Panaderías formales en nuestra localidad de las cuales se tomó 10 como muestra, representando el 25% de la población referenciada.	Para la elaboración del presente trabajo de investigación, se utilizó el diseño no experimental – transversal, Descriptivo - Cuantitativo	Instrumento: Cuestionario. Procedimiento: Encuesta. Word Excel

3.7 Principios Éticos

La presente investigación dirigida a las Micro y Pequeñas empresas (MyPE), estuvo fundamentada por principios éticos, como la justicia que exige el derecho a un trato de equidad, a la privacidad, anonimato y confidencialidad, porque es la cualidad que posee cierta información la que debe de mantenerse reservada para el conocimiento de una persona o de algunas, pero que no debe ser expuesta en forma masiva , por añadidura se respaldara por el respeto a la persona humana, que en este caso estuvo representado por los representantes legales de las (MyPE), también se tomará en cuenta la lealtad, donde se guarda fidelidad y transparencia toda la información proporcionada, tanto en la preparación y seguimiento de la investigación, por último el principio de la solidaridad, ya que el trabajo que se realizó, solo será utilizado para fines académicos.

IV. RESULTADOS

Tabla 01. Características generales del representante de las Mypes en el rubro panaderías en el distrito de Chimbote, 2013.

Características generales del representante:	Número de representantes de Mypes	Porcentaje (%)
Edad (años)		
18 - 30	2	20,0
31 - 50	5	50,0
51 a más	3	30,0
Total	10	100,0
Sexo		
Masculino	8	80,0
Femenino	2	20,0
Total	10	100,0
Cargo en la empresa		
Gerente	1	10,0
Representante legal	1	10,0
Dueño	8	80,0
Total	10	100,0
Grado de Instrucción		
Primaria	0	0,0
Secundaria	5	50,0
Superior Técnica	3	30,0
Superior Universitaria	2	20,0
Sin Instrucción	0	0,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES en la ciudad de Chimbote.

Tabla 02. Características de las Mypes en el rubro panaderías en el distrito de Chimbote, 2013

Características Mypes:	Número de Mypes	Porcentaje (%)
Tiempo de actividad		
0 a 5	2	20,0
5 a 10	4	40,0
10 a más	4	40,0
Total	10	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5	6	60,0
6 a 10	4	40,0
10 a más	0	0,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES en la ciudad de Chimbote.

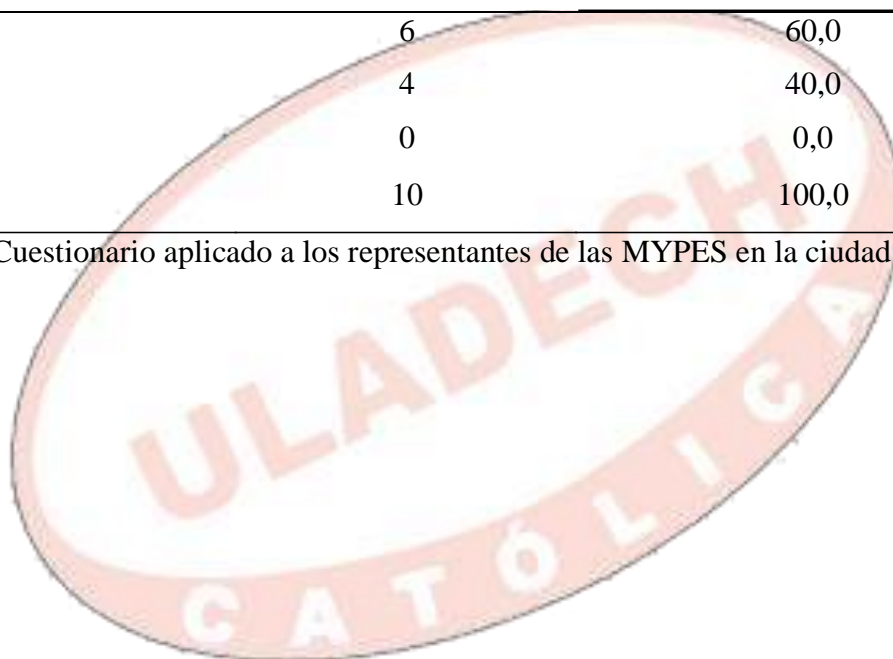


Tabla 03. Capacitación de las Mypes en el rubro panaderías en el distrito de Chimbote, 2013.

Capacitación de Mypes:	Número de Mypes	Porcentaje (%)
Capacitación del Rep. Legal		
Si	1	10,0
No	9	90,0
Total	10	100,0
Capacitación del personal		
Si	1	10,0
No	9	90,0
Total	10	100,0
Consideración de la capacitación		
Gasto	8	80,0
Inversión	1	10,0
Otros	1	10,0
Total	10	100,0
¿Implantaría programas de capacitación?		
Si	2	20,0
No	8	80,0
Total	10	100,0
¿En qué temas le gustaría capacitarse?		
Marketing	3	30,0
Finanzas	6	60,0
Liderazgo	1	10,0
Otros	0	0,0
Total	10	100,0
¿En qué temas le gustaría capacitar a sus colaboradores?		
Atención al cliente	5	50,0
Proceso Productivo	2	20,0
Inventarios	3	30,0
Otros.	0	0,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES en la ciudad de Chimbote.

4.2. Análisis de los resultados

Discusión

Características de representantes de las Mypes (Tabla 01): El 50 % de los representantes legales de las Mypes tienen de entre 31 a 50 años, el 30% de 51 a más años y el 20% tienen de entre 18- 30 años de edad. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las Mypes de Chimbote 2013, están siendo dirigidas por personas adultas tardía. Lo cual coincide con los resultados obtenidos por **Osorio, 2014**, quien determinó que el 43% de los encuestados tenía entre 25 y 35 años.

El 80% de los representantes legales de las Mypes son varones y el 20% son mujeres, esto demuestra que actualmente la mayoría de las Mypes del sector panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, están siendo dirigidas por hombres que también es corroborado por los resultados obtenidos por **Osorio, 2014**, quien encontró que el 57% de los representantes era de sexo masculino.

El 80% de los representantes legales de las Mypes son a su vez los dueños del negocio, mientras que solo el 20% son gerentes contratados. Esto demuestra que la mayoría de los dueños de los negocios son quienes directamente dirigen el rumbo del negocio, lo cual también se asemeja a los resultados encontrados por **Osorio, 2014** y **Dioses 2014**, quienes encontraron que el 57% y el 95% también son los propietarios del negocio respectivamente.

El 50% de los encuestados manifiesta solo tener secundaria completa, mientras que el 30% afirma tener formación superior técnica y el 20% superior universitaria, esto demuestra que la mitad de los encuestados no tiene formación superior, lo cual se contrasta con **Dioses, 2014** quien encontró que el 60% de los encuestados cuenta con estudios superiores técnicos.

Características de las Mypes (Tabla 02): El 80% de las empresas tienen más de 6 años mientras que el 20% solo tienen entre 1 y 5 años de actividad, esto demuestra que la mayoría de las empresas del rubro panaderías ya están posicionadas dentro del mercado y cuentan con una considerable experiencia, lo cual se asemeja a los resultados obtenidos por **Dioses, 2014**, **Sánchez, 2012**, **Osorio 2014**, quienes determinaron que más del 50% las empresas tienen más de 5, 5 y 3 años respectivamente.

El 60%, tienen entre 1 y 5 trabajadores, mientras que el 40% entre 6 y 10 trabajadores, esto demuestra que las empresas del rubro panadería no necesitan amplio recurso

humano para desarrollar sus actividades, lo cual se asemeja a lo encontrado por **Espinoza, 2012** quien determinó que en el 70% de las empresas encuestadas número de trabajadores se encuentra entre 1 y 10 trabajadores, mientras que **Bravo, 2013** determinó que el 95% de empresas tienen de 1 a 5 trabajadores.

Capacitación de las Mypes (Tabla 03): El 90% de los representantes legales, de las Mypes no han sido capacitados para realizar las actividades que desarrollan, mientras que el 10% restante afirma si haber recibido capacitación en gestión de empresas. Esto demuestra el poco interés de parte de los dueños de las Mypes en capacitarse para obtener mejores resultados y difiere de lo encontrado por **Osorio, 2014**, quien encontró que el 57% de los representantes si han recibido capacitación.

El 90% de trabajadores, de las Mypes no han sido capacitados para realizar las actividades que desarrollan, mientras que el 10% restante afirma si haber sido capacitado. Esto demuestra el poco interés de parte de los dueños de las Mypes en recibir capacitación para mejorar el desempeño propio como el de sus colaboradores para obtener mejores resultados lo difiere ligeramente con los resultados obtenidos por **Espinoza, 2012**, quien determinó que el 73% ha recibido alguna capacitación, mientras que **Bravo 2013**, encontró que el 50% de empresas encuestadas no ha capacitado a sus trabajadores.

El 80%, de las Mypes considera a la capacitación como un gasto, el 10% lo considera como una inversión y el 10% restante no supo especificar. Esto demuestra que no existe mucho interés por parte de los propietarios o gerentes en invertir recursos para capacitarse ellos mismos como a sus colaboradores.

El 80%, de los encuestados no considera necesario brindar capacitación a sus trabajadores mientras que el 20% considera hacerlo en el futuro. Esto sigue demostrando la poca predisposición que muestran los representantes legales a capacitarse y capacitar a su personal. Lo cual difiere de los resultados encontrados por **Bravo, 2013**, que encontró que los Representantes legales si consideran importante la capacitación.

El 60%, de los representantes legales reconoce que necesita asesoramientos financieros

en su empresa, el 30% le gustaría aprender nuevas estrategias de marketing y el 10% afirma que le gustaría desarrollar un mejor liderazgo dentro de su organización. Esto demuestra que si bien es cierto no desean la capacitación por considerarla un gasto, reconocen tener falencias en cuanto a sus gestiones.

El 50% de los encuestados considera finalmente que si tuviera que implantar un programa de capacitación para sus colaboradores en el tema elegirían Atención al cliente, mientras que un 30% en inventarios y un 20% en mejorar el proceso productivo. Esto demuestra que la falta de interés en destinar recursos a capacitar es netamente económica ya que admiten tener deficiencias en el desarrollo de sus actividades.

V. CONCLUSIONES

1. La mayor parte de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, no ha capacitado debidamente a sus colaboradores en las actividades que realizan.
2. Gran parte de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, están siendo gestionadas por gerentes con una edad de entre 31 a 50 años, son hombres y en su mayoría son los dueños del negocio.
3. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, pertenecen sector Comercio, tienen un promedio de más de 6 años en el mercado, con un promedio de 5 colaboradores y que a su vez son permanentes y tienen como objetivo principal maximizar ganancias.
4. Un gran porcentaje de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, no ha recibido Capacitación ni tienen conocimiento sobre Técnicas de Gestión, y no han desarrollado el área de Planificación, ya que se presentan como Dueños ante sus colaboradores, utilizan el liderazgo primitivo y no siguen un plan de negocios Estratégico, pero siempre tratan de comunicarse con sus trabajadores lo máximo posible.
5. La mayoría los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, para tomar decisiones lo hacen unilateralmente, sin consultarle a nadie, ya que son los dueños del negocio.
6. La mayoría los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013”, considera que la capacitación es un gasto adicional que difícilmente puede recuperarse pero admite tener dificultades, esto aunado a la falta de información y conocimiento de los beneficios de una capacitación adecuada tanto a ellos como a sus colaboradores explica los resultados obtenidos.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguilar, A. S. (2004). Capacitación y desarrollo de personal. En A. S. Aguilar, Capacitación y desarrollo de personal (pág. 17). México: Editorial Limusa.
2. Bailón O. N. (2014) La capacitación y el desarrollo del personal Artículo extraído de <http://www.gestiopolis.com/la-capacitacion-y-el-desarrollo-del-personal/> el 15 de julio 2014.
3. Bravo, 2013 “*Caracterización De La Capacitación Y Formalización De Las Mypes Del Sector Comercio - Rubro Ventas De Prendas De Vestir, Distrito De Chimbote, Año 2013, Análisis de Resultados.*”
4. Bernilla, M. (2006). Manual práctico para formar MYPE . Lima: Edigraber
5. Boletín de Economía Laboral,(2011) Pg. 4 Importancia de las Mypes en el Perú. Extraído 03 Agosto, 2014. De <http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/bel20.pdf>
6. Dioses, 2014 “*Caracterización Del Financiamiento Y Capacitación De Las Mypes Del Sector Comercio - Rubro Ferreterías Del Distrito De Nuevo Chimbote, Periodo 2013 – 2014, Análisis de Resultados.*”
7. E-MYPES (2010). Mypes. ¿Qué son las Mypes y Pymes?, Prestamo. Extraído el 22 de julio, 2014 de <http://www.e-mypes.com/comercio-exterior/que-es-unamype.php>
8. Esan Ediciones (2011) Sistem Nacional de Capacitación de la Mype Peruana, Extraído 20 Julio, 2014 de http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/04/28/sistema_nacional_de_capacitaci%C3%B3n_mype_peruana.pdf
9. Escalera M. (2012) El impacto de las características organizacionales e individuales de los administradores de las pequeñas y medianas empresas en la toma de decisiones financieras que influyen en la maximización del valor de la empresa. España: Universidad de Málaga. 2009. Extraído el 22 de julio, 2014 de <http://www.eumed.net/tesis/2011/meec/Importancia%20de%20las%20PyMES.htm>

8. Espinoza Osore Mercedes (2012) Estrategias Para La Formalización De Las Mypes Del Sector Alimentos Rubro Panaderías Y Pastelerías Del Distrito De San Juan De Miraflores Pg. 74 Análisis de los resultados.
9. Jiménez E. (2011) Proceso de Internacionalización de las Pymes Colombianas e incidencia del TLC con EEUU. Barcelona: Universidad de Barcelona. Extraído 20 Julio, 2014 de www.comercioexterior.ub.es/tesina/proyectos07-08/primer_proyecto/Proyecto_JimenezEdith.doc
10. Lastra E, (2009) Mype: Debe legislarse con sentido estratégico. Nota de Prensa, 19 de Junio, 2009. Extraído 20 Julio, 2014 de <http://www.deperu.com/notasdeprensa/555/mype-debe-legislarse-con-sentidoestrategico>
11. Larrosa J. (2012) La competitividad de las Naciones: Bases Teóricas en la Política económica del siglo XIX Extraído 25 Julio, 2014 de en: www.mpra.ub.uni-muenchen.de/37913/1/competitividad.pdf
12. Latínez, L. (2013). Financiamiento vía Banco de la Nación. Perú: Diario la Primera. Recuperado de http://www.laprimera Peru.pe/online/economia/nueva-ley-de-mypes-financiamiento-via-banco-de-la-nacion_141430.html
13. Mypes Peru (2011). Extraído 25 Julio, 2014 de: <http://www.slideshare.net/xxdanilo87xx/mypes-peru-2011>.
14. Osorio, 2014. “Caracterización De La Capacitación Y El Financiamiento De Las MYPES Del Sector Industrial Rubro Panaderías Del Distrito De Coishco, Periodo 2010 -2011”
15. Pérez V. (2008) Competitividad Empresarial: Un nuevo Concepto. [Artículo en línea]. De Gerencia. Extraído 25 Julio, 2014 de http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto
16. Quiroz E. (2011) La hora de las Mypes Exportadoras. ESAN. Extraído el 22 de julio, 2014 de <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/08/23/la-horade-las-mypes-exportadoras/>

17. Rengifo, J. (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010. Escuela Profesional de Contabilidad, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa, Perú.
18. Sánchez R. R.(2010), Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – Rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, Periodo 2009 – 2010. Pg. 50 Análisis de los Resultados.
19. Universidad de Piura (2010). Mype: Competitividad, investigación e innovación. [Artículo en línea]. Centro Noticias 2005. Extraído 25 Julio, 2014 de <http://udep.edu.pe/s/noticias/2011/05/23/mype-competitividad-investigacion-einnovacion/>
20. Universia. (2011) Más de un millón de emprendedores son formales. [Artículo en línea]. Noticias: CADE EMPRENDEDORES, 2011. Extraído el 22 de julio, 2014 de <http://noticias.universia.edu.pe/enportada/noticia/2011/09/09/865022/mas-millon-emprendedores-sonformales.Html>
21. Vela L. (2009) Caracterización de las Micro y pequeñas empresas (Mypes) en el Perú y desempeño de las Micro finanzas. Extraído 21 Julio, 2014 de. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos46/microfinanzas-peru/microfinanzasperu2.Shtml>
22. Vizcarra N. (2009) Importancia de la Capacitación para las Mypes Mundo Mype. Extraído 23 Julio, 2014 de <http://www.mundomype.com/articulos/44-recursoshumanos/167-importancia-de-la-capacitacion-para-las-mype.html>

I.- Hoja De Trabajo De Tabulación

PREGUNTAS	RESPUESTAS	TABULACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1.- EDAD	a). 18-30	II	2	20%
	b). 31-50	IIII	5	50%
	c). 51 a más	III	3	30%
TOTAL		10	10	100%
2.- SEXO	a). Masculino	IIII III	8	80%
	b). Femenino	II	2	20%
		10	10	100%
3.- CARGO	a). Gerente	I	1	10%
	b). Rep. Legal.	I	1	10%
	c). Dueño	IIII III	8	80%
TOTAL		10	10	100%
4.- GRADO DE INSTRUCCIÓN	a). Primaria		0	0%
	b). Secundaria	IIII	5	50%
	c). E. Técnicos	III	3	30%
	d). Superior	II	2	20%
	e). Sin Instrucción		0	0%
TOTAL		10	10	100%
5.- TIEMPO DE LA EMPRESA EN ACTIVIDAD	a). 1-5 años	II	2	20%
	b). 5-10 años	IIII	4	40%
	c). 10 a más	IIII	4	40%
TOTAL		10	10	100%
6.- NUMERO DE TRABAJADORES	a). De 1 a 5	IIII I	6	60%
	b). De 6 a 10	IIII	4	40%
	c). 10 a más.		0	0%
TOTAL		10	10	100%
7.- ¿HA RECIBIDO	a). Si	I	1	10%

CAPACITACIÓN?	b). No	III III	9	90%
TOTAL		10	10	100%
8.-¿HA CAPACITADO A SU PERSONAL?	a). Si b). No	I VII III	1 9	10% 90%
TOTAL		10	10	100%
9.-LA CAPACITACION ES:	a). Un gasto b).Una Inversión c). Otros	VII III I I	8 1 1	80% 10% 10%
TOTAL		10	10	100%
10.- ¿LE GUSTARIA IMPLANTAR PROGRAMAS DE CAPACITACION?	a). Si b). No	II III III	2 8	20% 80%
TOTAL		10	10	100%
11.- ¿EN QUE TEMAS LE GUSTARÍA CAPACITARSE?	a).Marketing b) Finanzas c) Liderazgo d) Otros	III III I I	3 6 1	30% 60% 10%
TOTAL		10	10	100%
12.- ¿EN QUE TEMAS LE GUSTARÍA CAPACITAR A SUS COLABORADORES?	a).Atención al cliente b). Proceso Productivo c). Inventarios d). Otros.	III II III	5 2 3 0	50% 20% 30% 0%
TOTAL		10	10	100%



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS:
ENCUESTA

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.

Nombre:.....

A) REPRESENTANTE

1° ¿Cuál es su edad?

- a) De 18 a 30 años
- b) b) de 31 a 50 años
- c) c) de 50 años a mas

2° ¿Cuál es el cargo que actualmente ocupa en la empresa?

- a) Gerente
- b) representante legal
- c) Dueño

3° ¿Cuál su nivel de instrucción?

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

B) MYPES

4° Período de actividad de la empresa:

- a) 1 a 5 años
- b) 5 a 10 años
- c) 10 a mas

5° ¿Cuál es número actual de trabajadores que laboran en su empresa?

- a) De 1 a 5
- b) de 6 a 10
- c) Más de 10

C) CAPACITACIÓN

6° ¿Alguna vez Ud. de ha capacitado?

Sí No

7° ¿Ud. Ha realizado capacitaciones al personal de su empresa?

Sí No

8° Ud. Considera que la capacitación es...

- a) Un gasto
- b) Una inversión
- c) Otros

MBA, L.c. Adm. Felipe Lengua Tumis
COMIJO Reg. Único de Colegación N° 9440



9° ¿Le gustaría implementar programas de capacitación a en su empresa?

Sí No

10° ¿En que temas le gustaría capacitarse?

- a) Marketing
- b) Finanzas
- c) Liderazgo
- d) Otros

11° ¿En que temas le gustaría capacitar a sus empleados?

- a) Atención al cliente
- b) Proceso productivo
- c) Inventarios.
- d) Otros



MBA/Lic. Adm. Felipe Llanos Tuma
Prof. División de Investigación 1° 0460

Anexo N° 02: Figuras

Datos Generales

1.- EDAD			
N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	18-30	2	20%
b	31-50	5	50%
c	51 a más	3	30%
	TOTAL	10	100%

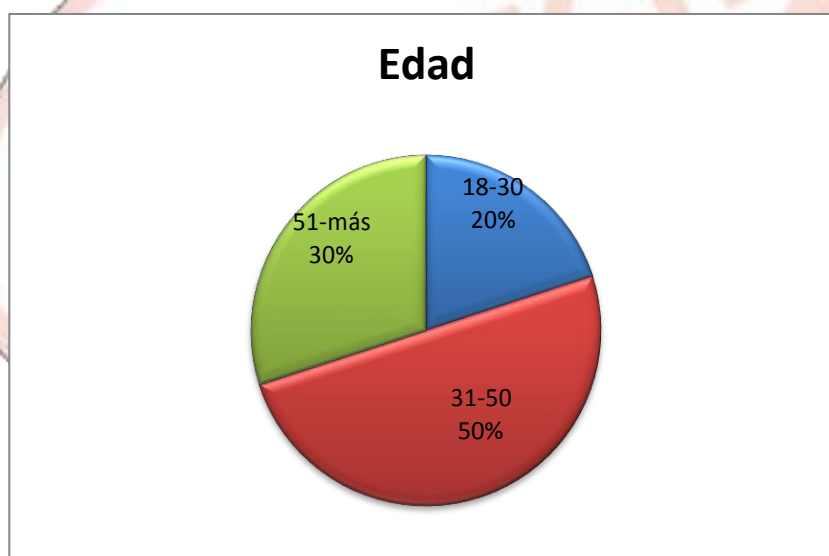


Figura 1.

Título.- EDAD

En la figura N° 01, se aprecia que las edades de los propietarios encuestados de las MYPES del Sector Panaderías en la ciudad de Chimbote fluctúan entre 31-50 y 51 a más con un 50% y con 20% solamente fluctúan sus edades entre 18 y 30 años, mientras que de 51 a más representan el 30%.

2.- SEXO

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	Masculino	8	70%
b	Femenino	2	30%
	Total	10	100%

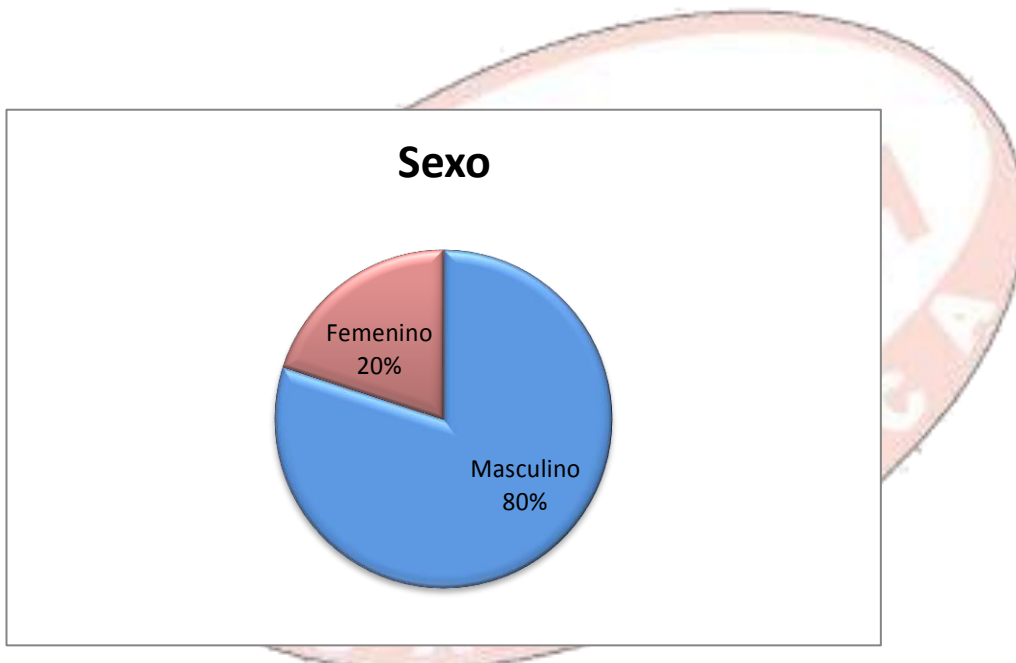


Figura 2.

Titulo.- SEXO

En la figura N° 02, se observa que el 80% son de sexo masculino con un 20% que es de sexo femenino.

3.- CARGO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	Gerente	1	10%
b	Representante Legal	1	10%
c	Dueño	8	80%

10

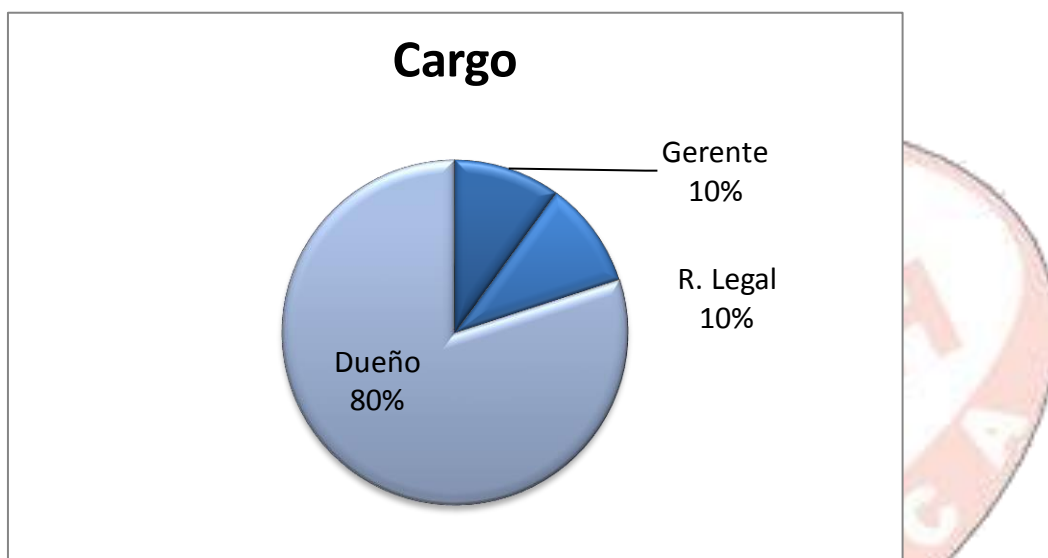


Figura 3.

Título.- CARGO En la figura N° 03, se aprecia que el 80% de los encuestados tienen la condición de dueños de las panaderías en la ciudad de Chimbote.

4.- GRADO DE INSTRUCCIÓN

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	Primaria	0	0%
b	Secundaria	5	50%
c	Superior Técnica	3	30%
d	Superior Universitario	2	20%
e	Sin Instrucción	0	0%

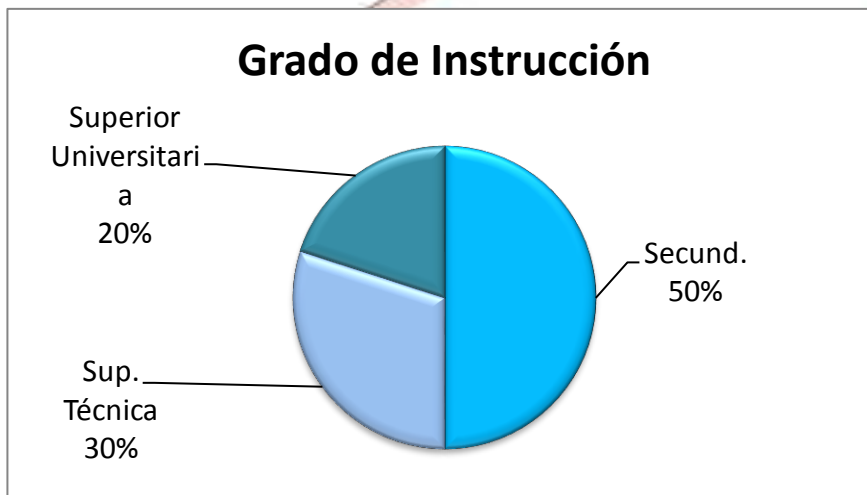


Figura 4.

Título.- GRADO DE INSTRUCCIÓN

En la figura N° 04, se aprecia que el 50% de los encuestados tienen el grado de instrucción secundaria, ante un 30% y un 20% que tienen formación técnica y universitaria respectivamente.

II.- CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES EN EL RUBRO PANADERÍAS EN EL DISTRITO DE CHIMBOTE

5.- AÑOS DE LA EMPRESA EN FUNCIONAMIENTO

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	1-5 años	2	20%
b	6-10 años	4	40%
c	10 años a más	4	40%
	Total	10	100%



Figura 5.

Título.- TIEMPO EN QUE DESEMPEÑA EN EL CARGO (AÑOS)

En la figura N° 05, se aprecia que EL 40% de las empresas tienen más de 10 años y entre 6 y 10 años de actividad, mientras que el 20% solo tiene de 1 a 5 años.

6.- NUMERO DE TRABAJADORES

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	1 a 5	6	60%
b	6 a 10	4	40%
c	10 a más	0	0%
	TOTAL	10	100%

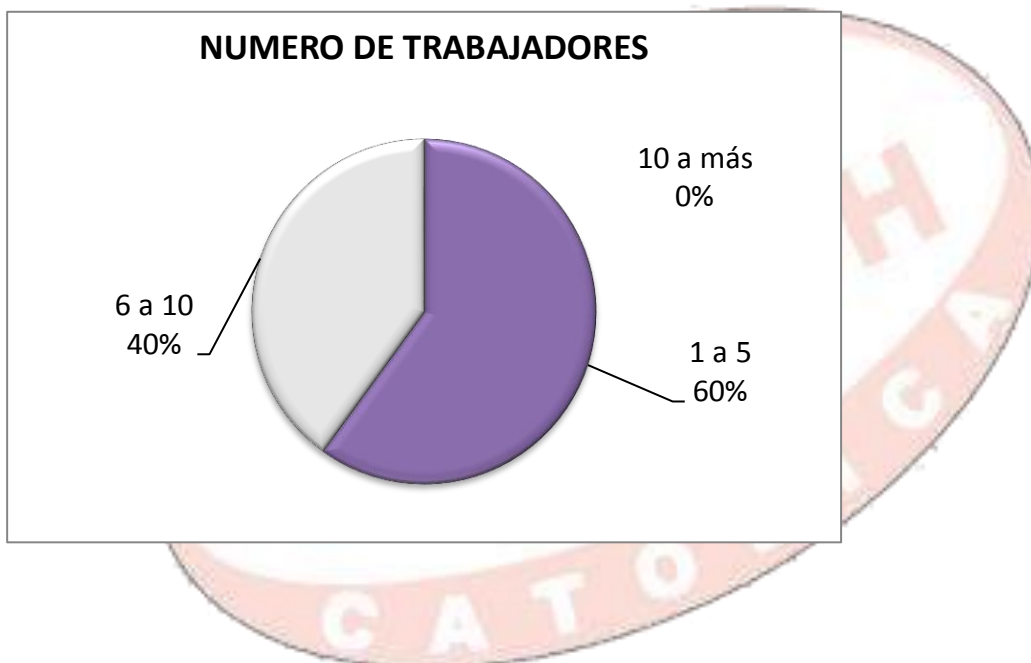


Figura 6. Título.- NUMERO DE TRABAJADORES

En la figura N° 06, se aprecia que el 60% de las empresas tienen entre 1 y 5 trabajadores, mientras que el 40% tiene entre y 6 y 10 trabajadores

7.- CAPACITACION DEL GERENTE GENERAL

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	Si	1	10%
b	No	9	90%

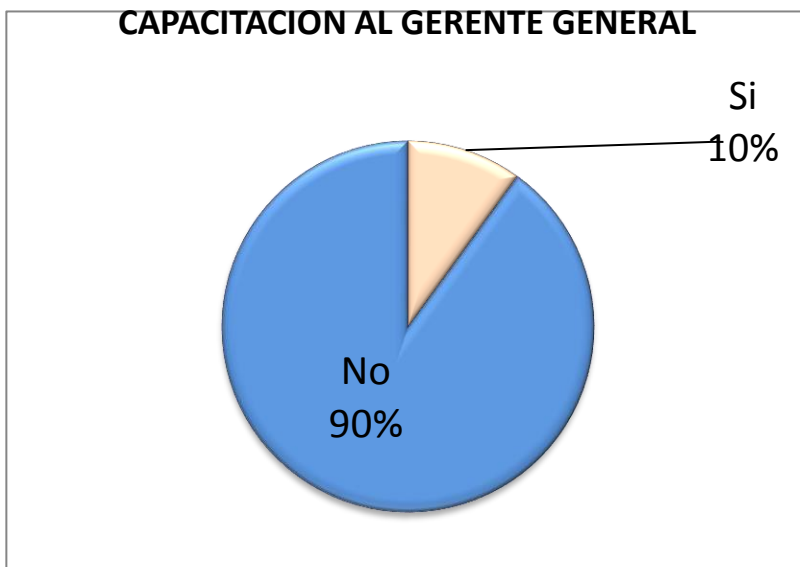


Figura 7.

Titulo.- CAPACITACION DEL GERENTE GENERAL

En la figura N° 07, se aprecia que el 90% de los gerentes generales no han sido capacitados, mientras que el 10% si han recibido capacitación.

8.- CAPACITACION DEL PERSONAL

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	Si	1	10%
b	No	9	90%
		10	100%

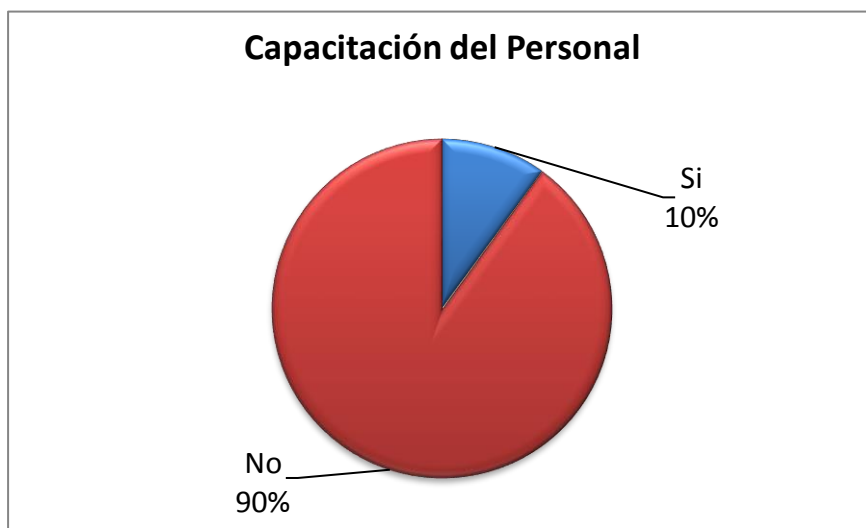


Figura 8.

Título.- CAPACITACION AL PERSONAL

En la figura N° 08, se aprecia que el 90% de los encuestados no ha capacitado a su personal, mientras que el restante 10% afirma que sí.

9.- ¿COMO CONCIERA LA CAPACITACION DENTRO DE SU EMPRESA?

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	Gasto	8	80%
b	Inversión	1	10%
C	Otros	1	10%
	Total	10	100%

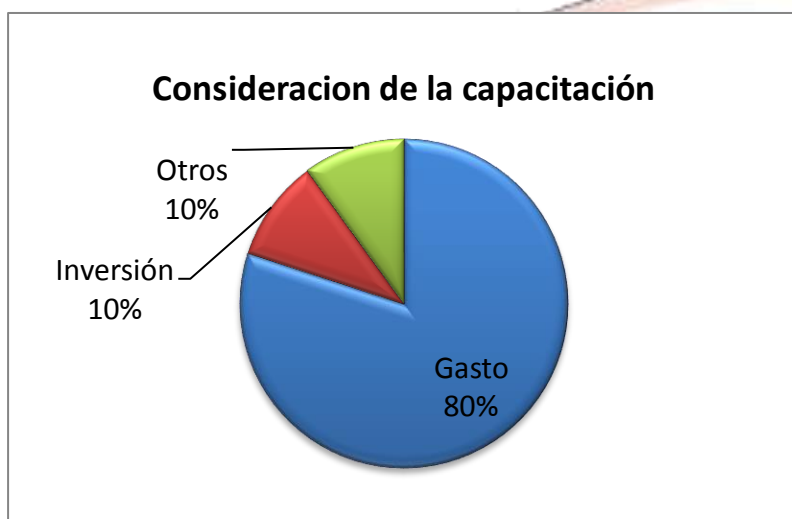


Figura 9. Título.-CAPACITACION DENTRO DE LA EMPRESA: En la figura N° 09 vemos que el 80% de las empresas concierne a la capacitación como un gasto, mientras que el 10% lo concidera como una inversión y el 10% restante no supo especificar.

10.- LE GUSTARIA IMPLANTAR LA CAPACITACION EN SU EMPRESA

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	Si	6	60%
b	No	4	40%

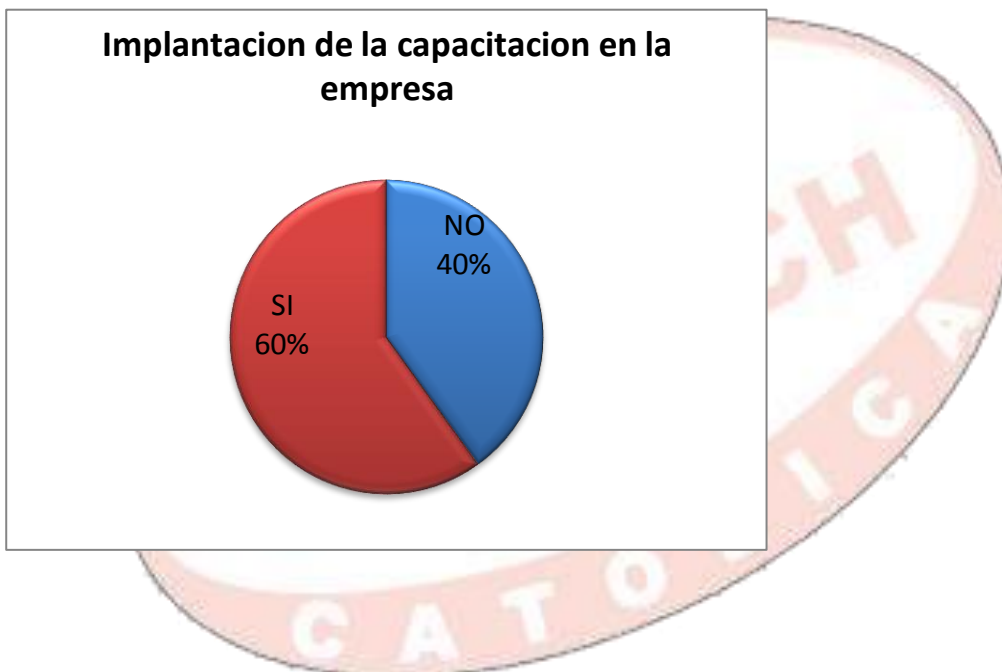


Figura 10. Titulo.- IMPLANTACION DE LA CAPACITACION EN LA EMPRESA

En la figura N° 10 vemos como el 40% de los encuestados no está predispuesto a brindar capacitación a sus trabajadores mientras que el 60% si está de acuerdo

11.- TEMAS DE CAPACITACION (GERENTE)

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a)	Marketing	3	30%
b)	Finanzas	6	60%
c)	Liderazgo	1	10%
d)	Otros	0	0%

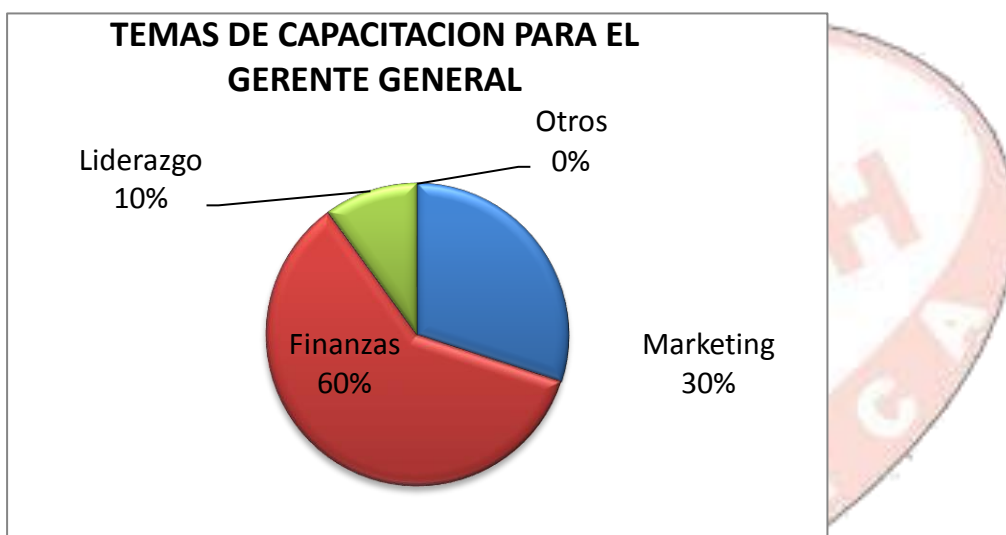


Figura 11. Titulo.- TEMAS DE CAPACITACION AL GERENTE GENERAL: En la figura 11 vemos como el 60% de los encuestados reconoce que necesita capacitación en finanzas, mientras que un 30% en Marketing, mientras que un 10% considera al liderazgo como su punto más débil.

12.- TEMAS DE CAPACITACION PARA LOS COLABORADORES

N°	DATOS	CANTIDAD	%
a	Atención al cliente	5	50%
b	Proceso productivo	2	20%
c	Inventarios	3	30%
d	Otros	0	0%
	Total	10	100%

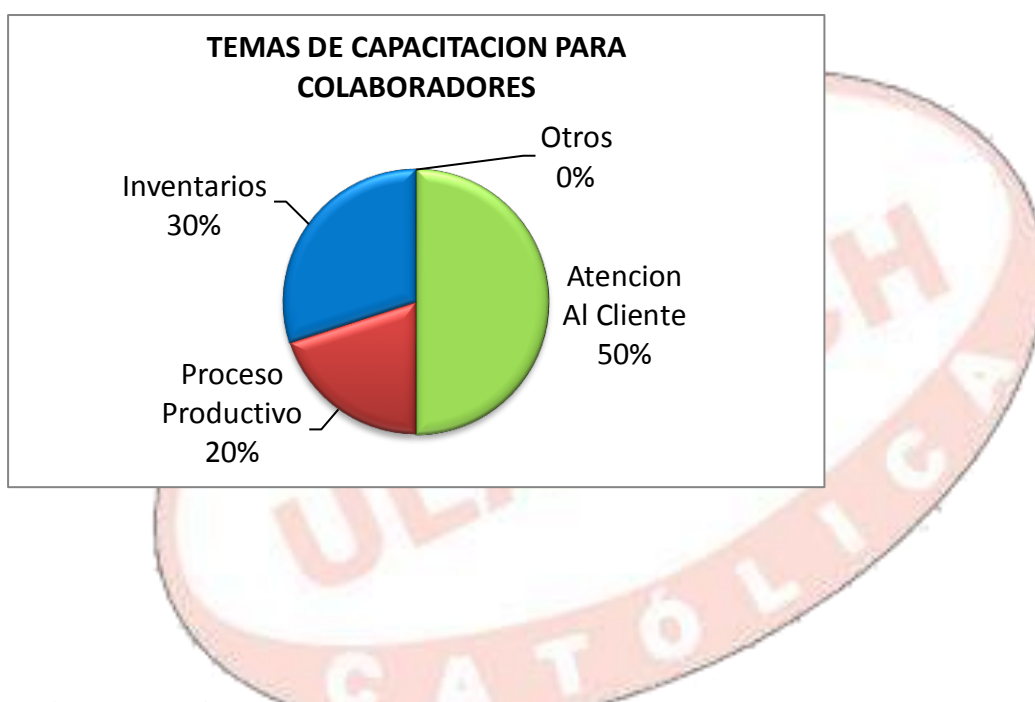
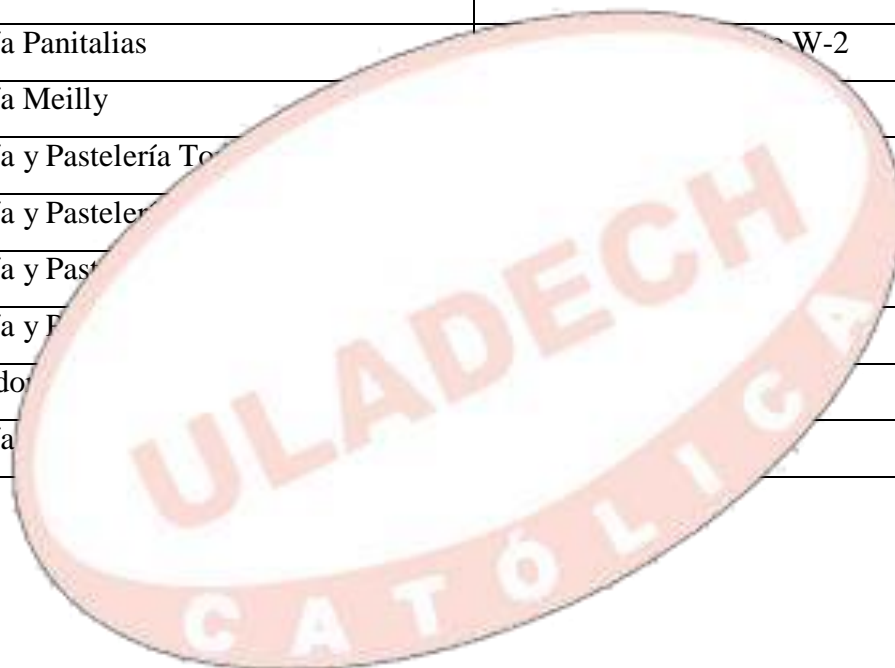


Figura 12. Titulo.- TEMAS DE CAPACITACION PARA LOS COLABORADORES

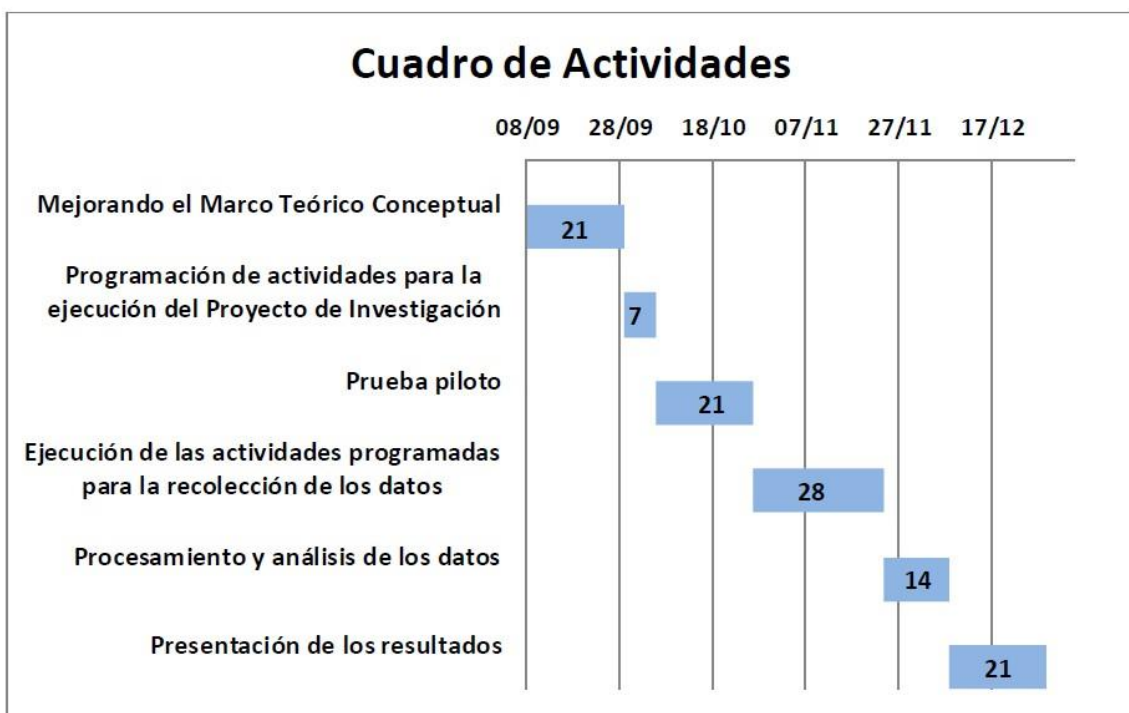
En la figura N° 12, se aprecia que 50% de los encuestados considera finalmente que les gustaría implantar un programa de capacitación para sus colaboradores en el tema de Atención al cliente, mientras que un 30% en inventarios y un 20% en mejorar el proceso productivo.

Anexo N° 04: Relación de Panaderías Encuestadas.


Nombre Comercial	Dirección
Panadería Don Lolo	Jr. Leoncio Prado 501
Panadería Panitalias	W-2
Panadería Meilly	
Panadería y Pastelería To	
Panadería y Pasteler	
Panadería y Past	
Panadería y P	
Panificador	
Panadería	



Anexo N° 05 Cuadro De Actividades Presentado En Diagrama De Gantt



Anexo N° 06 Cuadro de Actividades



Actividades	Inicio	Duración (Días)	Fin
Mejorando el Marco Teórico Conceptual	08/09/14	21	28/09/14
Programación de actividades para la ejecución del Proyecto de Investigación	29/09/14	7	05/10/14
Prueba piloto	06/10/14	21	26/10/14
Ejecución de las actividades programadas para la recolección de los datos	27/10/14	28	23/11/14
Procesamiento y análisis de los datos	24/11/14	14	07/12/14
Presentación de los resultados	08/12/14	21	28/12/14

Anexo N° 07 Cuadro de Gastos

Actividades y Materiales	Costos
Servicio de internet 3 meses	60.00
Consumo de energía extra para el desarrollo del informe y proyecto 3 meses	25.00
Pasajes por asesoría	50.00
Pasajes para la recolección de datos	25.00
Copias	15.00
1 millar Papel bond	25.00
Lapiceros	5.00
Tinta para impresión	70.00
Folders manilas + fasters	10.00
Refrigerios	50.00
Cuaderno	5.00
Empastado	100.00
Otros gastos	60.00
TOTAL	500.00