



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO CONFECCIÓN DE ROPA A
MEDIDA EN EL CENTRO COMERCIAL BAHÍA PLAZA CENTER
DEL DISTRITO DE CHIMBOTE – 2015**

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

AUTORA:

Br. GISELA ELIZABETH ZAVALA SILVA

ASESOR:

Dr. REINERIO CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ 2016

JURADO EVALUADOR

Mba. Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mg. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mg. Miguel Ángel Limo Vásquez

Secretario

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina

Asesor

AGRADECIMIENTO

Este presente informe de tesis es en agradecimiento a profesor Reinerio Centurión Medina por todos sus conocimientos impartidos durante la elaboración de este trabajo de investigación, gracias por sus conocimientos y apoyo incondicional.

DEDICATORIA

A Dios, a mi madre Maximina quien me ilumina cada día desde el cielo, a mi padre Andrés y a toda mi familia por acompañarme a lo largo del camino brindándome la fuerza necesaria para continuar adelante.

A mi hermano Marlon por el estímulo para seguir con el éxito profesional.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote –2015. La investigación fue de tipo descriptiva, el diseño de la investigación es no experimental y transversal, para el recojo de información se escogió como población a las MYPES del centro comercial plaza bahía center, la población fue de 25 MYPES y la muestra de 20 MYPES a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas. El resultado: El 70% de los representantes tienen entre los 51 a 60 años Respecto al tipo de sexo, la mayoría de personas son del sexo femenino con 70% y el 45% tiene secundaria completa. De la empresa: el 85% de las MYPES tienen entre 6 y más de 10 años en el mercado de las confecciones, el 100% de las MYPES nos indican que son formales. De la capacitación el 50% de las MYPES han sido capacitadas durante el último año, mientras que el otro 50% indican que no. El 90% de los representantes creen que con capacitación mejorarían su producción. El 60% de las MYPES encuestadas indico que si conocen programas de capacitación del gobierno y un 40% de ellos indican que no conocen, el 90% consideran que ña capacitación es una inversión para las MYPES.

Palabras claves: MYPES, capacitación, competitividad.

ABSTRACT

The present research was General Objective To determine the main characteristics of the Training of the Micro and Small Business service sector - clothing apparel category TAILOR In The Bay Plaza Shopping Center District of Chimbote -2015 Center. Research was descriptive, the research design is not experimental cross and, for information gathering was chosen as Population MYPES the Centro Plaza Bahia Las Mall, the population was 25 MYPES and Sample 20 MYPES one sample was evaluated UN Questionnaire 12 Questions. The result m: 70% of Representatives have between 51 to 60 years for the type of sex, Most People are female with 70% and 45% have secondary complete. Company: 85% of MSEs are 6 to More than 10 years in the market for Apparel, 100% of MSEs tell us that Formals son. Training of 50% of MSEs have been trained over the last year, while the other 50% indicate that 90% No. of Representatives believe that training would improve their production f. 60% of MSEs surveyed said that if they know Government Training Programs and a 40% indicate that they do not know, 90% consider that NA Training is an investment for MYPES.

Keywords: MYPES, training, competitiveness.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	i
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
TABLA DE CONTENIDO.....	vii
INDICE DE TABLA	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
2.1. Antecedentes	4
2.2. Marco Teórico.....	9
III METODOLOGÍA	19
3.1. Diseño de la Investigación	19
3.2 Población y Muestra	19
3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	20
3.4 Técnica e instrumento	21
3.5 Plan de análisis.....	21
3.6 Matriz de Consistencia:.....	22
3.7 Principios Éticos:	25
IV. RESULTADOS	26
4.1. Resultados	26
4.2. Análisis de Resultados	28
V. CONCLUSIONES	30
ANEXOS	34

INDICE DE TABLA

TABLA

Tabla 01. Características generales de las MYPES	26
Tabla 2. Características generales de las MYPES	27
Tabla 3: Capacitación de las MYPES	28

FIGURAS (Anexos)

Figura 1: Edad.....	34
Figura 2: Sexo	34
Figura 3: Grado de instrucción	35
Figura 4: Cargo	35
Figura 5: Tiempo.....	36
Figura 6: Su Empresa es formal.....	36
Figura 7: Ha tenido capacitación durante el último año	37
Figura 8: Con capacitación mejoraría su producción	37
Figura 9: Conoce algún programa del gobierno para las MYPES.....	38
Figura 10: Considera la capacitación como un gasto o una inversión.....	38
Figura 11: Su empresa ha mostrado crecimiento durante el último año.....	39
Figura 12: El crecimiento de su empresa.....	39

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES hoy en día son las unidades económicas que dan soporte a nuestra economía Peruana, una mayor tasa de desempleo incentiva a los buscadores activos de empleo a poner sus propias empresas como un mecanismo efectivo para combatir la falta de empleo asalariado.

Las MYPES contribuye con casi la mitad del Producto Bruto Interno, ocupa a 75 de cada 100 personas de la Población Económicamente Activa (PEA), y su complejidad económica productiva se incrementa por su precariedad social. Por ello, se requiere de un enfoque incluyente para atender a la MYPE como parte de la estrategia del desarrollo nacional. La MYPE no es el reino de la informalidad sino el mundo de la potencialidad emprendedora y productiva.

Según el INEI, el 88 % de la Población Económicamente Activa (PEA) del departamento de Ancash trabaja en micro, pequeñas o medianas empresas. De este total, el 69.2 % trabaja en las microempresas. El 9.6 % (33 mil 140 personas) trabaja en pequeñas empresas y el 9.2 % en medianas empresas. Mientras, apenas el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas. De acuerdo con la cantidad de PEA, en la provincia del Santa operan alrededor de 17 mil 467 microempresas, es decir negocios que tienen de 1 a 5 trabajadores a su cargo. Otras 1.574 son medianas empresas, que tienen de 6 a 10 trabajadores.

Valda (2010) en el Perú se crean 300 mil nuevas pequeñas empresas pero también salen del mercado 200 mil debido al contrabando, la competencia desleal, falta de capacitación, la falta de crédito y la brecha tecnológica. En el Perú se inició el programa PROMYPES para ayudar a promover la formación, consolidación y desarrollo sostenible de las MYPES ubicadas en los ámbitos rural y urbano del Centro del Perú.

En la ciudad de Chimbote hay un gran número de MYPES dedicadas a la confección de ropa a medida, el centro comercial plaza bahía center acoge muchos de ellos, es por todo esto que el siguiente estudio tiene como finalidad a conocer si las MYPES capacitación o no a su personal, cada qué periodo de tiempo se realiza la capacitación y como ha ayudado esto al desempeño de sus funciones de los trabajadores, por ello se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las MYPES del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote – 2015?

Para dar respuesta al enunciado del problema se plantea el siguiente objetivo general:
Objetivo General: Determinar las principales características de la capacitación de las MYPES del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro comercial Bahía Plaza Center, de Chimbote –2015.

Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro comercial Bahía Plaza Center, de la ciudad de Chimbote, 2015; Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro comercial Bahía Plaza Center, de la ciudad de Chimbote, 2015; Determinar las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro comercial Bahía Plaza Center, de la ciudad de Chimbote, 2015.

El presente trabajo de investigación se justifica porque se conoció las principales características de los representantes legales de la Micro y Pequeñas empresas, de la

MYPE y de la capacitación. Además se justifica porque servirá para dar a conocer a los micro y pequeños empresarios la importancia que tiene la capacitación del personal en las diferentes áreas y tareas que realizan, con el fin de ser más competitivos en el mercado empresarial. Finalmente se justifica porque servirá como base para otros estudios de investigación relacionados con la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Puecas, (2015). En su investigación sobre la “Caracterización del financiamiento y capacitación en las MYPES del sector productivo, rubro confección de polos en la ciudad de Chimbote, 2013” obtuvo los siguientes resultados; El 40% de los representantes de la MYPES tienen más de 60 años, el 30% están en el rango de edad de 41 a 50 años, el 20% entre 30 y 40 años y el restante 10% tiene entre 51 y 60 años. Con respecto al sexo el 90% son sexo femenino y el 10% masculino. En relación al estado civil el 50% son personas casadas, el 30% son solteros y el otro 20% otros. El 50% tienen grado de instrucción técnico, el 30% tiene secundaria incompleta y el 20% tiene estudios superiores universitarios. El 80% son propietarios de la empresa y el 20% de los restantes son administradores de las mismas. Respecto a la capacitación; El 60% de los microempresarios encuestados no se han capacitado en los últimos años y el 40% si han recibido capacitación entre 1 y varias veces.

Covarrubias, (2014). En su tesis sobre la “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector textil - rubro confecciones del emporio comercial gamarra, la victoria, provincia de lima, departamento de Lima - periodo 2012-2013” obtuvo los siguientes resultados:

Respecto a los empresarios a) La mayoría de los encuestados, tienen estudios universitarios y la minoría no concluyeron sus estudios. Respecto al Financiamiento a) La mitad de los encuestados obtuvieron el crédito en entidades de Banca Comercial y la otra mitad de entidades de la Banca no Comercial. b) La mayoría invirtió en mantenimiento

y/o modificación en el local y la minoría lo invirtió en capital, y una tercera parte no opina.

c) El monto del crédito obtenido en los dos últimos años. El año 2012, la mayoría no obtuvo ningún crédito. De los que obtuvieron crédito, la minoría se benefició con montos entre S/. 1,0 a S/. 3,000,0 y la tercera parte de S/.3001,0 a S/. 10,000,0. En el año 2013, la mayoría no obtuvo ningún crédito. De los que obtuvieron crédito, la minoría se benefició con montos entre S/. 1,0 a S/. 3,000,0 y la tercera parte de S/.3, 001,0 a S/. 10,000,0.

Respecto a la Capacitación a) La mitad manifestó que recibió capacitación y la otra mitad, manifestó que no. b) La mayoría participaron en el tema de Inversión de Créditos Financieros y la minoría participó en otros cursos. Respecto del Empresario y los trabajadores a) Qué la mayoría manifestó que su rentabilidad de la empresa había mejorado; la minoría dijo que no y una tercera parte no opina. b) La mayoría manifestó que si había disminuido; la minoría dijo que no y un tercera parte no opina. c) La mayoría de encuestados encontramos que recibieron más de tres veces capacitación y la minoría sólo dos veces. Respecto de la Rentabilidad Empresarial a) La mayoría manifestó que su empresa había mejorado y la minoría dijo que no y otros no opinan. b) La mayoría manifestó que si, qué en el 2012 fue mejor que el 2013.

Mamani, (2014). En su investigación sobre la “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de Juliaca periodo 2012 - 2013” obtuvo los siguientes resultados: respecto a los empresarios - De las MYPES encuestadas se establece que los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 26 y 60 años en un 93% y jóvenes tan sólo el 7%. El 80% de los representantes legales encuestados son del sexo masculino y el 20% es de sexo femenino. El 20% de los representantes legales de las MYPES poseen instrucción superior no universitaria completa, el 53% secundaria completa, y el 27% poseen superior no universitaria

incompleta. Respecto a las características de las MYPES - El 47% de los microempresarios encuestados están en el rubro y sector hace más de 3 años. El 87% de los microempresarios encuestados afirman que su empresa es formal. Respecto al Financiamiento, El 87% de las MYPES encuestadas recibieron créditos financieros del sistema no bancario y el 13% recibieron créditos otros. El 80% de las MYPES encuestadas consideran que las entidades no bancarias dan mayores facilidades para la obtención de créditos y el 20% considera otros. El 93% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en capital de trabajo, el 7% no precisa. Respecto a la Capacitación: El 93% de los empresarios encuestados no precisan y el 7% dijeron que si recibieron capacitación. El 27% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que la capacitación es relevante para su empresa y el 73% no precisan. Respecto a la Rentabilidad: El 80% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que la capacitación sí mejora la rentabilidad de sus empresas, y el 20% no sabe precisar. El 60% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que la rentabilidad de sus empresas sí mejoró en los 2 últimos años, y el otro 40% no supo precisar.

Paredes, (2015). En su investigación sobre “Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro confecciones de prendas de vestir del distrito de nuevo Chimbote, 2013” obtuvo las siguientes conclusiones: la mayoría de los representantes legales encuestados de las MYPES sector servicios de confecciones en Nuevo Chimbote son personas adultas, mujeres con estudios profesionales técnicos. La mayoría de los representantes legales encuestados de las MYPES sector servicios de confecciones de prendas en Nuevo Chimbote tienen más de 3 años en el mercado con 1-3 trabajadores porque tienen un segmento de mercado pequeño para poder cumplir con sus actividades y servicios solo necesitan a un mínimo personal, pudiendo cambiar en

temporadas festivas y tienen como objetivo principal generar ingresos para sus familias ya que es la razón principal de su negocio.

Loyaga, (2013). En su investigación sobre la “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector textil rubro confecciones de Chimbote, año 2010” obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los datos de los propietarios. El 65% de los propietarios son mujeres, el 35% son hombres; de todos los propietarios, el 11% tiene formación secundaria completa, el 74% tiene formación técnica, y el 16% tiene formación universitaria. Respecto al perfil de las MYPES. El 55% de MYPES tiene más de tres años de antigüedad, el 30% tiene tres años de antigüedad, y el otro 15% tiene 2 años de antigüedad. El 85% de las empresas tiene entre 01 y 05 trabajadores, mientras que el otro 15% tiene entre 06 y 10 trabajadores. El 80% de estas empresas se formaron con capital propios, mientras que el otro 20% con capital ajeno. El 55% de las MYPES tiene como objetivo maximizar sus ganancias, otro 30% tiene como objetivo dar empleo a la familia, y el otro 15% tiene como objetivo generar ingresos para la familia. Respecto a la capacitación de las MYPES. El 30% de los empresarios recibió capacitación antes del financiamiento, el 70% no recibió capacitación. El 70% de los gerentes (propietarios) de las MYPES se capacitaron al menos un vez, el 20%, dos veces, y el 10%, tres veces. El 35% de las empresas capacita a sus trabajadores, el otro 65% no lo hace. De las personas capacitadas, el 71% lo hizo una vez, el 29% se capacitaron dos veces. El 43% se capacitó en temas referidos a la inversión de créditos, y un 57% en otros referidos al giro del negocio. El 65% de las MYPES considera que la capacitación es una inversión, el 35% piensa lo contrario. El 80% cree que la rentabilidad mejora con la capacitación, el 20% dice que no. El 80% cree que la capacitación mejora la competitividad, el 20% dice que no.

Trujillo, (2009). En su investigación sobre la “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector Industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito del Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008- 2009”. Respecto a los empresarios: La edad de los representantes legales de las MYPES encuestadas que más predomina es la que fluctúa en el rango de 45 a 64 años con un 55 %. El 65% de los representantes legales encuestados son de sexo masculino. El 40% de los empresarios encuestados tienen el grado de instrucción Técnica Superior y la universitaria respectivamente. Respecto a la capacitación: El 60% de los empresarios encuestados dijeron que no recibieron capacitación previa antes del otorgamiento de dicho crédito y el 15% dijeron que sí recibieron capacitación. El 70% de los empresarios encuestados que recibieron capacitación, lo hicieron en cursos de marketing empresarial 30%, manejo empresarial 15%, inversión del crédito financiero 5%. El 70% de encuestados que tuvieron capacitación opinó que si mejoró la competitividad de su negocio. Respecto a las MYPES, los empresarios y los trabajadores: El 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron tener más de 3 años en la actividad empresarial (rubro de confecciones ropa deportiva). El 70% de los empresarios dijeron que tienen de 1 a 3 trabajadores, el 30% dijeron que tienen de 4 a 8 trabajadores. El 85% de los empresarios encuestados tienen por objetivo el de generar ingresos para la familia, el 10% para maximizar ganancias y un 5% dar empleo a la familia. El 85% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que sus trabajadores no recibieron ningún curso de capacitación. El 15% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que sus trabajadores recibieron los cursos de capacitación en el año 2009. El 60% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que consideran que la capacitación de su personal es relevante para su empresa y el 40% dijeron que no es relevante. El 15% de los representantes legales de las MYPES

encuestados que dijeron que sus trabajadores fueron capacitados lo hicieron, el 5% en prestación de mejor servicio al cliente y el 10% en otros servicios afines al negocio. El 90% de los representantes legales considera que la capacitación si mejora la capacitación si mejora la rentabilidad de su empresas y el 10% dijeron que no.

2.2. Marco Teórico

La MYPE

Según la (Ley N° 30056).

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Características de las MYPE a. Niveles de ventas anuales:

- La microempresa hasta un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT.
- La pequeña empresa a partir de monto máximo señalado para las microempresas y hasta 1700 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.

Clasificación de la Microempresa

Según Salazar (2011). Considera tres tipos de microempresa:

- Microempresa 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.

- Microempresa de subsistencia: Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- Microempresa 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.

Chiavenato (2009). Considera que la capacitación es un medio para apalancar el desempeño en el trabajo. La capacitación casi siempre ha sido entendida como el proceso mediante el cual se prepara a la persona para que desempeñe con excelencia las tareas específicas del puesto que ocupa. Actualmente la capacitación es un medio que desarrolla las competencias de las personas para que puedan ser más productivas, creativas e innovadoras, a efecto de que contribuyan mejor a los objetivos organizacionales y se vuelvan cada vez más valiosas. Así, la capacitación es una fuente de utilidad, porque permite a las personas contribuir efectivamente en los resultados del negocio. En estos términos, la capacitación es una manera eficaz de agregar valor a las personas, a la organización y a los clientes. Enriquece el patrimonio humano de las organizaciones y es responsable de la formación de su capital intelectual. Aun cuando en este capítulo hablaremos de tres concepciones de capacitación, la tercera será la que reciba mayor atención por su importancia. Existe una diferencia entre la capacitación y el desarrollo de las personas. Aun cuando sus métodos para afectar el aprendizaje sean similares, su perspectiva de tiempo es diferente. La capacitación se orienta al presente, se enfoca en el puesto actual y pretende mejorar las habilidades y las competencias relacionadas con

el desempeño inmediato del trabajo. El desarrollo de las personas, en general, se enfoca en los puestos que ocuparán en el futuro en la organización y en las nuevas habilidades y competencias que requerirán ahí. Los dos, la capacitación y el desarrollo son procesos de aprendizaje.

Chacaltana (2005), la capacitación proporcionada por el empleador es uno de los tópicos donde ha habido más desarrollo teórico en la economía laboral durante las últimas décadas. La teoría predominante es la teoría del capital humano, la cual tiene diversas variantes, pero también existen algunos desarrollos interesantes del análisis institucionalista. En lo que sigue revisaremos los principales postulados de cada una de estas teorías

Alles (2000), manifiesta que es un proceso de aprendizaje en el que se adquieren habilidades y conocimientos necesarios para alcanzar objetivos definidos, siempre en relación con la visión y la misión de la empresa, sus objetivos de negocios y los requerimientos de la posición que se desempeña o a desempeñar.

Hellriegel, Jackson, & Slocum (2011) nos dice que Cuando los niveles de desempleo son muy altos, los empleadores tiene relativamente poca dificultad para contratar a las personas que cuentan con competencias que requieren para un buen desempeño su trabajo. Sin embargo, en épocas de escasez, contratar gente calificada se vuelve mucho más difícil. La capacitación se ha convertido en parte de columna vertebral de la instrumentación de estrategias. La capacitación imparte a los empleados los conocimientos y las habilidades necesarios para sus actividades actuales. El desarrollo implica un aprendizaje que va más allá del trabajo diario y posee un enfoque a largo plazo. Prepara a los empleados para mantenerse al mismo ritmo que la organización, a medida que ésta cambia y crece. En casi todos los mercados, los clientes exigen mayor

calidad, costos más bajos y ciclos más rápidos. Para satisfacer estos requerimientos, las empresas deben mejorar continuamente. No obstante, la ventaja competitiva más importante para cualquier empresa es su fuerza laboral, una que siga siendo competente por medio de esfuerzos continuos de capacitación y desarrollo.

Werther (2008), nos dice que la capacitación (el desarrollo de habilidades técnicas, operativas y administrativas para todos los niveles del personal) auxilia a los miembros de la organización a desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden prolongarse durante toda su vida laboral y pueden ayudar en el desarrollo de la persona para cumplir futuras responsabilidades. Muchos programas que se inician sólo para capacitar a un empleado concluyen ayudándolo en su desarrollo e incrementando su potencial como empleado de intermedio, o incluso de nivel ejecutivo. Aunque en ocasiones la diferencia entre capacitación y desarrollo profesional es tenue, se entiende por desarrollo los programas dirigidos en especial a niveles de mandos medios y superiores, a corto, mediano y largo plazos.

Capacitación de instrucción sobre el puesto:

La instrucción directa sobre el puesto se imparte durante las horas de trabajo. Se emplea básicamente para enseñar a personal operativo o de primera línea a desempeñar su puesto actual. La instrucción es impartida por un facilitador, un supervisor o un compañero de trabajo. Cuando se planea y se lleva acabo de manera adecuada. En la mayoría de los casos, sin embargo, el interés del facilitador se centra en la producción, y no en una buena técnica de capacitación. En la instrucción directa sobre el puesto se distinguen varias etapas. En primer lugar, se da a la persona que recibirá la capacitación una descripción general del puesto, su objetivo y los resultados que se esperan de él, destacando la importancia de la capacitación. A continuación el facilitador muestra

cómo realizarlo. De esta manera el empleado puede transferir sus conocimientos a supuesto. En seguida se pide al nuevo elemento que realice la labor de acuerdo con él.

Evaluación de la capacitación y el desarrollo:

Por definición, el proceso de capacitación y desarrollo posibilita y provoca el cambio. Gracias a esto, los empleados mediocres se pueden transformar en trabajadores capaces, y los trabajadores comprometidos se desarrollan para cumplir nuevas responsabilidades. A fin de verificar el éxito de un programa, los gerentes de recursos humanos deben insistir en la evaluación sistemática de su actividad. Las etapas de evaluación de un proceso de capacitación deben seguir los pasos descritos. En primer lugar, es necesario establecer las normas de evaluación, antes de que se inicie el proceso de capacitación, las cuales pueden basarse en los parámetros establecidos. A continuación se administra a los participantes un examen anterior a la capacitación, para determinar el nivel de sus conocimientos. Un examen posterior a la capacitación y la comparación entre ambos resultados permite verificar los alcances del programa. Si la mejora es significativa puede considerarse que el programa logró sus objetivos. El programa de capacitación habrá logrado sus objetivos totalmente si se cumplen todas las normas de evaluación y si existe la transferencia al puesto de trabajo. Los criterios que se emplean para evaluar la efectividad de la capacitación se basan en los resultados del proceso. Los facilitadores se interesan especialmente en los resultados que se refieren a:

1. Las reacciones de los facilitados al contenido del programa y al proceso en general.
2. Los conocimientos que se hayan adquirido mediante el proceso de capacitación.
3. Los cambios en el comportamiento que se deriven del curso de capacitación.
4. Los resultados o mejoras mensurables para cada miembro de la organización, como menor tasa de rotación, de accidentes o de absentismo. (Werther 2008).

Chiavenato (2009), el enfoque de la capacitación, además de ocuparse de la información, las habilidades, las actitudes y los conceptos, ahora se orienta al desarrollo de ciertas competencias que desea la organización. Esta capacitación se basa en un mapa, trazado previamente, de las competencias esenciales para el éxito de la organización. A continuación, estas competencias esenciales se dividen en áreas de la organización y en competencias individuales. Todas las competencias —al nivel organizacional, divisional e individual se definen de forma clara y objetiva para que todos los asociados las puedan entender. A partir de esta definición se establecen los programas de capacitación para todo el personal involucrado. La capacitación constituye el núcleo de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar las competencias de las personas y, en consecuencia, el desempeño de la organización. Se trata de uno de los procesos más importantes de la administración de recursos humanos.

Proceso de capacitación:

La capacitación es un proceso cíclico y continuo que pasa por cuatro etapas:

1. El diagnóstico consiste en realizar un inventario de las necesidades o las carencias de capacitación que deben ser atendidas o satisfechas. Las necesidades pueden ser pasadas, presentes o futuras.
2. El diseño consiste en preparar el proyecto o programa de capacitación para atender las necesidades diagnosticadas.
3. La implantación es ejecutar y dirigir el programa de capacitación.
4. La evaluación consiste en revisar los resultados obtenidos con la capacitación.

Diagnóstico de las necesidades de capacitación:

La primera etapa de la capacitación es levantar un inventario de las necesidades de capacitación que presenta la organización. Esas necesidades no siempre están claras y se deben diagnosticar con base en ciertas auditorías e investigaciones internas capaces de localizarlas y descubrirlas. Las necesidades de capacitación son carencias en la preparación profesional de las personas, es la diferencia entre lo que una persona debería saber y hacer y aquello que realmente sabe y hace. Significan una discordancia entre lo que debería ser y lo que realmente es. Una necesidad de capacitación es un área de información o de habilidades que un individuo o un grupo deben desarrollar para mejorar o aumentar su eficiencia, eficacia y productividad en el trabajo. En la medida en que la capacitación se enfoque en estas necesidades y carencias y las elimine, entonces será benéfica para los colaboradores, para la organización y, sobre todo, para el cliente. De lo contrario, representará un desperdicio o una simple pérdida de tiempo. La capacitación de las personas en la organización debe ser una actividad continua, constante e ininterrumpida. Incluso cuando las personas presentan un excelente desempeño, siempre se debe introducir o incentivar alguna orientación y mejoría de las habilidades y las competencias. La base principal para los programas de mejora continua es la constante capacitación de las personas para que alcancen niveles cada vez más elevados de desempeño. La capacitación funciona como el principal catalizador de ese cambio.

Tipos de capacitación:

La capacitación se puede dar de varias maneras: en el trabajo, en clase, por teléfono, por medio de la computadora o por satélite. Los medios son muy variados. Por cuanto se refiere al lugar donde ocurre, la capacitación puede ser:

1. La capacitación en el puesto es una técnica que proporciona información, conocimiento y experiencia en cuanto al puesto. Puede incluir la dirección, la rotación de puestos y la asignación de proyectos especiales. La dirección presenta una apreciación crítica sobre la forma en que la persona desempeña su trabajo. La rotación de puestos implica que una persona pasa de un puesto a otro con el fin de comprender mejor a la organización como un todo. La asignación de proyectos especiales significa encomendar una tarea específica para que la persona aproveche su experiencia en determinada actividad.

2. Las técnicas de clase utilizan un aula y un instructor para desarrollar habilidades, conocimientos y experiencias relacionados con el puesto. Las habilidades pueden variar desde las técnicas (como programación de computadora) hasta las interpersonales (como liderazgo o trabajo en grupo). Las técnicas de clase desarrollan habilidades sociales e incluyen actividades como la dramatización (role playing) y juegos de empresas (business games).

Evaluación del programa de capacitación:

Es necesario saber si el programa de capacitación alcanzó sus objetivos. La etapa final es la evaluación para conocer su eficacia, es decir, para saber si la capacitación realmente satisfizo las necesidades de la organización, las personas y los clientes. Como la capacitación representa un costo de inversión los costos incluyen materiales, el tiempo del instructor y las pérdidas de producción mientras los individuos se capacitan y no desempeñan su trabajo se requiere que esa inversión produzca un rendimiento razonable. Lo primordial es evaluar si el programa de capacitación satisfizo las necesidades para las cuales fue diseñado.

Las principales medidas para evaluar la capacitación son:

1. Costo: Cuál ha sido el monto invertido en el programa de capacitación.
2. Calidad: Qué tan bien cumplió las expectativas.

3. Servicio: Satisfazo las necesidades de los participantes o no.
4. Rapidez: Qué tan bien se ajustó a los nuevos desafíos que se presentaron.
5. Resultados: qué resultados ha tenido.

Si las respuestas a las preguntas anteriores fueran positivas, entonces el programa de capacitación habrá tenido éxito. Si fueran negativas, el programa no habrá alcanzado sus objetivos y su esfuerzo sería inútil y no tendría efecto. La evaluación del programa ayuda a tener en mente una pregunta fundamental: ¿cuál es su objetivo? ¿En qué medida se ha alcanzado ese objetivo? (Chiavenato 2009)

Para Dessler (2009) Capacitar significa proporcionar a los empleados nuevos o antiguos las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo. Esto podría significar mostrar a un nuevo diseñador de páginas Web las complejidades de su sitio; a un nuevo vendedor, la manera de vender el producto de su empresa; a un nuevo supervisor, cómo llenar los documentos de la nómina semanal. O bien, en forma simple, pedir al empleado actual que explique al nuevo trabajador acerca del puesto o, en el otro extremo, un proceso de varias semanas con clases en un salón o por Internet. En cualquier caso, la capacitación es una de las bases de una buena administración, y una tarea que los gerentes no deben ignorar. El hecho de tener empleados con un alto potencial no garantiza su éxito, ellos deben saber lo que usted desea que hagan y cómo quiere que lo hagan. De no ser así, tenderán a improvisar, por lo que no dejarán de ser productivos.

Costos y beneficios de la capacitación

a) Los costos

- Salario del entrenador.
- Material para el entrenamiento.
- Costo de la logística.

- Equipamiento.
- Transporte.
- Costo de las horas perdidas del empleado que asiste al curso.

b) Los beneficios

- Incremento en la producción.
- Reducción de errores.
- Reducción de la rotación.
- Menor necesidad de supervisión.
- Enriquecimiento del puesto de trabajo.
- Cambio del comportamiento por parte de los asistentes, el cambio de actitudes derivado de los procesos de entrenamiento es tratado por Edwards (1996).

III METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la Investigación

Para la elaboración de la investigación se utilizó el diseño No experimental Transversal – Descriptivo.

- No experimental, porque se realizó sin manipular premeditadamente las variables, es decir, se basa fundamentalmente en la observación del fenómeno tal como se da en su contexto.
- Transversal, porque el estudio se realizó en el año 2015 es decir un determinado espacio de tiempo.
- Descriptivo, porque sólo se describieron las partes más relevantes de la capacitación como variable en estudio.

3.2 Población y Muestra

3.2.1. Población: La población estuvo constituida por todas las MYPES del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida del centro comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote, las mismas que hacen un total de 25 MYPES, esto se realizó mediante un sondeo efectuado en dicho centro comercial (anexo 02).

3.2.2. Muestra: La muestra se hizo con 20 micro empresarios del centro comercial Bahía Plaza Center, en donde se concentra la mayoría de empresas dedicados al rubro de confecciones de ropa a medida de la Ciudad de Chimbote.

3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición de la variable	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Capacitación	Conjunto de actividades orientadas hacia una ampliación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente.	Conocimiento	Tipos de capacitación, Cursos sobre confecciones, remallados, manejo de máquinas para bordados.	Nominal
		Personas	Dirigidos a Dueños, costureras, remalladores.	Nominal
		Rendimiento	La capacitación logró el incremento de producción, mano de obra más rápida.	Nominal
		Preparación	Cada cuanto tiempo se prepara el personal, quienes requieren más preparación, hace cuando no existe capacitación	Nominal
		Situación legal	Formal Informal	Nominal
		Tiempo en el negocio	1 a 3 años. 4 a 6 años. 7 a 9 años. De 10 años a más.	Cuantitativo
		Gasto /inversión	La capacitación	Nominal

3.4 Técnica e instrumento

3.4.1 Técnica:

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

3.4.2 Instrumento:

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó un cuestionario pre estructurado con 12 preguntas relacionadas a la investigación. La aplicación de los instrumentos antes mencionados fue realizada por la investigadora, quien se preparó especialmente para ello.

3.5 Plan de análisis:

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación y proceso de los datos se utilizó como soporte los programas de Microsoft Office Excel y Microsoft Office Word.

3.6 Matriz de Consistencia:

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	METODOLOGÍA		
			POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las MYPES del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote – 2015?	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar las principales características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote –2015?</p>	Capacitación	<p>La población estará conformada por propietarios de las Micro y pequeñas empresas del Centro Comercial Bahía Plaza Center de la ciudad de Chimbote.</p> <p>La muestra será de (20) del total de micro empresas.</p>	<p>Diseño de Investigación:</p> <p>No experimental transversal descriptivo.</p> <p>Tipo de Investigación:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Cuantitativa</p> <p>No experimental: porque se realizará sin</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario.</p>

	<p>Objetivos Específicos : Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro comercial Bahía Plaza Center. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro</p>			<p>manipular premeditadamente las variables, es decir, se basa fundamentalmente en la observación del fenómeno tal como se da en su contexto. Transversal, porque el estudio se realizará en el año 2015 es decir un determinado espacio de tiempo. Descriptivo, porque sólo se describirán las partes más relevantes de la capacitación como variable en estudio.</p>	
--	---	--	--	--	--

	<p>comercial Bahía Plaza Center.</p> <p>Determinar las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro confecciones de ropa a medida en el centro comercial Bahía Plaza Center.</p>				
--	---	--	--	--	--

3.7 Principios Éticos:

El proyecto de investigación se elaborará basado los principios básicos de confiabilidad y con total veracidad al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio, así como también se mostrará respeto a la dignidad de la persona y respeto a la propiedad intelectual, así mismo se reconoce que toda información utilizada en el presente trabajo ha sido utilizada para fines académicos exclusivamente.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Tabla 01. Características generales de las MYPES del sector servicio - rubro confección de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote – 2015.

Datos Generales	Número de MYPES	Porcentaje
Edad (años)		
20 – 34	1	5,0
35 - 50	5	25,0
51 - 60	14	70,0
Total	20	100,0
Sexo		
Masculino	6	30,0
Femenino	14	70,0
Total	20	100,0
Grado de Instrucción		
Secundaria completa	9	45,0
Secundaria incompleta	2	10,0
Técnico completo	6	30,0
Universidad	3	15,0
Total	20	100,0
Cargo		
Dueño	18	90,0
Empleado	2	10,0
Total	20	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector servicio rubro confección de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote – 2015.

Tabla 2. Características generales de las MYPES del sector servicio - rubro confección de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote – 2015.

De la Empresa:	Número de MYPES	Porcentaje
Tiempo que se dedica a esta actividad empresarial		
1 a 2 años	3	15,0
3 a 4 años	0	0,0
4 a 5 años	0	0,0
10 a más	17	85,0
Total	20	100,0
Su empresa es formal		
Si	20	100,0
No	0	0,0
Total	20	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector servicio rubro confección de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote – 2015.

Tabla 3: Capacitación de las MYPES del sector servicio - rubro confección de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote – 2015.

Capacitación	Número de MYPES	Porcentaje
Ha tenido capacitación durante el último año		
Sí	10	50,0
No	10	50,0
Total	20	100,0
Considera que con capacitación mejoraría su negocio		
Si	18	90,0
No	2	10,0
Total	20	100,0
Conoce algún programa de capacitación		
Sí	12	60,0
No	8	40,0
Total	20	100,0
La capacitación es una inversión o un gasto		
Inversión	18	90,0
Gasto	1	5,0
Ambos	1	5,0
Total	20	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector servicio rubro confección de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center, del Distrito de Chimbote – 2015.

4.2. Análisis de Resultados

Características de los Representantes

- ✓ Se observar que la mayoría de los representantes que se dedica al rubro de las confecciones son personas cuya edad fluctúa entre de 51 y 60 años. Esto concuerda con los resultados obtenidos por Mamani, donde el 93% de los representantes son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 26 y 60 años.
- ✓ El 70% de los representantes encuestados son del sexo femenino (Tabla 01), lo que contrasta con los resultados de Puestas y Paredes, donde la mayoría de los representantes de las MYPES son mujeres.

- ✓ El 45% de los encuestados tienen como grado de instrucción secundaria completa, el 30% de ellos cuentan con una carrera técnica completa, el 15% de ellos terminaron la universidad y el 10% no terminaron la secundaria (Tabla 01), coincidiendo con los resultados de Mamani quien nos dice que la mayoría de representantes legales cuentan con secundaria completa.
- ✓ El 90% de los encuestados son propietarios que se hacen cargo del negocio y solo el 10% contrata a un empleado para que esté a cargo de su negocio, (Tabla 01). Esto coincide con los resultados obtenidos por Puentes, El 80% son propietarios de la empresa.

Respecto al perfil de la MYPE

- ✓ Se tiene que el 100% de las MYPES encuestadas son formales.
- ✓ La gran mayoría cuenta con 6 años a 10 de experiencia, lo que nos indica que los dueños de las MYPES tienen amplia experiencia en el rubro de las confecciones de tal manera que ya se ha logrado un posicionamiento en el mercado.

Respecto a la capacitación

- ✓ El 50% de los encuestados tuvieron capacitación durante el último año (Tabla 03). Esto coincide con los resultados obtenidos por Covarrubias, donde la mitad de los encuestados manifestó que recibió capacitación.
- ✓ El 90% considera que las capacitaciones ayudarían a mejorar su producción y obtener mejor rentabilidad (Tabla 03). Esto concuerda con los resultados encontrados por Loyaga. El 80% cree que la rentabilidad mejora con la capacitación.
- ✓ El 60% de encuestados conocen los programas de capacitación que brinda el gobierno dirigidos a las MYPES.
- ✓ Un 90% de los encuestados coincide en que la capacitación es una inversión que va a permitir incrementar la producción (Tabla 03), esto coincide con los resultados encontrados por Loyaga. El 65% de las MYPES considera que la capacitación es una inversión.

V. CONCLUSIONES

Como consecuencia de todo el análisis efectuado en el presente estudio se han obtenido a las siguientes conclusiones:

- ✓ La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas, son personas adultas, de sexo femenino y en su mayoría tienen un grado de instrucción de secundaria completa.
- ✓ El 100% de las MYPES son formales y cuentan con más de 10 años de experiencia en el rubro de las confecciones de ropa a medida.
- ✓ Cerca de la mitad de los encuestados desconocen los programas de capacitación que brinda el gobierno a través de los Organismos Estatales como: el Ministerio de la Producción, el OSCE y el Ministerio de Trabajo; dictan y promueven programas de capacitación orientadas a la mejora de la competitividad y promoción de acceso a la formalidad, asesorías, estar capacitados en temas de gestión empresarial, calidad, diseño de productos.
- ✓ La mayor parte de los microempresarios no han recibido capacitación durante los últimos años.
- ✓ La mayoría coincide en que la capacitación sí mejora la rentabilidad y que la capacitación es una inversión que va a permitir incrementar su producción.

Referencias bibliográficas

1. INEI. (Setiembre de 2013). *emprenDE*. Obtenido de <http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequeñas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/>
2. Lastra, E. (Agosto de 2014). Estrategia integral para promover las MYPES. Obtenido de <http://senalalternativa.com/columnistas/estrategia-integral-para-promover-a-las-MYPE.html>
3. Valda, J. (2010). grandes pymes. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2010/05/18/peru-200-mil-nuevas-MYPES-desaparecen-anualmente-2/>
4. El Ferrol disponible en: <http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-las-MYPES-en-chimbote-como-aceleramos-el-motor>
5. Janampa, G., Matute, H., & Albújar, J. (2008). Sistema nacional de capacitación para la MYPE Peruana. Lima: Cordillera.
6. Puestas, S. (2015). “Caracterización del financiamiento y capacitación en las MYPES del sector productivo, rubro confección de polos en la ciudad de Chimbote, 2013. (Tesis de pregrado).Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
7. Covarrubias, N. (2014). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector textil - rubro confecciones del emporio comercial gamarra, la victoria, provincia de lima, departamento de Lima - periodo 2012-2013. (Tesis de pregrado).Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
8. Mamani, M. (2014). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de Juliaca periodo 2012 – 2013” (Tesis de pregrado).Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

9. Paredes, K. (2015). “caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro confecciones de prendas de vestir del distrito de nuevo Chimbote, 2013” (Tesis de pregrado).Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
10. Loyaga, E. (2013) “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector textil rubro confecciones de Chimbote, año 2010” (Tesis de pregrado).Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
11. Trujillo, M. (2009) “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector Industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito del Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008-2009”. (Tesis de pregrado).Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
12. Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano (3 ed.). Mexico: McGRAW-HILL.
13. Chacaltana, J. (2005). “Capacitación laboral proporcionada por las empresas: El caso peruano”. Lima. Centro de Estudios para el Desarrollo y la Partición-CEDEP.
14. Hellriegel, Jackson, S. E., & Slocum, J. N. (2011). ADMINISTRACIÓN un enfoque basado en competencias. MEXICO: Artgraph, Pag. 440.
15. Werther, w. (2008). Administración de Recursos Humanos. El Capital Humano De Las Empresas (6 ed.). Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
16. Abraham, P. (1993). Como evaluar las acciones de la capacitación, Barcelona: Ediciones Granica.
17. Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano (3 ed.). Mexico: McGRAW-HILL
18. Dessler, G. (2009). Administración de recursos humanos (11 ed.). Mexico: Prentice Hall
19. Vigil, Y. (s.f.). Monografias.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos58/formacion-MYPES/formacionMYPES2.shtml>

20. Martínez, M. R. (08 de 11 de 2013). MONOGRAFÍAS.COM. Obtenido de www.monografias.com/trabajos98/desarrollo-del-capital-humano-y-capacitacion/desarrollo-del-capital-humano-y-capacitacion.shtml - [ixzz3naFvm3uH](http://www.monografias.com/trabajos98/desarrollo-del-capital-humano-y-capacitacion/desarrollo-del-capital-humano-y-capacitacion.shtml#ixzz3naFvm3uH)
21. Los conglomerados productivos de las MYPES: La formación como factor clave para la productividad y la competitividad empresarial en una economía globalizada. Diciembre; 2008. Disponible en <http://eurosocial-empleo.itcilo.org/uploads/documentos/e258390871425f9b6be6d7058a7b3c6a.pdf>
22. Grandes Pymes. disponible desde: <http://jcvalda.wordpress.com/2010/05/18/peru-200-mil-nuevas-MYPES-desaparecen-anualmente-2/>
23. Definición de confección - Qué es, Significado y Concepto disponible desde: <http://definicion.de/confeccion/#ixzz49jTjltA4>
24. Definición disponible desde: <http://www.dresses2kill.com/diferencia-sastre-modista-costurera-disenador/>

ANEXOS

Anexo 01

Respecto a las principales características de los representantes de las MYPES en estudio.

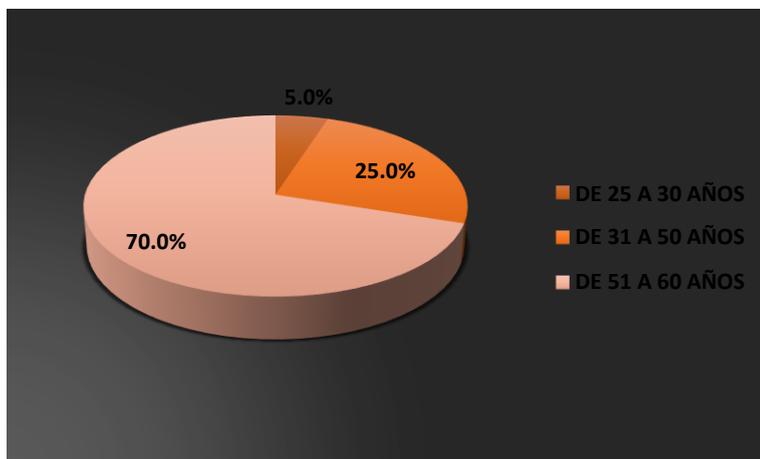


Figura 1: Edad de los Representantes de las MYPES

Fuente: Tabla 01

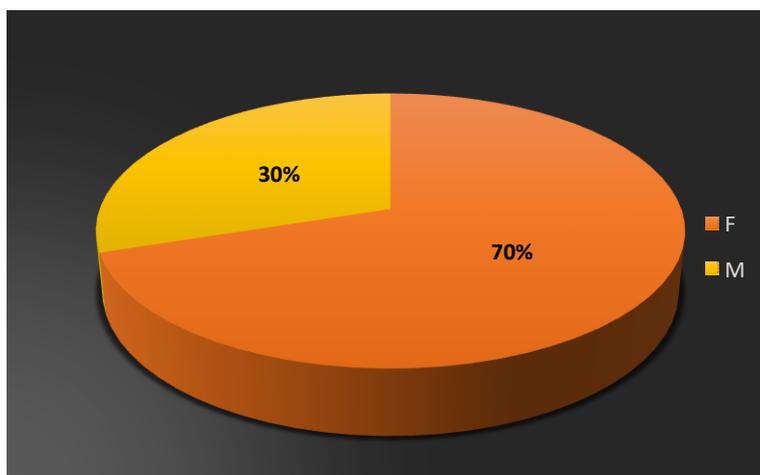


Figura 2: Sexo de los representantes de las MYPES.

Fuente: Tabla 01

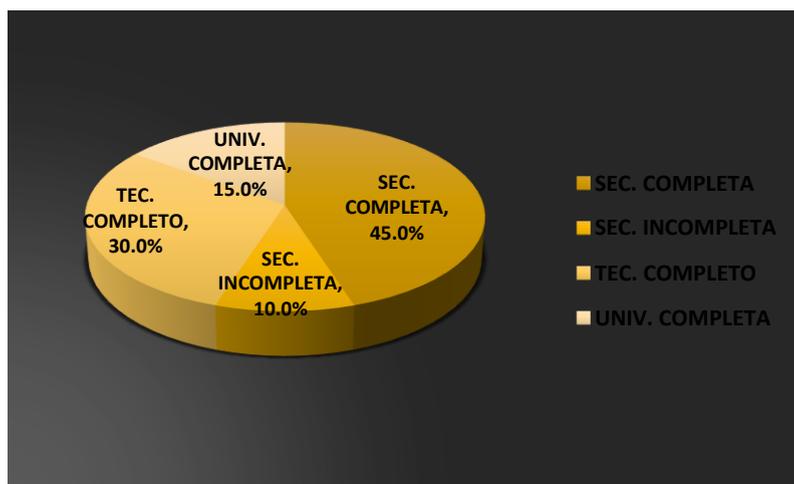


Figura 3: Grado de Instrucción de los representantes de las MYPES

Fuente: Tabla 01

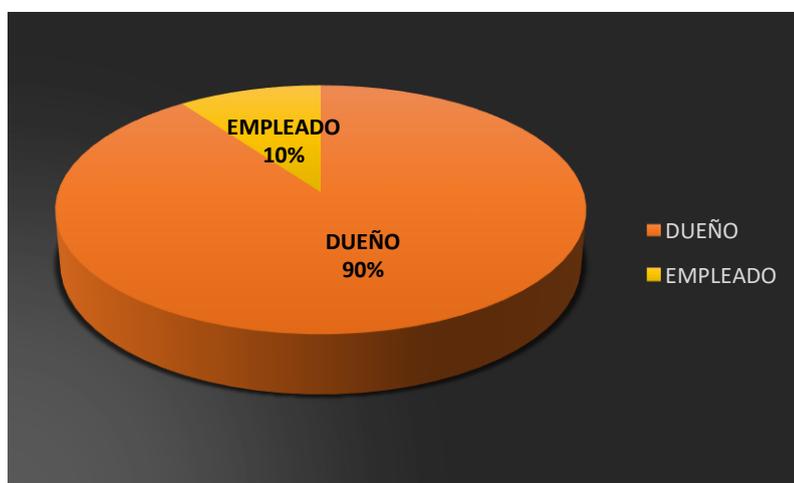


Figura 4: Cargo que desempeñan los representantes de las MYPES

Fuente: Tabla 01

Características de las MYPES:

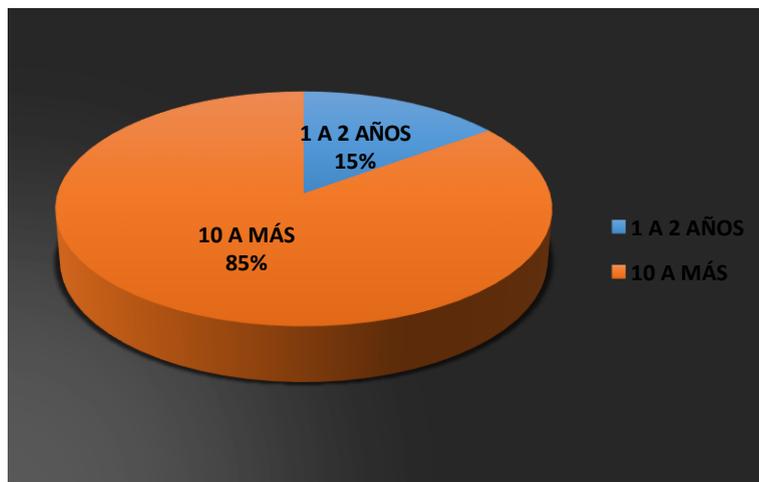


Figura 5: Tiempo que llevan las MYPES en el rubro de las confecciones.

Fuente: Tabla 02

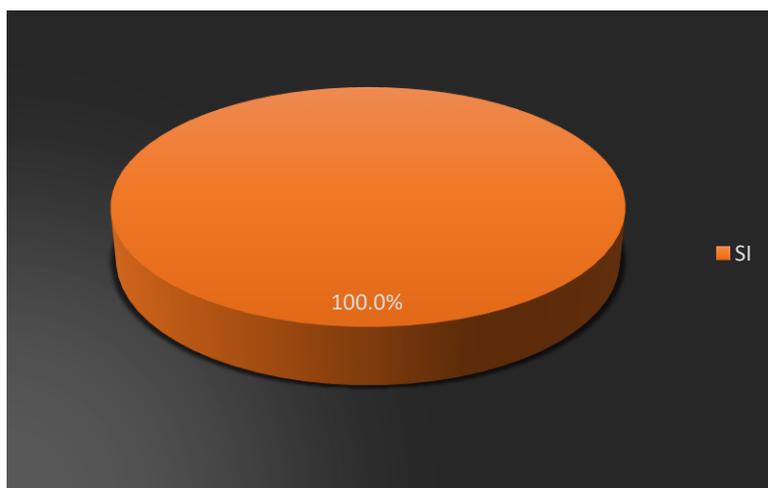


Figura 6: Su empresa es formal

Fuente: Tabla 02

Respecto a la Capacitación:

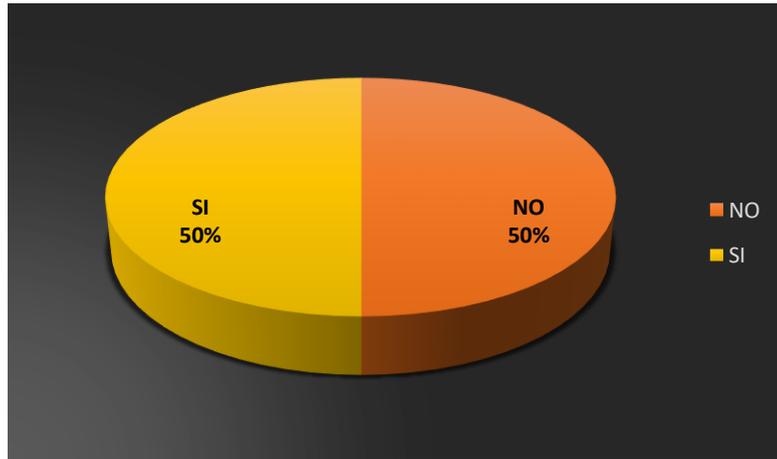


Figura 7: Ha tenido algún tipo de capacitación durante el último año

Fuente: Tabla 03

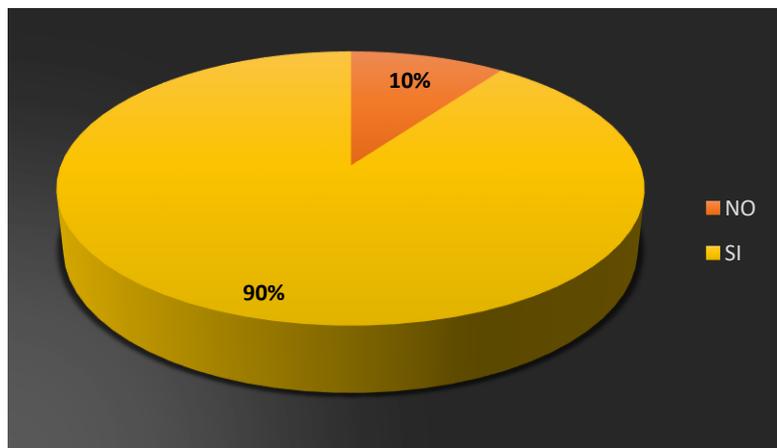


Figura 8: Crees Ud. que con capacitación mejoraría su nivel de producción

Fuente: Tabla 03

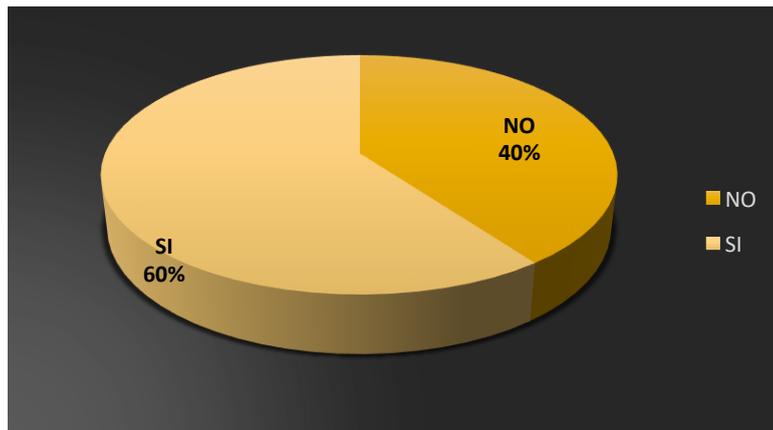


Figura 9: Conoce algún programa de capacitación que brinde el gobierno para las MYPES

Fuente: Tabla 03

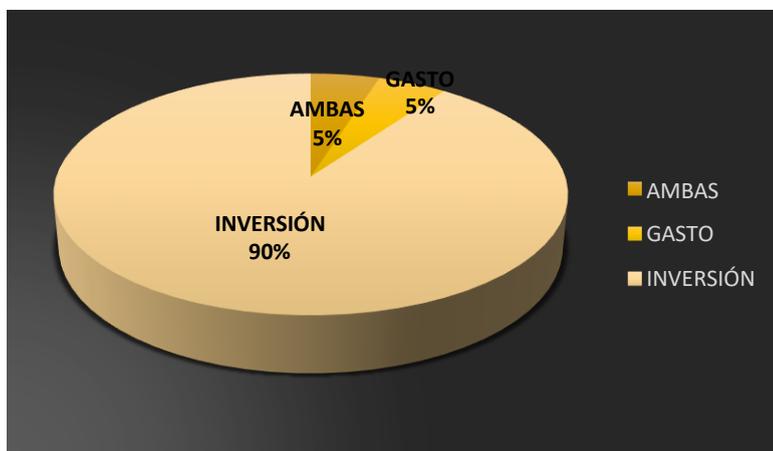


Figura 10: Considera la capacitación como un gasto o una inversión

Fuente: Tabla 03

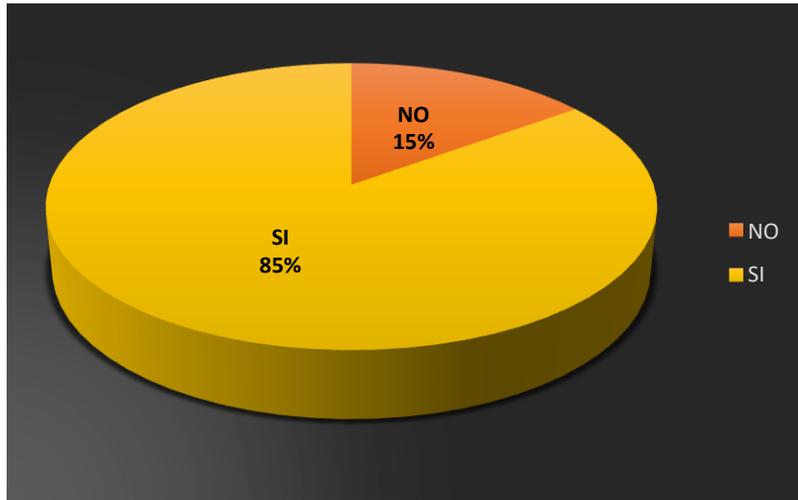


Figura 11: Su empresa ha mostrado crecimiento durante el último año.

Fuente: Tabla 03

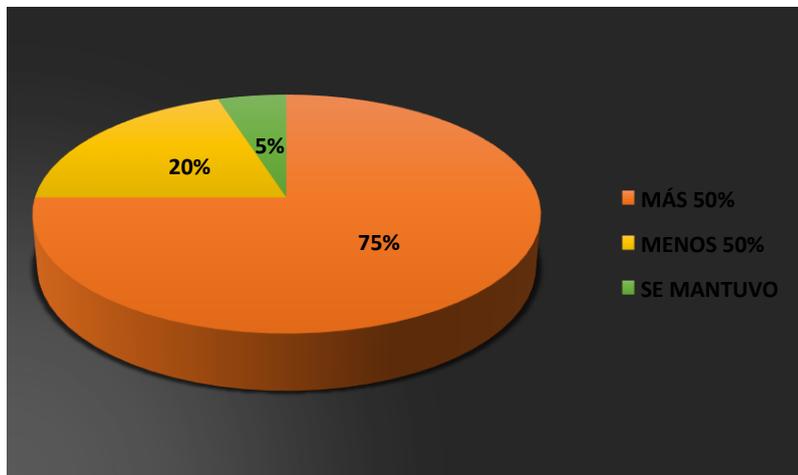


Figura 12: El crecimiento de su empresa a comparación del año anterior ha sido superior al 50% o menor.

Fuente: Tabla 03

Anexo 02

MYPES del sector servicio - rubro confección de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote - 2015”

N°	NOMBRE DE LAS MYPES
1	Creaciones Nely
2	Confecciones Ríos
3	Confecciones Areli
4	Creaciones y Confecciones Marra
5	Confecciones Mary
6	Moda y Confecciones Yeny
7	Confecciones Domínguez
8	Confecciones y Creaciones Susan
9	Confecciones y Creaciones El Buen Vestir
10	Confecciones Y Bordados Computarizados Ayon
11	Creaciones y Confecciones Yiva
12	Confecciones Yadira
13	Confecciones Luchita
14	Bordados y Confecciones Frank
15	Confecciones Esther
16	Confecciones Gladys
17	Confecciones Rosais
18	Confecciones Clory
19	confecciones “vilma”
20	creaciones moniks

Anexo 03

Cronograma de Actividades:

ACTIVIDAD	2015																
	FEBRERO			MARZO				ABRIL					MAYO				JUNIO
	1			2				3					4				5
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Elaboración del proyecto de investigación	x	x	x														
Revisión y aprobación del proyecto de investigación				x	x												
Información preliminar del informe de tesis y la introducción						x											
Revisión de literatura							x	x									
Metodología, resultados y conclusiones de la investigación									x	x							
Presentación y evaluación del informe final de tesis											x	x	x				
Elaboración de artículo científico														x			
Pre Banca de sustentación															x		
Sustentación del informe final de tesis																x	

Anexo 04**PRESUPUESTO:**

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bienes de consumo:			
Papelería	2 millares	25	50
Lapiceros	2 unidades	2	4
USB	1 unidad	30	30
Folder y faster	2 unidades	1	2
Cuaderno	1 unidad	5	5
Otros	-	40	40
Total Bienes			131
Servicios:			
Pasajes	30	4	120
Impresiones	400 unidades	0.3	120
Copias	100 unidades	0.1	10
Internet	-	150	150
Anillados	3 unidades	15	45
Telefonía móvil		100	100
Total de servicios			545
TOTAL GENERAL S/.			676

ENCUESTA

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información que servirá para desarrollar el proyecto de investigación denominado.

“La capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro confección de ropa a medida en el Centro Comercial Bahía Plaza Center del Distrito de Chimbote - 2015”

La información que usted proporciona será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

I. DATOS GENERALES

1. Edad:.....

2. Sexo:

Masculino () Femenino ()

3. Grado de instrucción:

Secundaria:

Completa () Incompleta ()

Sup. No Universitario:

Completa () incompleta ()

Sup. Universitario:

Completa () incompleta ()

4. Cargo que desempeña:.....

5. Tiempo que desempeña en el cargo:

1- 2 años () 3-4 años () 4- 5 años ()

6 a más ()

6. ¿Su negocio es formal?

SI () NO ()

7. ¿Ha tenido capacitaciones en los últimos 2 años?

SI () NO ()

8. ¿Cree usted que con capacitación mejoraría su producción?

SI () NO ()

9. ¿Conoce usted sobre algún programa de capacitación que brinda el Gobierno para los micro y pequeños empresarios?

SI () NO ()

10. Considera usted la capacitación es :

Una inversión () Un gasto ()

11. Considera que su negocio ha tenido crecimiento durante el último año:

SI () NO ()

12. El crecimiento ha sido:

MAYOR AL 50% () MENOR AL 50% ()

