



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO VENTAS MINORISTAS DE
ARTÍCULOS DE FERRETERÍAS, CIUDAD DE SANTA, 2014”

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

AUTORA:

Bach. MARITA GIULIANA ABANTO RUIZ.

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIASCENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

Dr. SANTOS FELIPE LLENQUE TUME

PRESIDENTE

Mgtr. MIGUEL ANGEL LIMO VASQUEZ

MIEMBRO

Mgtr. HECTOR ASCENCION RIVERA PRIETO

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

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

A mis amigos y profesores por el apoyo incondicional y que siempre me brindaron su comprensión para poder cumplir con este proyecto.

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

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mis padres ya que son el motor y motivo para seguir adelante, en especial a mi madre Susana Ruiz vera, Hernán Abanto Miñano por darme sabios consejos u seguir luchando por superarme cada días como futura administradora.

De igual forma mi esfuerzo y lucha continua se la dedica a mi pequeño Esteban Itzael López Abanto, quien me ha dado la fortaleza y el orgullo de ser madre, y a la vez por darme la inspiración necesaria para cumplir con todas mis metas.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014. . La investigación fue cuantitativa-descriptiva, de diseño no experimental - transversal recolección de información se utilizó una muestra de 6 micro y pequeñas empresas de una población de 13 Micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas cerradas mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 83% tiene entre 31 a 50 años de edad. El 67% son de sexo masculino. El 50% de tienen estudios universitarios. El 67% de los representantes son Titulares - Gerentes. El 67% tienen más de 4 años en el mercado. El 83% tienen de 2 a 4 trabajadores. El 100% tienen como objetivo maximizar ganancias. El 83% de los representantes si reciben capacitación. El 83% del personal si se han capacitado. El 83% de los trabajadores han recibido 1 curso de capacitación este último año. El 33% del personal recibió capacitación en liderazgo y marketing. El 100% considera a la capacitación relevante. El 100% considera a la capacitación como una inversión. El 83% no opina con respecto si la capacitación mejora su rentabilidad. Se concluye que: La mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014. Si aplican capacitación.

Palabras clave: Capacitación Representante, Micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The main objective of the research was to determine the main characteristics of the training in micro and small companies in the commerce sector, retail sales of ironmongery items, Santa City, 2014.. The research was quantitative-descriptive, non-experimental design - cross-sectional collection of information, a sample of 6 micro and small companies from a population of 13 Micro and small companies was used, to which a questionnaire of 14 questions closed using the technique was applied. of the poll. Obtaining the following results. 83% are between 31 and 50 years old. 67% are male. 50% of them have university studies. 67% of the representatives are Holders - Managers. 67% have more than 4 years in the market. 83% have 2 to 4 workers. 100% aim to maximize profits. 83% of the representatives do receive training. 83% of the staff if they have been trained. 83% of the workers have received a training course this last year. 33% of the staff received training in leadership and marketing. 100% consider relevant training. 100% consider training as an investment. 83% do not think about whether the training improves their profitability. It is concluded that: Most of the micro and small companies surveyed in the retail sales of ironmongery items, Santa City, 2014. If they apply training.

Keywords: Training, Micro and small enterprises, representative.

CONTENIDO

1. Título de la tesis
2. Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iii
4. Resumen y Abstract	v
5. Contenido	vii
6. Índice de Tablas y Figuras.....	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	6
III. Hipótesis.....	20
III. Metodología	21
4.1 Diseño de la investigación.....	21
4.2 Población y muestra	21
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores.....	22
4.4 Técnicas e instrumentos	25
4.5 Plan de análisis	25
4.6 Matriz de consistencia	25
4.7 Principios éticos	28
V Resultados	29
5.1 Resultados	29
5.2 Análisis de resultados.....	33
VI. Conclusiones y recomendaciones.....	37
Referencias bibliográficas.....	39
Anexos.....	42

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla N° 01: Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.....	29
Tabla N° 02: Características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.....	30
Tabla N° 03: Características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014	31
Figuras (Anexos)	
Figura N° 1: Tabla N° 1 Edad	48
Figura N° 2: Tabla N° 1 Sexo.....	48
Figura N° 3: Tabla N° 1 Grado de instrucción	49
Figura N° 4: Tabla N° 1 Cargo que desempeña en la empresa	49
Figura N° 5: Tabla N° 2 Años de permanencia en la actividad.....	50
Figura N° 6: Tabla N° 2 Número de trabajadores	50
Figura N° 7: Tabla N° 2 Objetivo de la empresa.....	51
Figura N° 8: Tabla N° 3 Recibe capacitación (empresario)	51
Figura N° 9: Tabla N° 3 Reciben capacitación (personal)	52
Figura N° 10: Tabla N° 3 Curso de capacitación	52
Figura N° 11: Tabla N° 3 Tema de capacitación.....	53
Figura N° 12: Tabla N° 3 La capacitación es relevante	53
Figura N° 13: Tabla N° 3 Como considera a la capacitación.....	54
Figura N° 14: Tabla N° 3 La capacitación mejora su rentabilidad.....	54

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las micro y pequeñas empresas son reconocida por favorecer el crecimiento económico de los países, por lo cual la población frecuentemente toma como opción para su supervivencia crear este tipo de negocios, pero son pocos los que sobreviven en los primeros meses, puesto que muchos de ellos no cuentan con un personal capacitado para la actividades de las empresas, por ello la productividad es baja, y las utilidades disminuyen, pero este problema se da en todas partes de mismo.

Por otro lado en España las Micro y pequeñas empresas, han logrado reconocer la importancia de la capacitación, puesto que el dos tercios de las empresas destinan recursos a la formación (67,2%), aunque todavía hay 32,8% de MYPES que aseguran no destinar recursos a esta cuestión, por ello es necesario que esta minoría tome conciencia que la capacitación una herramienta fundamental para mejorar la productividad de los empleados. **(Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME), 2014)**

Aunque la mayoría de las micro y pequeñas empresas en España capacita a su personal, es importante que la minoría aplique la capacitación, para que en conjunto con las demás mejoren sus capacidades para competir en el mercado internacional, del mismo modo en el Perú existen una cierta parte de emprendedores que aún no han decidido capacitar a su personal, ya sea por desconocimiento de sus beneficios, o porque no cuentan con suficiente capital para invertir en la formación de sus trabajadores.

En México la capacitación del personal de cualquier Micro y pequeña empresa, es uno de los desafíos más importantes que enfrentan ya que el 66% desaparecen por falta de una capacitación adecuada y oportuna, entonces para que las Micro y pequeñas y empresas puedan desarrollarse existe la necesidad de que éstas se adapten al cambio, y que se genere mayor productividad. La globalización de la

economía ha creado muchas oportunidades para las Micro y pequeñas y empresas, pero también ha creado un sin número de retos, especialmente para las organizaciones de este tipo que desean tener una presencia mundial, o que envíen a sus especialistas a asignaciones en el extranjero, para poder comerciar comunicarse. **(Serna, S.f)**

Las empresas en México deben buscar e instrumentar mecanismos que le garanticen resultados de éxito en el entorno dinámico, y promover el conocimiento por medio de la capacitación, es indudablemente uno de los medios más eficaces para transformar, actualizar y hacer perdurar la cultura de trabajo y productividad, en cualquier organización. Por otra parte en el Perú también la capacitación es un desafío que indudablemente será difícil superar el micro empresario puede tener la voluntad de progresar pero si el Gobierno no los motiva, no los apoya entonces la situación seguirá de la misma manera.

Por otra parte en Nicaragua los gobiernos realizan proyectos de capacitación a las Micro y pequeñas empresas para facilitar el acceso al mercado Europeo. Los talleres han contado con la participación de más de 100 micro y pequeñas empresas, algunas con experiencia exportadora a Europa y otras que por la calidad de sus productos buscan la oportunidad de acceso a un mercado de más de 500 millones de consumidores. Entre los temas abordados en las capacitaciones están: Situación del Mercado, Herramientas de Inteligencia Comercial para el Mercado Europeo. **(Gadea, 2014).**

La capacitación en Nicaragua incremento ya que el Gobierno apoyo mediante talleres de capacitación y se abordaron temas de gran importancia para internacionalización de sus productos. Por otra parte en el Perú, muchas veces al Micro empresario se le deja de lado, no existen muchos programas y si los hay no se han detectado grandes resultados, se tiene los suficientes recursos para poder expandirse en el mercado internacional pero el Gobierno no apoya esta iniciativa.

En América Latina el 37,5% de las micro y pequeñas empresas no cuentan con personal calificado, es preciso que las instituciones en apoyo a la micro y pequeña empresa actúen en un marco de actuación en donde se apliquen programas de capacitación esto contribuiría notablemente a impulsar un tejido empresarial que pueda cerrar la brecha competitiva respecto a otras regiones del mundo, contribuyendo a que las micro y pequeñas empresas puedan liberar toda su capacidad como motor de desarrollo económico y social. **(Blanco, 2016)**

Las Micro y pequeñas empresas en América latina, han crecido considerablemente, pero aún hay una gran barrera en cuanto al personal calificado es por ello que no se logra alcanzar una buena posición frente a los países Europeos. Al igual que en el Perú los Micro empresarios no toman mucha importancia al capital humano, es por ello que se las Micro y pequeñas empresas no se desarrollan con facilidad.

En el Perú la falta de compromiso entre empleador – empleado es un factor que ha rezagado el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, esto se da porque muchas veces el micro empresario no prioriza la capacitación en sus trabajadores y no conocen los beneficios que traería consigo un programa de capacitación. Aunque la capacitación del personal tiene costos elevados a la larga es una inversión. **(Cruz, 2016)**

En el Perú los micro empresarios aún siguen considerando a la capacitación como un gasto innecesario, y esto se da porque se desconocen los beneficios, y no se dan cuenta que en la actualidad la capacitación en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional.

Por ultimo a nivel local en el caso del distrito del Santa, existen muchas Micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de artículos de ferreterías, que carecen de capacitación, debido a que los gerentes no disponen de suficiente capital para aplicar algún programa de capacitación, de mismo modo desconocen

los procesos de su implantación, esto esta generando problemas como: pérdida de clientes puesto que se muestran satisfechos con la atención por parte del personal, decidiendo irse a la competencia. Por todo lo expresado, el enunciado del **problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014?**

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.

Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.
- Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresa del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.
- Determinar las principales características de la Capacitación en las Micro y pequeñas empresa del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.

La presente investigación se justifica porque permite conocer a nivel descriptivo las principales características de la Capacitación en las Micro y pequeñas empresa del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014; es decir conocer las principales características del rubro, las micro y pequeñas empresas y de su representantes. Así mismo se justifica porque proporcionara nuevas teorías sobre los tipos de capacitación, técnicas de

capacitación que pueden ser utilizadas por las micro y pequeñas empresas, con a finalidad de mejorar su productividad. Por ultimo servirá como una guía para los microempresarios de la Región Ancash, para que puedan analizar los distintos errores que llevan al fracaso o quiebra de la empresa, y de esta manera poder prevenir y combatir los problemas que afrontan diariamente, para estudiantes de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH, u otras universidades, para que puedan comparar y analizar sus futuras investigaciones, a tal punto que los estudios mejoren continuamente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Bravo, (2013). En su tesis titulada: *“Caracterización de la capacitación y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ventas de prendas de vestir, distrito de Chimbote, año 2013”*, se obtuvo los siguientes resultados. El 60% tienen entre los 18 y 30 años de edad. El 60% son de sexo femenino. 50% de los representantes solo llevaron estudios secundarios. El 70% de los representantes son dueños. El 50% tienen de 0 a 3 años de actividad en el rubro. El 40% constituyó las micros y pequeñas empresas para generar ganancias y empleos. El 100% de las micros y pequeñas empresas reconocen que la capacitación es muy importante para el éxito en los logros empresariales. El 50% si recibieron capacitación en el último año. El 50% de las micros y pequeñas empresas señalan que requieren capacitación en las áreas de tecnología/manejo de TICS. El 80% señalan que entre los beneficios recibidos por la capacitación fue que les ayudó a mejorar sus ventas. El 50% de las micros y pequeñas empresas indican que el factor más importante para el éxito de una capacitación es que disponga de: “Buenos capacitadores”. ***Se concluye que:*** La mayoría de las micro y pequeñas empresas están dirigidas por representantes cuyas edades oscilan entre 18 a 30 años donde son los mismos dueños quienes se encargan del negocio, donde la mayoría son de sexo femenino con el grado de instrucción solo secundaria. La mitad de las micros y pequeñas empresas tienen en el rubro de 4 a 7 años de permanencia, donde la mayoría las constituyeron para obtener ganancias y generar empleos. La mayoría de las micros y pequeñas empresas recibieron capacitación; y les ayudó a mejorar sus ventas, en su totalidad consideran que es muy importante la capacitación para el éxito de las micro y pequeñas empresas.

Dioses, (2013). En su tesis titulada: *“Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro*

ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013 – 2014”, se obtuvieron los siguientes resultados, el 95% son propietarios del negocio, el 70% tiene experiencia en el manejo de micro y pequeñas empresas entre 4 a 5 años, el 60% de los propietarios tiene grado de instrucción técnica, el 60 % de las micro y pequeñas empresas tienen una antigüedad de 4 a 5 años, el 85% de trabajadores recibe capacitaciones, el 85% de trabajadores si practica según la capacitación recibida, el 80% considera a la capacitación como una inversión, el 100% cree que la capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de las micro y pequeñas empresas. **Se concluye que:** La mayoría de los micros empresarios encuestados están en el rubro y sector hace más de 3 años, se observa que, la mayoría de los encuestados ocupan el cargo de propietarios de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción superior técnica y solo la minoría tienen estudios secundarios. La mayoría de las micros y pequeñas empresas encuestadas sustentó que el personal no recibe ningún tipo de capacitación.

Silva, (2014). En su tesis titulada: *“Caracterización de la capacitación, el financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de artículos de ferretería del distrito Sullana, 2014”*, se obtuvieron los siguientes resultados, El 85% de los encuestados manifestaron que dentro de su empresa siempre se realiza inducción a su personal ya que es política de la empresa, el 25% muy pocas veces entrena a su personal y el 20% algunas veces lo hace, el 64% nunca realiza capacitación destinada a formar futuros jefes, el 65% siempre considera que la capacitación mejora la competitividad, el 65% siempre considera que la capacitación mejora la productividad, el 72% nunca considera a la capacitación del personal dentro de su presupuesto anual, el 48% casi siempre considera importante enviar al personal a escuchar conferencias en su especialidad, el 35% muy pocas veces lo considera, el 52% nunca cuenta con manuales de capacitación, el 57% nunca invierte en adquirir videos de capacitación. **Se concluye que:** Se identificó como características de la

capacitación que las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías si realiza inducción a los trabajadores cuando ingresan a laborar con la finalidad de que conozcan la empresa, las tareas a realizar, compañeros de trabajo; además se considera que la capacitación puede mejorar la productividad y competitividad de la empresa; por otro lado la mayor parte de empresarios no capacitan a su personal, es decir a pesar de estar conscientes de los beneficios que la capacitación puede tener dentro de la empresa, en su gran mayoría ellos se niegan a invertir en la capacitación, es por ello que no cuentan con manuales ni videos de capacitación y no se considera a la capacitación dentro del presupuesto anual, lo que confirma la poca importancia dada a la capacitación en las micro y pequeñas empresas de este rubro.

Villavicencio, (2013). En su tesis titulada: *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013”*, se obtuvieron los siguientes resultados, el 58% son de 31 años a más, el 63% son de sexo masculino, el 39% estudiaron en institutos y el 31% tienen estudios secundarios completos, el 44% son administradores y el 29% contadores, el 42% tiene entre 1 a 5 años de funcionamiento y el 34% tiene entre 6 a 10 años, el 47% tiene por objetivo generar ingresos y el 25% maximizar ganancias, el 95% considera que la capacitación es importante para las micro y pequeñas empresas, el 71% se ha capacitado durante el año 2013, el 56% se ha capacitado de 3 a 6 veces durante el año 2013, el 78% considera a la capacitación como una inversión, el 41% ha recibido capacitación sobre temas de almacenes. **Se concluye:** En las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro de ferreterías del distrito de Chimbote, se ha encontrado que la mayoría de personas que administran las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, más de la mitad tiene una edad promedio de 31 años a más, y en su mayoría estudiaron en institutos y universidades las carreras de administración y contabilidad. La mayoría de las micro y pequeñas empresas han sido formadas hace 1 o 5 años promedio, de los

cuales existe una minoría que aún se encuentran trabajando en medio de la informalidad, pero que tienen objetivos claros, como es el de generar ingresos para su empresa y maximizar ganancias. La capacitación de las micros y pequeñas empresas en su totalidad es considerada como una herramienta importante, es por ello que más de la mitad de los empresarios encuestados se han capacitado entre 3 a 6 veces durante el año 2013, por lo que la mayoría considera a la capacitación una inversión más que un gasto. Más de la mitad del personal ha recibido capacitación de 1 a 3 veces durante el año 2013, en su mayoría en temas relacionados a almacenes y marketing – ventas.

Valdarrago, (2013). En su tesis titulada: *“Caracterización del financiamiento y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, compra - venta de artesanía en el distrito de Chanchamayo, 2013”*, se obtuvo los siguientes resultados. El 42.11% de los empresarios están entre 20 y 30 años de edad, El 57.89% de los empresarios es masculino, El 47% de los empresarios cuenta con educación básica, El 63.16% de los empresarios consideran que son comerciantes, El 68.42% hace referencia que tiene menos de tres años en el rubro, El 95% tienen entre 1 a 3 trabajadores, El 79% de los empresarios encuestados refieren que iniciaron el negocio por obtener ganancias, El 83.33%, hace referencia que no recibió capacitación con referencia al crédito, El 84% de los gerentes han participado en una a tres oportunidades en una capacitación, el 42.11% de los encuestados refieren ha participado en temas de manejo empresarial, mientras que el 26.32% ha participado en temas de marketing, El 68% de las empresas que trabajan con personal hacen referencia que si capacitaron al personal, El 50% de los encuestados refieren que el personal fue capacitado en atención al cliente, mientras que el 33.33% fueron capacitados en otros, El 83.33% ha participado hasta tres veces en una capacitación, El 84.21% de los encuestados refieren que la capacitación eleva el rendimiento de la empresa, El 89.47% refieren que la capacitación que si es importante. ***Se concluye que;*** En el presente estudio se observa que los responsables de las micro y pequeñas empresas, consideran que la

capacitación es importante, los datos obtenidos durante el estudio, refleja que la mayoría de los representantes participaron durante el 2013 hasta en tres oportunidades en capacitación, siendo éstas principalmente en manejo empresarial, mercadeo y otros. Las micro y pequeñas empresas que laboran con personal han capacitado a su personal principalmente en atención al cliente, éstas del mismo modo fueron capacitados hasta en tres oportunidades en algunos casos.

Rojas, (2014). En su tesis titulada: *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina, de la ciudad de Huaral, provincia de Huaral, departamento de lima, periodo 2013 - 2014”*, se obtuvieron los siguientes resultados, , el 85.7% son adultos, el 57.1% son del sexo femenino, el 28.6% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas poseen instrucción secundaria completa, en la misma proporción Superior universitaria incompleta, El 100% de encuestados manifestaron que las micro y pequeñas empresas del sector comercio en el rubro de distribuidoras de útiles de oficina no recibieron capacitación, el 42.9% manifestaron que participaron en dos cursos de capacitación en los dos últimos años, el 28.6% manifestó que participaron en un curso, 71.4% manifestaron que participaron en otros tipos de capacitación que no se mencionan en la encuesta, el 57.1% de las micro y pequeñas empresas poseen de dos a siete empleados en sus negocios, El 100% de encuestados manifestaron que el personal de sus micros y pequeñas empresas sí recibieron algún tipo de capacitación, el 57.1% manifestaron que su personal participó en un curso de capacitación, el 100% de los trabajadores recibieron capacitación, El 100% de los empresarios encuestados manifestaron que las capacitaciones sí son una inversión, El 100% de los empresarios encuestados manifestaron que la capacitación sí es relevante para sus negocios, El 100% de los administradores encuestados manifestaron que las micro y pequeñas empresas del sector comercio en el rubro de útiles de oficina se capacitaron en el tema de “Prestación de mejor servicio al cliente, El 100% de los empresarios encuestados manifestaron que la capacitación

sí mejora la rentabilidad de su empresa. *Se concluye que:* Deberían implementar campañas para divulgarla importancia que tiene la capacitación a los trabajadores de las micro y pequeñas empresas para su desarrollo, competitividad y rentabilidad. Asimismo se debería a empezar a realizar estudios explicativos para determinar las causas del porqué las micros y pequeñas empresas no capacitan a sus trabajadores. Dado que la capacitación de los microempresarios de las micros y pequeñas empresas es regular, se deberían programar una serie de charlas para explicar la importancia que tiene la capacitación en el desarrollo de las micros y pequeñas empresas. Asimismo, se deberían empezar a realizar estudios correlacionales entre capacitación y rentabilidad empresarial.

2.2 Bases teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

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

Las micro y pequeñas empresas son el motor de economía del Perú se puede decir que es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.

Características de las Micro y pequeñas empresas

Por otro lado se creó una Nueva Ley, que favorece el crecimiento de las micro y pequeñas empresa, para ello la **Ley N°30056, (2013)**, en su artículo n°5, nos menciona que desde ahora las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Esta nueva ley trae consigo diversos beneficios, y una de ellas es que mejora la distribución del trabajo interno, puesto que se puede contratar mayor personal, y al ser capacitados el pago a la renta puede disminuir, del mismo modo esto ofrece la posibilidad de expandirse muchos más rápido en el mercado empresarial.

Importancia de las Micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas generar en gran proporción las fuentes de empleo, esto se puede recalcar por el **Ministerio de Trabajo, (2013)**, para lo cual menciona que las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

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

Las micro y pequeñas empresas mejoran la productividad del país, del mismo modo esto relaciona con la disminución de los índices de desempleo, y la pobreza, por lo cual muchas familias lograr mejorar su economía.

La capacitación

Por otra parte la capacitación en las micro y pequeñas empresas son importantes, pues contribuyen mejorar la productividad, por ello es necesario conocer sus significado, para **Frigo, (S.f)**, nos explica que:

La capacitación, o desarrollo del personal, es cualquier movimiento realizado en una organización, que reacciona a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, el aprendizaje, las habilidades o la conducta de su personal. La necesidad de la preparación surge cuando existe una distinción entre lo que un trabajador debe saber para realizar un trabajo y lo que realmente saben.

Los objetivos de la capacitación es buscar mejorar las aptitudes, actitudes, conocimientos, habilidades o conductas de su personal. Por otra parte en las Micro y pequeñas empresas en su mayoría no se preocupan por la capacitación, ya sea porque desconocen sus beneficios o lo consideran una inversión.

Capacitación como una inversión

Aunque algunos emprendedores consideran que la capacitación es un gasto, existen personas modernas en ámbito empresarial, que toman importancia a esta herramienta, de acuerdo con **Avendaño, (2015)**, nos explica que:

La capacitación es una inversión a mediano o largo plazo para las organizaciones, puesto que requiere de mucha paciencia, es decir es un proceso que requiere de tiempo, aparte de que es un factor muy importante que motiva y retiene al personal.

Son muchos los casos en el cual los microempresarios, no reconocen la importancia d capacitación, entonces no logran mejorar los resultados de la empresa, y prefieren seguir trabajando con las mismas estrategias, puesto que no se arriesgan a invertir en capacitación.

Tipos de capacitación

Para mantener la productividad una empresa e identificar al personal que más agrega valor, la capacitación es un elemento fundamental, pero no todas las capacitaciones son efectivas, se tiene que encontrar la que mejor se acople a la empresa, de acuerdo con **Cruz, (S.f)**, nos menciona los siguientes tipos de capacitación que se pueden utilizar de acuerdo al perfil de la empresa:

- Capacitación para el trabajo. Dirigida al trabajador que desarrollará otra acción, ya sea por haber ingresado al trabajo recientemente o por haber sido promovido o movido dentro de una organización similar.
- Capacitación promocional. A través de él, existe la posibilidad de alcanzar puestos con mayor nivel en la empresa. Este podría ser el enfoque más ideal para reconocer la capacidad y observar al individuo correcto para ascenderlo.
- Capacitación para el trabajo. Encaminada a mejorar las actividades y cambiar la actitud de los trabajadores. Ya sea si aprende habilidades en el campo físico o académico, necesita buscar las áreas de oportunidad, permitir que los empleados den retroalimentación sobre cómo pueden funcionar mejor y de ser necesario cambiar los procedimientos.

Es muy importante recalcar que los tipos de capacitación se deben aplicar después de haber hecho una evaluación interna para se sepa realmente que tipos de capacitación se aplicará para la mejora continua del RR.HH. Por otra parte las Micro y pequeñas empresas desconocen los tipos de capacitación, pero deberían aplicar la capacitación para el trabajo ya que eso conlleva a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores.

Técnicas de capacitación

Por otro lado una vez identificados los tipos de capacitación, es primordial elegir una buena técnica para que el trabajador sienta una mayor motivación a ser capacitado, de acuerdo con **Castro, (S.f)**. Existen técnicas que mejora el proceso de capacitación la cuales son:

- Relación maestro de aprendices. Se ven altos niveles de participación e intercambio para trabajar, con ventajas en la retroalimentación rápida.
- Conferencias, películas y grabaciones, audiovisuales, etc. Tienen una tendencia a depender más de la comunicación y menos de la suplantación y la participación activa. Las reuniones permiten la reducción de tiempo, y además recursos, diferentes estrategias pueden requerir tiempos de soporte más largos y planes de gastos más altos.
- Simulación de condiciones reales. Para evitar que la guía se inmiscuya en las operaciones normales de la empresa, algunas organizaciones utilizan oficinas que recrean las condiciones reales de trabajo (bancos y oficinas de alojamiento extensas). Este método considera la transferencia, la reiteración y la cooperación sorprendente, así como la organización significativa de materiales y aportes.
- Actuación o socio grama. Obliga al capacitado desempeñar personalidades distintivas. Es común que cada miembro tenga una tendencia a exagerar la conducta del otro. Uno de los frutos que normalmente se adquiere es que cada miembro se da cuenta de cómo verse a sí mismo de la manera en que lo ven sus compañeros de trabajo. Esta experiencia puede crear mejores vínculos de compañerismo y, además, resistencia a los contrastes individuales. Se utiliza para cambiar las mentalidades y cultivar mejores conexiones humanas. Cada uno de los preparados participa de manera efectiva y adquiere una retroalimentación de calidad más elevada.

- Estudio de casos. A través de la investigación de una circunstancia particular o imitada, el individuo en la preparación aprende de las actividades o acciones que es atractivo adoptar en circunstancias analíticas. Para ello se cuenta con las propuestas de otras personas, y también las suyas. Además aprender a través del caso que se está considerando, el individuo puede crear aptitudes básicas de liderazgo. En el momento en que los casos son muy elegidos, tienen importancia y semejanza con las condiciones del día a día, también hay cierre de transferencia.
- Lectura, estudios individuales, introducción programada. Los materiales de instrucción para el aprendizaje individual son extremadamente útiles en condiciones de dispersión geográfica o de gran problema para reunir a asistentes a un programa de preparación.
- Preparación de laboratorio. Constituye una metodología de preparación del grupo. Se utiliza para crear habilidades relacionales. También se puede utilizar para el avance de la información, las aptitudes y la conducta adecuada para futuras tareas de ocupación. Los miembros plantean como objetivo en los cambios de sus capacidades en las relaciones humanas por métodos para la comprensión de ellos mismos y de los otros individuos. Este sistema propone compartir encuentros e investigar sentimientos, prácticas, reconocimientos y respuestas que inciten a esos encuentros.
- Directriz directa sobre el puesto Se instruye en medio de horas de trabajo. Se usa esencialmente para relegar a obreros y trabajadores un puesto actual. La guía es dada por un entrenador, supervisor o compañero de trabajo. Como regla general, la mayoría se centra en obtener un producto en particular y un método de preparación.
- Asesoramiento personal. Un enfoque de mejora administrativa en el puesto donde el director tiene la oportunidad de instruir sobre una

premisa coordinada de los individuos más experimentados de la asociación

- Modelo de conducta. Utiliza presentaciones en vivo de cintas para ilustrar ejercicios relacionales convincentes y la forma en que los gerentes trabajan en diferentes circunstancias.
- Charola de pendientes. Es una recreación en la cual el miembro recibe varios archivos comerciales, por ejemplo, actualizaciones, mensajes telefónicos, informes, que en su mayoría aterrizan en el área de trabajo de un administrador. El objetivo es que el administrador sepa cómo ofrecer la necesidad de cada uno de los problemas más importantes que surgen.

Es muy importante conocer las técnicas de capacitación ya que será una estrategia para que los trabajadores puedan entender mejor los temas sugeridos por la empresa. Por otra parte las Micro y pequeñas no aplican las técnicas de capacitación ya sea por desconocimiento del tema o porque consideran que son muy costosas pero deberían aplicar las conferencias, videos, y películas, audiovisuales y similares, para que los trabajadores tengan una mayor comunicación y la participación.

Beneficios de la Capacitación

Para finalizar luego de poner en práctica la capacitación en la empresa, se pueden mejorar considerablemente los beneficios de la empresa, para ello **López, (2013)**, nos menciona que a través de la capacitación se puede:

- Mejora el crecimiento del puesto en todos los niveles.
- Aumenta la seguridad de la fuerza de trabajo.
- Mejora la relación de empleado - supervisor.
- La toma de decisiones y los problemas se simplifican.
- Contribuye al desarrollo de líderes y directores.
- Aumentar la eficiencia y la productividad del trabajo.

- Elimina los costos de recurrir a conferencias externas.
- Ayuda a la persona a tomar mejores decisiones y a resolver problemas.
- Alimenta certidumbre, posición de confianza y desarrollo.
- Aumentar el nivel de voluntad y satisfacción con el puesto.
- Elimina los temores de ineptitud o la ignorancia individual.
- Mejora la comunicación entre grupos y entre las personas.
- Ayuda en la introducción de nuevos trabajadores.
- Hace viable las políticas de la organización.
- Convierte la organización en un entorno de calidad para trabajar y vivir en ella.

Las Micro y pequeñas empresas reconocen los beneficios de la capacitación pero es importante que sepan los resultados positivos mediante la capacitación. Por otra parte si una Micro empresas quiere obtener mayores beneficios tendrá que reconocer que capacitación es una obligación, y un factor importante que ayuda a ser competitivos y eficientes a todos los miembros de la organización.

2.3 Marco teórico y conceptual

Historia de las ferreterías

Las ferreterías en la ciudad de Santa se crearon hace más de 15 años, estas se originaron gracias a la perseverancia de los pobladores, puesto que ello carecían de buenos conocimientos para desarrollar una empresa, al principio tuvieron muchas dificultades para competir en el sector , con el pasar del tiempo encontraron que tenían buena habilidades para ser negociantes, por lo cual mejorar sus ventas, en la actualidad existen muchas empresa de este tipo, que generar un comercio rentable, de la cual muchas familias han salido beneficiadas, pues ahora cuentan con un trabajo estable y solvente.

Empresas dedicadas a la venta de materiales de construcción

Una ferretería es un establecimiento comercial dedicado a la venta de artículos de construcción el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar, normalmente es para el público en general aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos específicos como :cerraduras, herramientas de pequeño tamaño, clavos, tornillos, silicona, persianas, por citar unos pocos.

Micro y pequeñas empresas del rubro ferretero

Las micro y pequeñas empresas ubicadas en el distrito de Santa, se están desarrollando hace más de 6 años, teniendo como dirigentes (propietarios titulares). El negocio consiste en la compra y venta de artículos de construcción, cuenta un área de compras, almacén y ventas, la cual esta depende mucho del área de compras ya que se deben adquirir los productos al menor costo posible.

Capacitación en las micros y pequeñas del rubro ferretería

Mediante una pequeña entrevista se determinó que dichas micro y pequeñas empresas, los representantes en su mayoría conocen del termino capacitación, son conscientes que es un inversión para su empresa, y han logrado un incremento de su rentabilidad, por otra parte aseguran que si no lo han puesto en práctica la capacitación s por falta de compromiso de su personal.

Capacitación

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

III. HIPÓTESIS

En presente investigación no se plantea una hipótesis porque es una investigación de tipo descriptiva y se espera resultados.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

En el presente estudio se utilizó el diseño *no experimental – transversal – descriptivo – cuantitativo*.

Fue no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observó a la Capacitación tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal, porque el estudio Caracterización de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa. Se realizó en un espacio de tiempo determinado el cual tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2014.

Fue descriptivo, porque solo se describió las características mas importantes de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa.

Fue cuantitativa, porque tuvo una estructura la cual se pudo medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación.

4.2 Población y Muestra

a) Población

La población estuvo conformada por 13 micro y pequeña empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014. La información fue obtenida a través de la técnica de sondeo, es decir se contabilizo el número de ferreterías ubicadas dentro del distrito de santa para conocer una cantidad exacta. (Ver anexo n° 3)

b) Muestra

Se utilizó una muestra de 6 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014. Es decir solo 6 establecimientos fueron los que proporcionaron información en la encuesta, puesto que los demás no contaban con el tiempo suficiente, para el aporte en la investigación. (Ver anexo n° 3)

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Defunción conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representant es de las MYPES	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa.	Edad	<ul style="list-style-type: none">• De 18 a 30 años• De 31 a 45 años• De 46 años a más	Razón
		Genero	<ul style="list-style-type: none">• Masculino• Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none">• Sin instrucción• Primaria• Secundaria• Estudios Técnicos• Estudios universitarios	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none">• Propietario – titular• Gerente• Representante	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de las MYPES	<p>MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.</p>	Cuantos años tiene la MYPE	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de 1 • 1 a 2 años • 2 a 4 años • 4 años a más 	Razón
		N° trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • 1 a 2 • 2 a 4 • 5 a más 	Razón
		Finalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Maximizar ganancias • Brindar empleo a la familia • Autoempleo 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Capacitación	Es la transferencia de conocimientos de una persona a otra, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa, en un proceso estructurado con metas bien definidas.	Se capacita (empresario)	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Se capacita (personal)	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Cuantos cursos de capacitación recibió este año(personal)	<ul style="list-style-type: none"> • Ningún curso • 1 • 2 • 3 • 4 a mas 	Razón
		Temas de capacitación recibidas	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • liderazgo • Dirección • Otros • Ningún curso 	Nominal
		La capacitación es relevante	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Para usted la capacitación es:	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión • Gasto 	Nominal
		La capacitación mejora su rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • No opina 	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos

En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta (técnica), mediante un cuestionario (instrumento) estructurado por 14 preguntas relacionadas a los aspectos generales de la empresa y al empresario (7) y a las variables en estudio: Capacitación (7).

4.5 Plan de análisis.

Se planifico realizar una muestra poblacional de 13 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa; sin embargo, en el momento de aplicar la encuesta solo 6 nos brindaron información. Se hizo uso del programa Excel para tabular los resultados y elaborar las tablas y figuras los cuales se han realizado gracias a la información que nos brindaron los representantes de las micros y pequeñas empresas. También se hizo uso del programa Microsoft Word para la redacción del texto y se utilizó el formato PDF para evitar la distorsión de los párrafos.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio ,	Objetivo general Describir las principales características de capacitación en las micro y pequeñas empresas del	Capacitación La capacitación es un factor primordial para esta clase de micro y pequeñas empresas, pues Transfiere conocimientos	Población: La población estuvo conformada por 13 las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas	Diseño de la investigación: Se utilizó el diseño <i>no experimental – transversal – descriptivo – cuantitativo.</i> Fue <i>no experimental,</i>	Técnica La técnica utilizada es la encuesta y el instrumento el cuestionario Plan de análisis de los datos Se planifico realizar una

<p>rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014?</p>	<p>sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>.Describir las principales características de los gerente y/o representant es legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de</p>	<p>a una persona, entidad, etc.; para mejorar sus capacidades y habilidades.</p>	<p>minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra estuvo conformada por 6 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.</p>	<p>porque se realizó sin manipular deliberadament e la variable en estudio, es decir, se observó a la Capacitación tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. Fue transversal, porque el estudio Caracterización de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector</p>	<p>muestra poblacional de 13 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014; sin embargo, en el momento de aplicar la encuesta solo 6 nos brindaron información. Se hizo uso del programa Excel para tabular los resultados y elaborar las tablas y figuras los cuales se han realizado</p>
--	---	--	---	--	---

	<p>Santa, 2014. .Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.</p> <p>.Determinar las principales características de capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas</p>			<p>comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014. Se realizó en un espacio de tiempo determinado el cual tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2014. Fue descriptivo, porque solo se describió las características más importantes de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de</p>	<p>gracias a la información que nos brindaron los representantes de las micro y pequeñas empresas. También se hizo uso del programa Microsoft Word para la redacción del texto y se utilizó el formato PDF para evitar la distorsión de los párrafos.</p>
--	--	--	--	---	---

	minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.			ferreterías, ciudad de Santa, 2014. Fue cuantitativa, porque tuvo una estructura la cual se pudo medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación.	
--	--	--	--	--	--

4.2.Principios éticos:

- **Confiabilidad:** La investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fiabilidad porque se buscó y ubicaron datos reales de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías del distrito de Santa, para posteriormente tomarlas como fuentes 100% confiables. Así mismo se respetó el derecho de los representantes, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.
- **Respeto a la dignidad humana:** Se respetó la dignidad humana de todos los representantes de las micro y pequeñas empresas en el desarrollo del trabajo de investigación, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social. Todo aporte requerido y ubicado es valioso e inviolable.
- **Confidencialidad:** Se respetó el derecho de confidencialidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, asegurándoles que no habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes.

V. RESULTADOS

Tabla 01. Características del representante en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.

Datos generales:	Numero de MYPES	Porcentajes %
Edad (años)		
18 – 30 años	1	17,0
31 – 50 años	0	0,0
51 años a más.	5	83,0
Total	6	100,0
Sexo		
Femenino	2	33,0
Masculino	4	67,0
Total	6	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Secundaria	1	17,0
Técnica	2	33,0
Universitaria	3	50,0
Post - grado	0	0,0
Total	6	100,0
Cargo		
Propietario-Titular	4	67,0
Gerente	2	33,0
Representante	0	0,0
Total	6	100,0

Fuente: *Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías del ciudad de Santa, 2014.*

Tabla 02: Características de las micro y pequeñas empresas del comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.

De la Empresa:	Número de MYPES	Porcentajes %
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
Menos de 1 año	0	0,0
1 – 2 años	0	0,0
2 – 4 años	2	33,0
4 años a mas	4	67,0
Total	6	100,0
Numero de colaboradores		
1 a 2 colaboradores	0	100,0
2 a 4 colaboradores	5	83,0
5 a mas	1	17,0
Total	6	100,0
Su empresa se creó para :		
Maximizar ganancias	6	100,0
Brindar empleo a la familia	0	0,0
Autoempleo	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	6	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.

Tabla 03: Características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.

Capacitación	Número de MYPES	Porcentajes %
Recibe capacitación empresarial		
Si	5	83,0
No	1	17,0
Total	6	100,0
Recibieron capacitación este año		
Si	5	83,0
No	1	17,0
Total	6	100,0
Cuantos cursos recibió		
Ningún curso	1	17,0
1 curso	5	83,0
2 curso	0	0,0
3 curso	0	0,0
4 a más.	0	0,0
Total	6	100,0
Temas de capacitación recibidas		
Marketing	2	33,0
Liderazgo	2	33,0
Dirección	1	17,0
Otros	0	0,0
Ningún curso	1	17,0
Total	6	100,0
La capacitación es relevante		
Si	6	100,0
No	0	0,0
Total	6	100,0
Para usted la capacitación es una		
Inversión	6	100,0
Gasto	0	0,0
Total	6	100,0

Continuara...

Capacitación	Número de MYPES	Porcentajes %
La capacitación mejora su rentabilidad		
Si	5	83,0
No	0	0,0
No opina	1	17,0
Total	6	100,0

Fuente: *Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014.*

5.2 Análisis de resultados:

Tabla N° 01. Características generales de los representantes legales de las micros y pequeña empresa.

- El 83% de los representantes de las micros y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, parcialmente coincide con Villavicencio (2013), el cual muestra que el 58% tienen más de 31 años de edad. Esto demuestra que actualmente la mayoría, están siendo dirigidas por personas adultas porque tienen experiencia en el manejo de sus empresas y el rubro en el que se desempeñan.
- El 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, esto coincide con Villavicencio (2013), el cual muestra que, el 63% son de sexo masculino. Esto demuestra que actualmente la mayoría, están siendo dirigidas por personas del sexo masculino.
- El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios universitarios, esto contrasta con (Villavicencio 2013), el cual muestra que el 39% estudiaron en institutos, del mismo modo con (Dioses, 2013), el cual muestra que el 60% de los propietarios tiene grado de instrucción técnica. Esto demuestra que actualmente la mayoría, están siendo dirigidas por personas con estudios universitarios debido a que cuentan con los conocimientos necesarios de cómo administrar correctamente una micro y pequeña empresa.
- El 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son propietarios, esto contrasta con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 44% son administradores. Esto demuestra que actualmente la mayoría relativa están siendo dirigidas por propietarios.

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

- El 67% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 4 años en el mercado, esto parcialmente coincide con (Dioses, 2013), el cual muestra que, el 60 % de las micro y pequeñas empresas tienen una antigüedad de 4 a 5 años. Esto demuestra que actualmente la mayoría, están desarrollando sus actividades más de 4 años en el mercado y por lo tanto tienen una gran experiencia en el negocio que les ha permitido seguir creciendo en el rubro.
- El 83% de las micros y pequeñas empresas encuestadas tienen de 2 a 4 trabajadores. Esto demuestra que actualmente la mayoría tienen entre 2 a 4 trabajadores, debido a que no se necesita aun contratar más personal, por el hecho de la empresa no se encuentra en un momento de expansión.
- El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas se constituyeron con el fin de maximizar ganancias, esto parcialmente coincide con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que el 47% tiene por objetivo generar ingresos y el 25% maximizar ganancias. Esto demuestra que actualmente la totalidad, se constituyeron con el fin de obtener riquezas.

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

- El 83% de los representantes encuestados de las micros y pequeñas empresas si reciben capacitación y el 17% no recibe capacitación. Esto demuestra que actualmente la mayoría, si se han capacitado ya que ellos consideran que es necesario capacitarse para lograr una mayor productividad.
- El 83% de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas reciben capacitación, este resultado se coincide con (Silva, 2013), el cual muestra que, el 85% de los encuestados manifestaron que dentro de su empresa

siempre se realiza inducción a su personal. Esto demuestra que actualmente la mayoría de los trabajadores si se capacitan y esto les ha permitido ejercer con mayor eficacia las actividades diarias.

- El 83% de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, han recibido 1 curso de capacitación este último año y el 17% no han recibido ningún curso de capacitación, esto parcialmente coincide con (Villavicencio, 2013), el cual menciona que, el 56% se ha capacitado de 3 a 6 veces durante el año 2013. Esto demuestra que actualmente la mayoría, han recibido un curso de capacitación este último año y esto le ha servido para sentirse más motivados en el trabajo ya que saben que el propietario se compromete a mejorar las habilidades y capacidades del personal.
- El 33% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas, se capacito en liderazgo y un 17% no se capacito en ningún tema, esto contrasta con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que el 41% ha recibido capacitación sobre temas de almacenes. Esto demuestra que actualmente la minoría relativa se capacitaron en liderazgo y esto les ha permitido mejorar el entusiasmo en el trabajo generando así un valor agregado de motivación para la gran mayoría de los empleados, contribuyendo así a mejorar un nivel de producción y rendimiento en el trabajo en general.
- El 100% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas, considera que la capacitación es relevante, esto coincide con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 95% considera que la capacitación es importante para las micro y pequeñas empresas. Esto demuestra que actualmente la totalidad, consideran a la capacitación importante porque permite mejorar las habilidades y capacidades de los integrantes de la organización.

- El 100% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas consideran que la capacitación es una inversión, esto coincide con (Dioses, 2013), el cual muestra que el 80% considera a la capacitación como una inversión del mismo modo con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que el 78% considera a la capacitación como una inversión. Esto demuestra que actualmente la totalidad, están siendo dirigidas por personas que consideran que la capacitación es una inversión, ya que los integrantes de la organización captan los temas de capacitación y los aplican en su trabajo obteniendo un mejor resultado.
- El 83% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, no opinan en cuanto si la capacitación mejora su rentabilidad, esto coincide con (Dioses, 2013), el cual muestra que el 100% cree que la capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de las micro y pequeñas empresas. Por otra parte esto contrasta con (Silva, 2013), el cual muestra que el 65% siempre considera que la capacitación mejora la competitividad. Esto demuestra que actualmente la mayoría, aseguran que la capacitación les ha permitido mejorar la rentabilidad de su micro y pequeñas empresas, ya que los empresarios han medido el desempeño de los resultados de las actividades diarias, logrando obtener una mayor productividad en cada área de la organización.

VI. CONCLUSIONES

- ✓ La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías del distrito de Santa, 2014, tienen una edad promedio de 31 a 50 años de edad, son de género masculino, tienen estudios universitarios, son propietarios titulares.

- ✓ La totalidad micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías del distrito de Santa, 2014, están en el rubro más de 4 años, siendo creadas con la finalidad de maximizar ganancias y tienen entre 2 a 4 trabajadores.

- ✓ La mayoría de empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías del distrito de Santa, 2014, si se capacitan, del mismo modo capacitan a su personal en el tema de liderazgo, a su vez consideran a la capacitación como una inversión y les ha permitido incrementar su rentabilidad ya que al mejorar las capacidades y habilidades de los trabajadores, estos fueron más productivos.

RECOMENDACIONES

- ✓ Sugiero que los microempresarios sigan adquiriendo nuevos conocimientos y se preparen en otras áreas como la informática, ya que estos estudios técnicos que no requieren de mucho tiempo de preparación.
- ✓ Las micro y pequeñas empresas deben aprovechar el tiempo en el rubro, para posicionar mejor su marca, a través de nuevas estrategias para mejorar el abastecimiento a los clientes, y entregar de manera oportuna, esto se dará si se realiza una adecuada gestión en la panificación.
- ✓ Aunque los Microempresarios se capacitan y capacitan a su personal en el tema de Liderazgo empresarial es importante seguir planificando programas de capacitación, es recomendable que se capaciten en el tema de Marketing empresarial, para que estos puedan publicitar mejor sus productos, captar nuevos clientes, ya sea utilizando las redes sociales, además podrán mejorar el servicio que brindan. Por otro lado el personal debe capacitarse en temas como toma de decisiones, para que estos tengan la capacidad de analizar, evaluar, reunir alternativas para resolver algún tipo de problemas; además y servicio al cliente para que puedan tener una mejor comunicación con el cliente, puedan darle un trato amable, así también resolver algún tipo de queja o reclamo de parte del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Avendaño, C. (2015). Importancia de la capacitación y el adiestramiento en las empresas. Ensayo. Recuperado el 07 de Setiembre del 2016 de, <http://www.gestiopolis.com/importancia-de-la-capacitacion-y-el-adiestramiento-en-las-empresas/>
- Cruz, A. (2013). Tipos de capacitación ¿cuál debes aplicar?. Recuperado el 07 de Agosto del 2016 de, <http://www.pymempresario.com/2013/07/tipos-de-capacitacion-cual-debes-aplicar/>
- Blanco, A. (2016). Programas públicos de apoyo a las pymes en América Latina: ¿cómo mejorar su eficacia?. Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 de, http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_es/contenido?wcm_global_context=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari13-2016-blancoestevez-programas-publicos-apoyo-pymes-america-latina-como-mejorar-eficacia
- Castro, G. (s.f). Capacitación. Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 de, <https://html.rincondelvago.com/capacitacion.html>
- Cruz, C. (2016). Falta de capacitación de personal impide desarrollo de las empresas. Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 de, http://www.milenio.com/hidalgo/Falta-capacitacion-desarrollo-Cruz-Cureno_0_272373304.html
- Dioses, J. (2014). “Caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio - rubro ferreterías del distrito de nuevo Chimbote, periodo 2013 – 2014”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Friego, E. (S.F). ¿Qué es la Capacitación?. Recuperado el 02 de Setiembre del 2016 de, <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>

- Gadea, G. (2014). Unión Europea y APEN capacitan a más de 100 PYMES (04/08/2014). Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 de, http://eeas.europa.eu/delegations/nicaragua/press_corner/all_news/news/2014/20140804_01_es.htm
- López, J. (2011). Beneficios de la capacitación en los empleados. Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 de, <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/beneficios-de-la-capacitacion-de-los-empleados/>
- Ministerio de trabajo, (2013). Importancia de las MYPEs en el Perú. Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Rojas, R. (2014). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina, de la ciudad de Huaral, provincia de Huaral, departamento de lima, periodo 2013 – 2014”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Serna, J. (s.f). La capacitación en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de México. Recuperado el 17 de Octubre del 2016, de, <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2007/shdr.htm>
- Silva, L. (2014). “Caracterización de la capacitación, el financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de artículos de ferretería del distrito Sullana, 2014”. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Valdarrago, L. (2013). “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector comercio, compra-venta de artesanía en el distrito

de Chanchamayo, 2013”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Vásquez, J. (2013): Importancia de las MYPEs en el Perú. Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Villavicencio, J. (2013). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de actividades:

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

ANEXO 2. PRESUPUESTO

Recursos Necesarios

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Computadora.
- Unidades de almacenamiento (USB).

Presupuesto

Concepto	Valor
Taller de tesis	S/. 1,800.00
Empastado	S/. 60.00
Pasajes	S/. 200.00
Internet	S/. 40.00
Impresión del proyecto	S/. 4.00
Otros	S/. 35.00
Total	S/. 2,139.00

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

ANEXO 3. CUADRO DE SONDEO

La población muestral es de 6 micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas minoristas de artículos de ferreterías del distrito de Santa.

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION	REPRESENTANTE
1	REPRESENTACIONES FABIAN SRL	Jr. RIO SANTA 311	FILIA DESCALA AGUILAR
2	FERRETERIAS LA “LA ROCA” INVERSIONES Y SERVICIOS	Mza. 3 LOTE 5A SANTA	GIL RODRIGUEZ MARIA MAGDALENA
3	INVERSIONES Y SERVICIOS H Y D	Jr. RIO SANTA 307	ELSA LEONOR ANISETO SALINAS
4	CONSTRUCTORA LA LLAVE SAC	Jr. RIO SANTA 336	LEONOR CASTILLO CRUZ
5	FERRETERIA LEON	PACHITEA Mz. A LOTE 2	ALICIA LEON BLAS
6	FERRETERIAS JHIRET	PACHITEA Mz. A LOTE 3	MANUEL INGA CHUNNAS

ANEXO 4. Encuesta Revisada y Aprobada



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micros y pequeñas empresas y que servirá para desarrollar el trabajo de investigación de Tesis titulada: Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro minorista de artículos de ferreterías, ciudad de Santa, 2014. Tesis que servirá para obtener el título de Lic. En Administración.

1. DATOS GENERALES

1.1. Referente al representante de la micro y pequeña empresa.

1. Edad:

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

2. Sexo

- a) Masculino
- b) femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo

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

2. Referente a las características de la micro y pequeña empresa

5. Tiempo de permanencia en la empresa en el rubro de ventas minoristas de artículos de ferreterías

- a) Menos de 1 año
- b) 1 – 2 años
- c) 2 -4 años
- d) 4 años a más

6. Número de colaboradores de la micro y pequeña empresa

- a) 1 – 2
- b) 3 – 4
- c) 5 a más

7. Objetivo

- a) Maximizar ganancias
- B) Generar empleo
- C) Autoempleo

8. Recibe capacitación empresarial (Empresario)

- a) SI
- b) NO

9. Recibieron capacitación este año (personal)

- a) Si
- b) No

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

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 a más

11. Tema de capacitación ha recibido usted

- a) Marketing
- b) Liderazgo
- c) Dirección empresarial

- d) Otros
- e) Ninguno

12. La capacitación es relevante

- a) sí
- b) no

13. ¿Cómo considera a la capacitación?

- a) Inversión
- b) gasto

14. La capacitación mejora su rentabilidad

- a) Sí
- b) No
- c) No opina

ANEXO 5. FIGURAS

a) Referente al representante legal de la Mype :

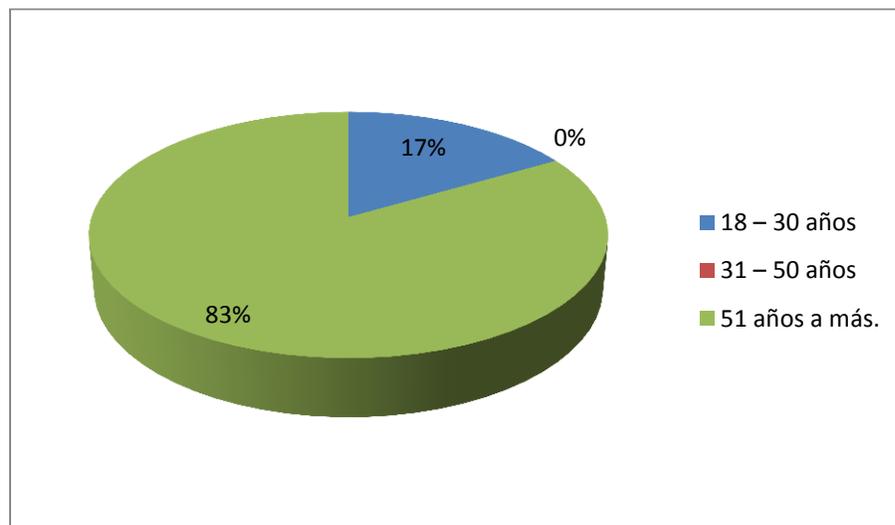


Figura 1. Edad (años)
Fuente: Tabla 1

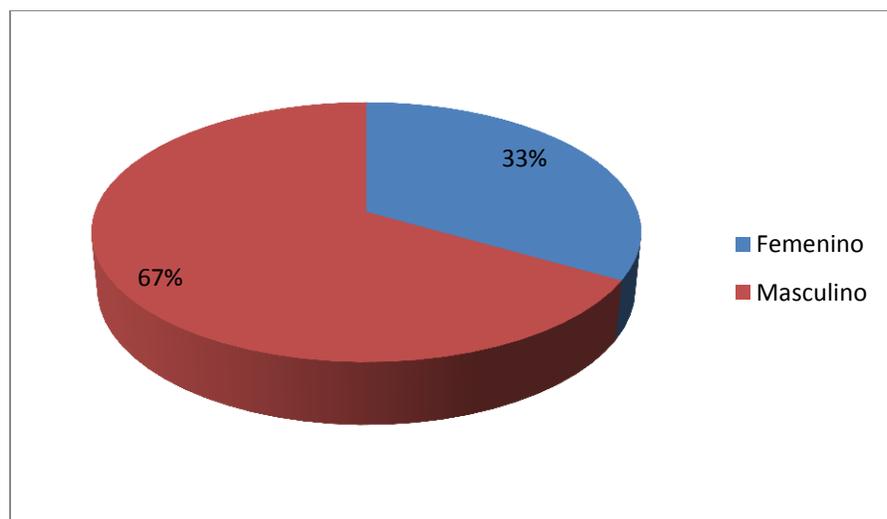


Figura 2. Sexo
Fuente: Tabla 1

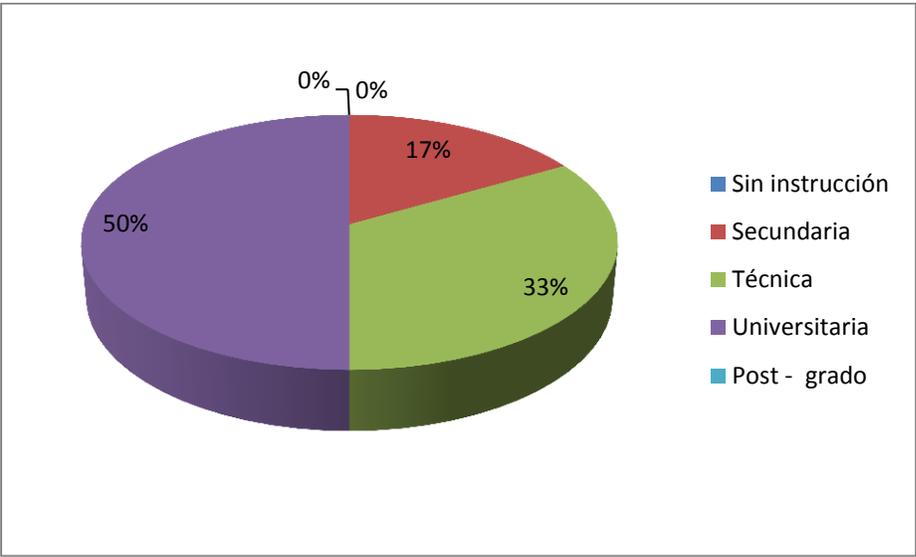


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

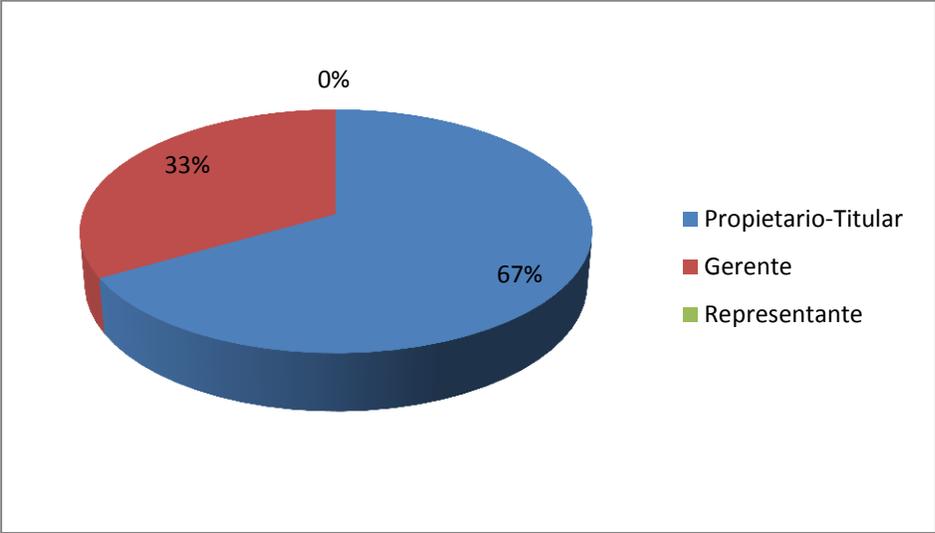


Figura 4. Cargo

Fuente: Tabla 1

b) Referente a la micro y pequeña empresa.

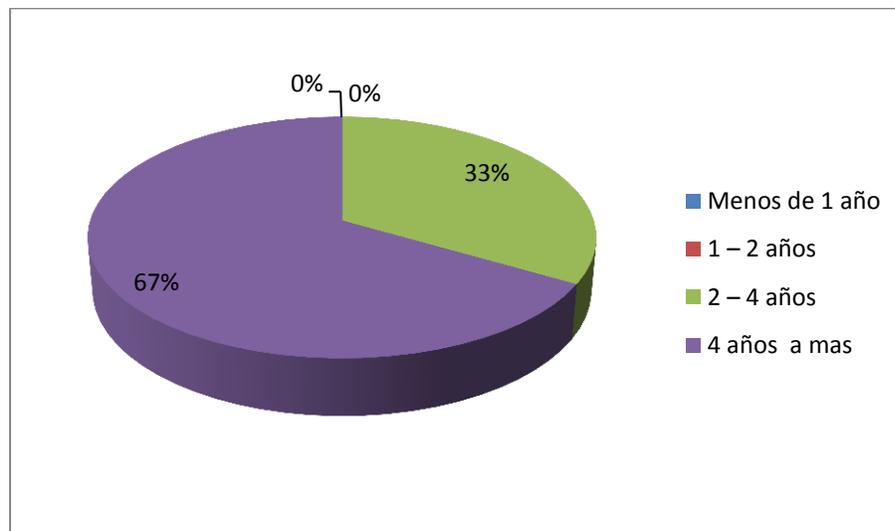


Figura 5. Años en el rubro
Fuente: Tabla 2

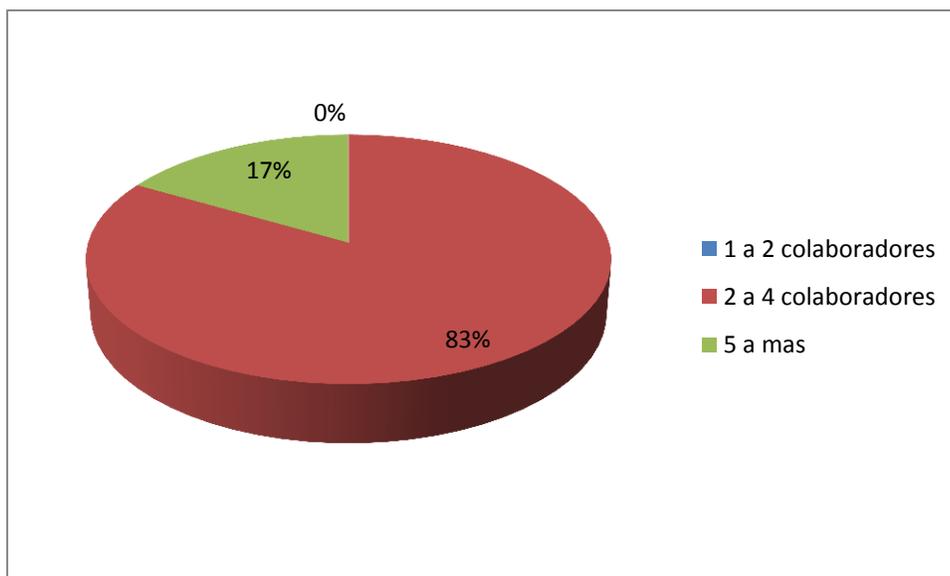


Figura 6. Número de trabajadores.
Fuente: Tabla 2

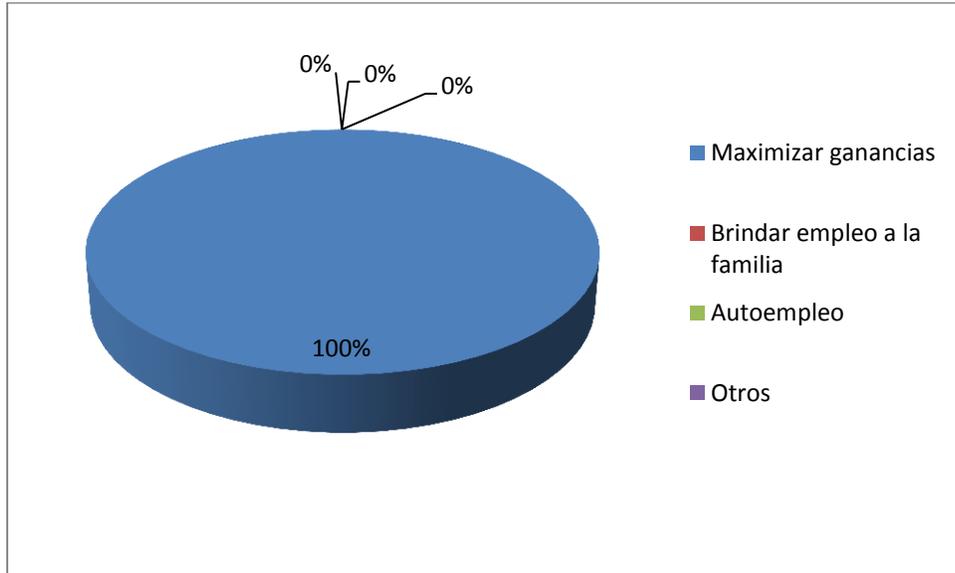


Figura 7. Objetivo principal
Fuente: Tabla 2

c) Referente a la capacitación en las MYPES

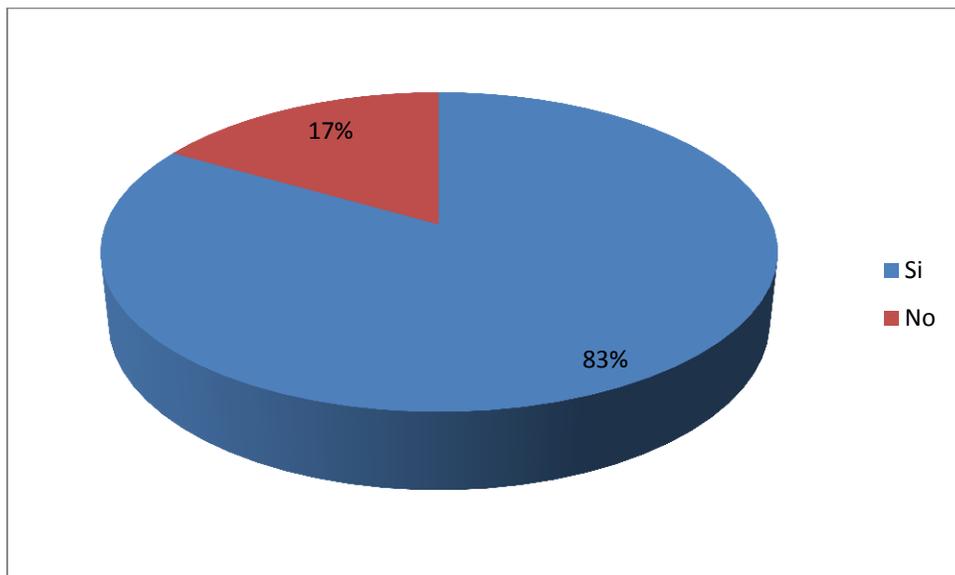


Figura 8 Recibe capacitación (empresario)
Fuente: Tabla 3

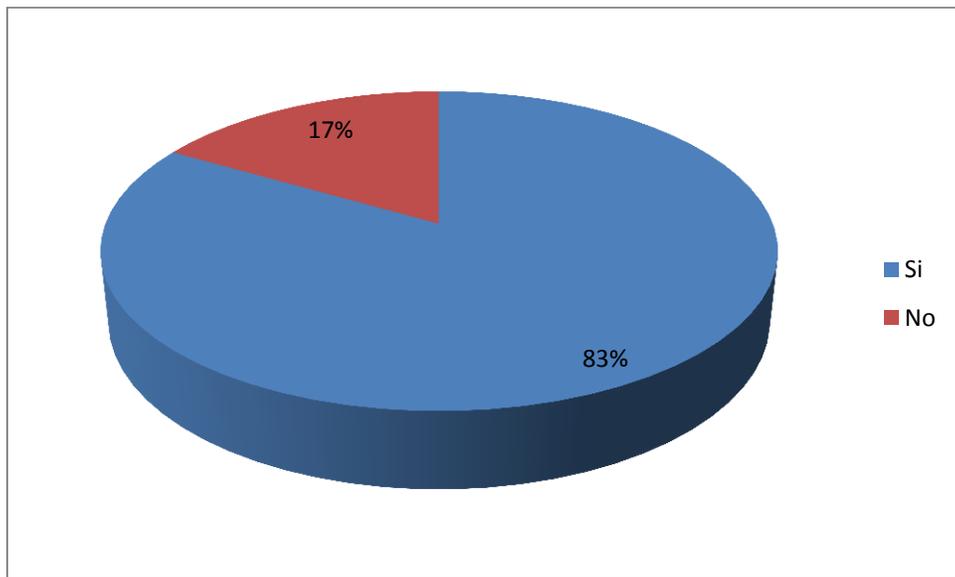


Figura 9. Recibe capacitación (personal)
Fuente: Tabla 3

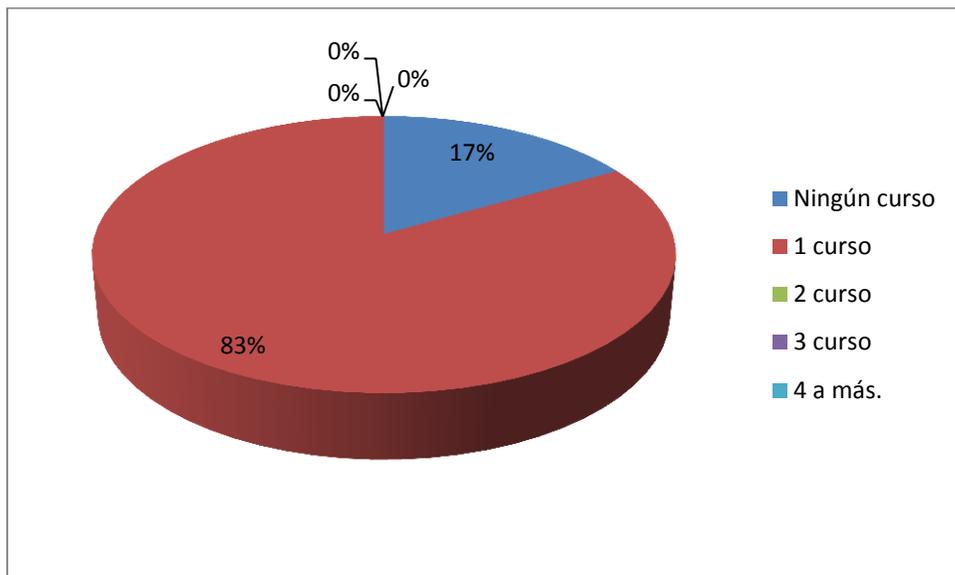


Figura 10. Cursos de capacitación recibidas en este año (personal)
Fuente: Tabla 3

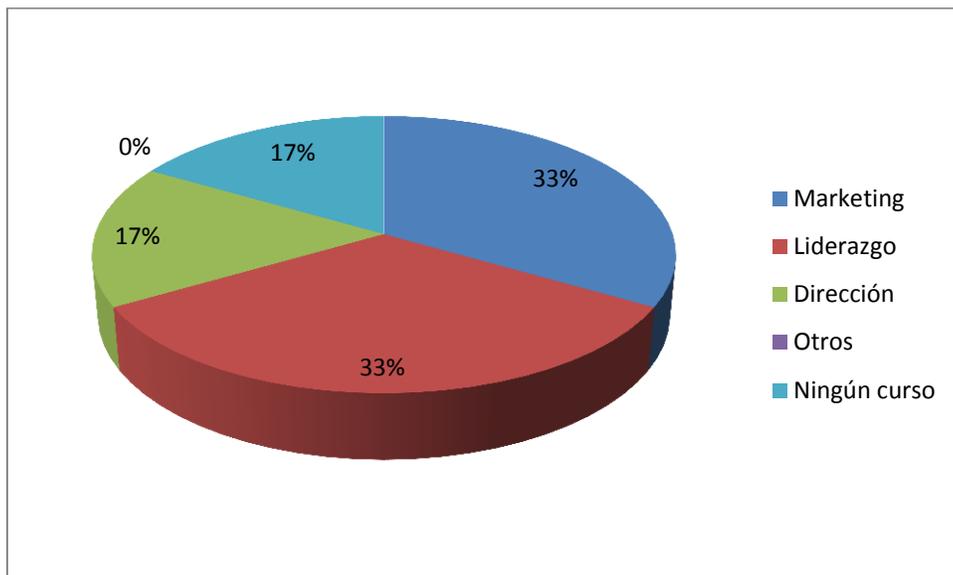


Figura 11. Tema de capacitación recibida en este año (personal)
Fuente: Tabla 3

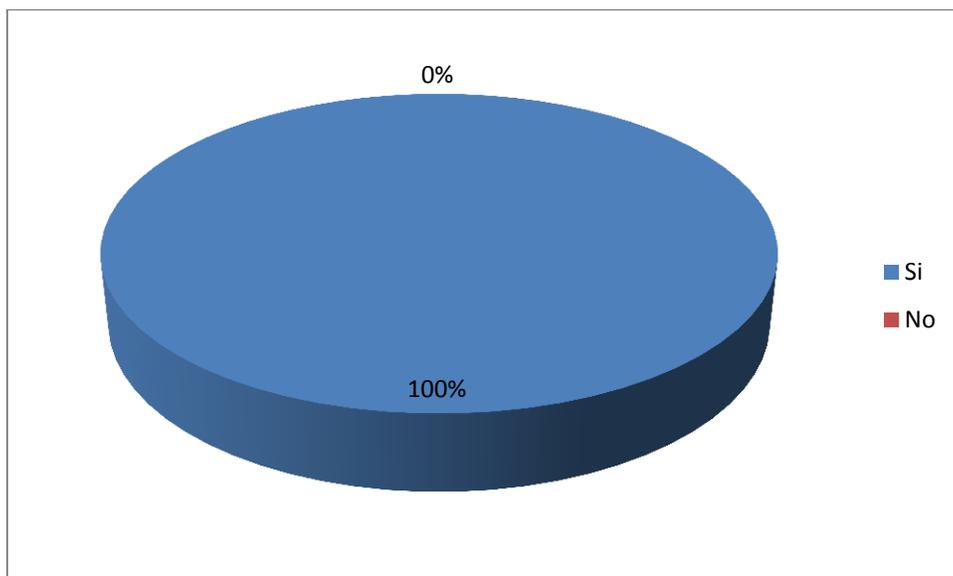


Figura 12. La capacitación es relevante
Fuente: Tabla 3

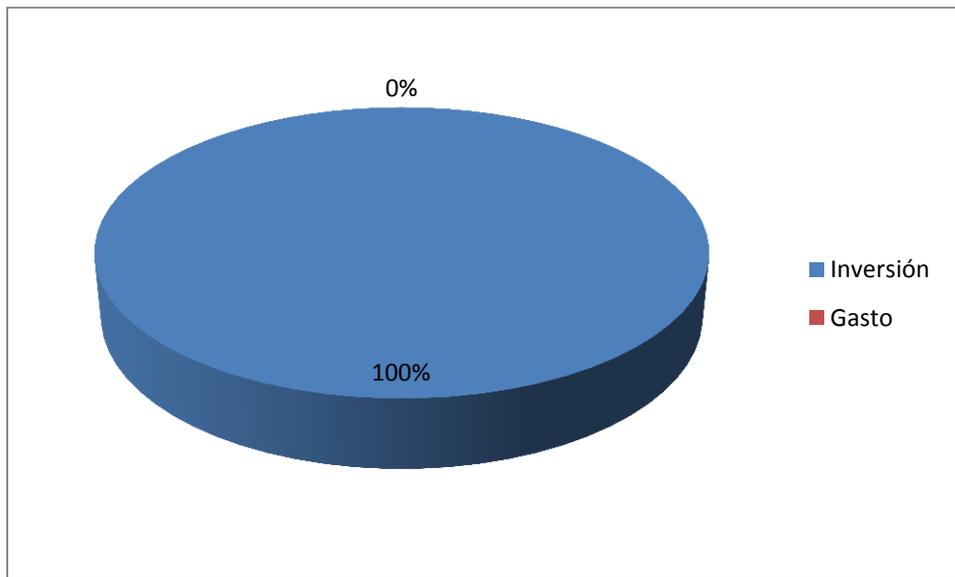


Figura 13. La capacitación es una:
Fuente: Tabla 3

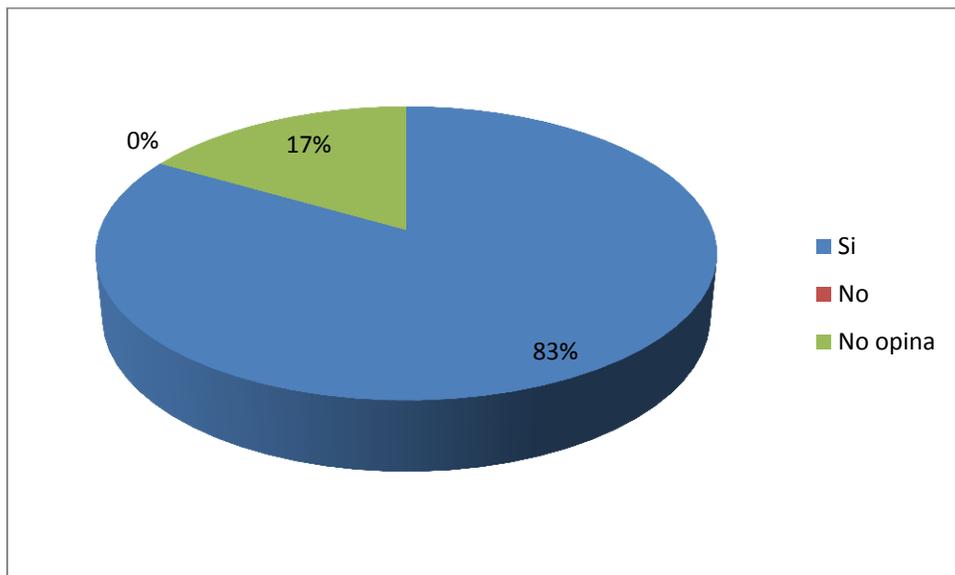


Figura 14. La capacitación mejora su rentabilidad
Fuente: Tabla 3