



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

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

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO
Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO
VENTA DE CALZADO, EN EL MERCADO MODELO DEL
DISTRITO DE CHIMBOTE, 2013

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

FLAVIA DORELLY HUNG ALVA

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURION MEDINA

CHIMBOTE- PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR

MBA. Santos Felipe Llenque Tume
Presidente

Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro
Secretario

Mgtr. Miguel Angel Limo Vasquez
Miembro

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina
Asesor

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A mi Asesor de tesis, Dr. REINERIO CENTURION MEDINA por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A mis padres Magda, Cesar, y Giovanni, gracias por haberme apoyado a lo largo de mí estudio, por su comprensión, esfuerzo y apoyo incondicional; porque si no fuera por ustedes no hubiera sido Posible este triunfo.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de calzado, en el mercado modelo del distrito de Chimbote, 2013.

La investigación utilizó el diseño no experimental, transversal. Para el recojo de la información se tuvo una población de 30 Mypes en la cual se escogió una muestra dirigida de 10 Mypes a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 70% en las micro y pequeñas empresas encuestadas del sector comercio-rubro venta de calzado, en el mercado, distrito de Chimbote conocen que la capacitación mejora la eficiencia de sus colaboradores, mientras el 100% considera su empresa es competitiva debido a la capacitación de sus colaboradores, por mejores ventas, mejor servicio al cliente, captación de clientes y aumento de utilidades.

Finalmente, las conclusiones son: La mayoría 70% de micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro venta de calzado, en el mercado modelo del distrito de Chimbote, conocen la eficiencia de la capacitación en sus colaboradores y 100% consideran a su empresa competitiva.

Palabras clave: Capacitación, características, Mypes

ABSTRACT

The overall objective research was to determine the characteristics of training in micro and small business sector, trade-category footwear sales in the market model district of Chimbote, 2013.

The research used non-experimental, cross-sectional design. For the gathering of information a population of 30 Mypes in which a targeted sample of 10 Mypes who were applied a questionnaire of 13 closed questions, applying the technique of the survey, the following results were chosen had to: 70 % in micro and small businesses surveyed trade-category industry footwear sales in the market district of Chimbote know that training improves the efficiency of its employees, while 100% believe their company is competitive due to training their collaborators for better sales, better customer service, customer acquisition and increased profits.

Finally, the conclusions are: Most 70% of micro and small businesses surveyed footwear sales for the category in the model district of Chimbote market, know the efficiency of training its employees and 100% consider their competitive company.

Keywords: Training, features, Mypes

CONTENIDO

	Pág.
1. Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
2. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iii
3. Resumen y abstract.....	iv
4. Contenido.....	vi
5. Índice de tablas y figuras.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	
2.1 Antecedentes.....	5
2.2 Bases teóricas.....	8
2.3 Marco conceptual.....	14
III. METODOLOGÍA	
3.1 Diseño de investigación.....	19
3.2 Población y muestra.....	19
3.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	20
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.5 Plan de análisis.....	21
3.6 Matriz de consistencia.....	22
3.7 Principios éticos.....	24
IV. RESULTADOS	
4.1 Resultados.....	25
4.2 Análisis de resultados.....	28
V. CONCLUSIONES	
Referencias bibliográficas.....	33
Anexos.....	36

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla N° 1: Características generales del representante en las micro y pequeña empresas del sector comercio-rubro venta de calzado, en el mercado modelo, distrito de Chimbote, 2013

.....pag.21

Tabla N° 2: Características de la empresa a los representantes en las micro y pequeña empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2013

.....pag.22

Tabla N° 3: Características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, 2013

.....pag.23

Figura N° 1: Edad.....pag.35

Figura N° 2: Genero.....pag.35

Figura N° 3: Estado civil.....pag.35

Figura N° 4: Grado de Instrucciónpag.36

Figura N° 5: Cuantas Micro y Pequeñas Empresas formalizadas.....pag.36

Figura N° 6: Tiempo de la Micro y Pequeñas Empresas en el mercado.....pag.36

Figura N° 7: Capacitar a sus colaboradores genera.....pag.37

Figura N° 8: Capacitación mejora la eficiencia de sus colaboradores..... pag.37

Figura N° 9: La empresa es competitiva debido a la capacitación de sus colaboradores.....pag.37

Figura N° 10: Sus clientes están satisfechos con la atención que brindan los colaboradorespag.38

Figura N° 11: Hay satisfacción con el rendimiento de sus colaboradores después de la capacitación.....pag.38

Figura N° 12: Su MYPE actualmente genera utilidades.....pag.38

Figura N° 13: Consideran a la capacitación como.....pag.38

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y pequeñas empresas (Mypes) desempeñando diferentes servicios, como de producción o comercio, en la cual podemos apreciar la carencia de capacitación de algunas Micro y pequeñas empresas (Mypes), y la cual es una desventaja ante los competidores y clientes que hoy en día son muy exigentes con el servicio y la atención que se brinda. Existe una problemática en las Micro y pequeñas empresas (Mypes), la cual comienza con la falta de reconocer la capacitación directa y el grado de capacitación que se debe vivir en una organización competitiva. Esto es una desventaja en el desarrollo del crecimiento de la Micro y pequeña empresa (Mypes) frente a otros mercados competitivos y con alto nivel de capacitación.

Moreno, Espiritú, Aparicio & Salvador (2009): Realizaron el análisis de la importancia de la capacitación y el adiestramiento en 115 micro y pequeñas empresas en el municipio de Tecomán Colima, México, y su impacto en la detección de necesidades de capacitación, resultando que la mayoría de las empresas no presentan y no tienen planificada la realización de actividades de capacitación. Sólo y en algunos casos se tienen programados cursos para vendedores, con la idea de que con dicha capacitación incrementarán sus ventas y el desarrollo de la misma empresa. Se detectó también que no se aplica el adiestramiento en toda su extensión por el desconocimiento que se tiene por parte de los pequeños empresarios los que carecen de alguna especialidad relacionada con la administración empresarial. Pero **Barrientos (2009)** “ Realizó la investigación con el tema capacitación en donde su objetivo general es la detección de necesidades de capacitación del departamento de Mercadería. Se toma una muestra de 2 gerente, 1 asistente y se usa como instrumento una guía de entrevista, cuestionario que se aplicó a gerente departamento de mercadería y asistentes, técnica de la tarjeta y el análisis de los puestos por medio de la observación y perfiles. Por lo que se concluye considerando que el factor humano juega un papel fundamental en la competitividad de las empresas, es importante destacar que es necesario que se empiecen a gestar cambios que permitan incrementar el desempeño del personal para hacer frente al mundo globalizado de hoy en día por lo que se da una propuesta de un programa de capacitación para la institución”.

Para **Vizacarra (2009)**: Quien realizó un análisis a la vida actual del mundo empresarial, el término capacitación está cambiando la forma de trabajo de las empresas, ayudan a mejorar los procesos por lo tanto; las organizaciones o empresas que la implantan logran ventajas competitivas al adoptarla en sus funciones.

La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas, dentro de la empresa, las habilidades que necesitan para realizar su trabajo. Este es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo, la gran, mediana, pequeña o micro empresa que lo adopte generará un valor agregado.

Al empresario de la Micro y Pequeña Empresa le falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para los que ya están en este camino empresarial, pues requieren de información y conocimiento a través de la capacitación, para el mejor manejo de su negocio.

Los Empresarios de la Micro y pequeña empresa, requieren tener una visión integral de cómo gestionar una empresa y una actitud emprendedora que es básica, para salir adelante.

Sin embargo Albújar, Janampa, Odar & Osorio (2008): Concluyen que en la economía peruana las mypes son las mayores generadoras de empleo. Sin embargo, también es uno de los sectores con menos apoyo concreto y decidido por parte del gobierno. Así lo constata esta obra al identificar que prácticamente no existe un sistema nacional de capacitación dirigido a la mejora de la competitividad de la micro y pequeña empresa en el mediano plazo, como sí lo tienen otros países latinoamericanos Chile, Brasil y México, de cuyas experiencias se ha podido identificar que, básicamente, se debe contar con cuatro subsistemas: regulatorio; de representación, apoyo y promoción; de proveedores de servicios de capacitación o desarrollo empresarial; y de financiamiento. Con esta pauta, a través del análisis legal y funcional de las instituciones relacionadas con la mype y entrevistas a expertos de estas instituciones, los autores diagnostican el estado en que se encuentra el aparato institucional y las políticas de promoción y apoyo a la mype peruana.

Para resolver estas limitaciones, proponen un sistema nacional de capacitación —mediante un modelo de acciones y estrategias— que articule eficientemente a todos los actores involucrados con la mype, en el que exista un organismo regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a los demandantes, los micro y pequeños empresarios. Se podrán beneficiar emprendedores del sector manufacturero: metalmecánica, madera, calzado, joyería, textiles y confecciones.

Willnora (2011) Realizo una investigación descriptiva, “Con el tema programa de capacitación y entrenamiento para el personal administrativo. Siendo una población de 832 por lo que se toma una muestra de 62 empleados. Por lo que se utilizó el instrumento de observación directa, encuesta por medio de un cuestionario, diseñada para conocer la información referida a la necesidad de capacitación y el entrenamiento de obreros. Se obtuvo como resultado que el personal administrativo y obrero carece de un proceso de capacitación debido que los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados fueron muy débiles e incompleta por falta de información y preparación de su cargo; la institución no existe un programa de capacitación que aumente, actualice o mantengan los conocimientos y habilidades de los empleados, por lo que se entrega la propuesta de un plan de capacitación”.

En Chimbote específicamente en el Mercado Modelo del Distrito de Chimbote existen Mypes dedicadas a la venta de calzado que tienen problemas de mala atención a los clientes, lo cual puede repercutir en la pérdida de clientes debido a que los trabajadores y los emprendedores desconocen las características de la capacitación con lo cual permitiría una buena atención a sus clientes, este problema permite plantear la siguiente problema de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la capacitación de las Micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo del distrito de Chimbote, año 2013?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:

Determinar las características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo del distrito de Chimbote, año 2013.

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, distrito de Chimbote, año 2013.
- Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, distrito de Chimbote. año 2013.
- Determinar las características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, distrito de Chimbote, año 2013

La presente investigación se justifica porque es importante, permitirá conocer el nivel descriptivo de la capacitación en los micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de calzado ubicado en el mercado modelo, distrito de Chimbote, año 2013

Se justifica porque en la actualidad la situación de la capacitación es preocupante en las pequeñas empresas, de ahí parte en interés de la investigación la cual pretende hacer conciencia de la importancia que tiene la implementación de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas (Mypes), y así dicha capacitación sea efectiva y se vea reflejada en la productividad de la empresa.

Por qué el presente estudio servirá de fuente para futuras investigaciones y otros estudios de las Mypes con respecto a capacitación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes:

Gálvez (2011) en su tesis titulada: –Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector pesquero rubro piscigranjas de paco y Gamitana, del distrito de Calleria periodo 2009-2010:

Según los estudios que se realizaron determinaron que el 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que sus trabajadores si recibieron capacitación. El 100% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación si es de relevante para la empresa. El 90% de los representantes legales de las mypes encuestadas dijeron que la capacitación es una inversión. También el 29% de los microempresarios han recibido una capacitación.

En conclusión podemos precisar que el 100% de los representantes encuestados manifestaron que su personal si ha recibido capacitaciones 100% de los representantes legales encuestados manifestaron que si considera que la capacitación es relevante para sus empresas. El 90% declararon que si consideran que la capacitación es un inversión. El 29% manifestaron que se capacitaron en los últimos años.

Pinedo (2011) en su tesis titulada: –Caracterización del financiamiento, la capacitación y la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro renovadoras del calzado del distrito de Calleria, Provincia de Coronel Portillo periodo 2009-2010:

Los resultados precisan que el 100% de los microempresarios encuestadas no precisan el número de capacitaciones en sus empresas. El 80% de los representantes legales de las mypes encuestadas dijeron que sus trabajadores no reciben capacitación. El 88% de los representantes legales de las mypes encuestadas dijeron que la capacitación es una inversión. El 88% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación si es relevante para su empresa.

En conclusión podemos decir que El 100% de los encuestados no precisan el número de cursos que recibieron una capacitación en los últimos años. El 88% declararon que si consideran que la capacitación es una inversión. El 88% se consideran a la capacitación

relevante para sus empresas. El 80% manifestaron que su personal no ha recibido capacitación.

Cifuentes (2011) en su tesis titulada: –Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro boticas, del distrito de Manantay\periodo 2009-2010:

Los estudios determinaron que el 90% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación si es relevante para la empresa. El 80% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que la capacitación es una inversión. El 50% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que sus trabajadores si reciben capacitación. El 40% de los microempresarios encuestados ha recibido capacitación en manejo empresarial. El 20% de los microempresarios encuestados han recibido una capacitación.

En conclusión precisamos que el 90% declaro que si considera que la capacitación es relevante para sus empresas. El 80% declararon que si consideran que la capacitación es una inversión. El 50% manifestaron que su personal si ha recibido capacitación. El 40% se capacito en manejo empresarial. El 20% que recibieron una capacitación.

Herrera (2011) en su tesis titulada: –Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010

se centró en la creación de un programa de capacitación para el hotel boutique "La Quinta Luna" el cual consta de seis habitaciones, ubicado en la ciudad de Cholula, Puebla, con el fin de conocer la preparación, entrenamiento y adiestramiento con la que cuentan los empleados para poder desempeñar satisfactoriamente su trabajo. Dentro del marco teórico se detalló: aprendizaje, adiestramiento, capacitación, tipos de errores en la capacitación, proceso de capacitación, entre otros. Se aplicó una entrevista que consta de diecisiete preguntas a cuatro departamentos del hotel, los cuales fueron: subgerencia, recepción, ama de llaves y anfitriones con el fin de conocer cuál es el nivel de capacitación con el que cuentan dentro de estos departamentos. El análisis de resultados le permitió al investigador observar cuáles son los puntos de vista de cada uno de los empleados entrevistados,

llevando a cabo un análisis de cada una de las entrevistas. Concluyó que es importante que los empleados reciban capacitación en cuanto a idiomas, estandarización de sus check list, la creación de un folleto de ventas, entre otros puntos importantes. Quedando como propuesta de un programa de capacitación para el hotel boutique "La Quinta Luna", que da pautas para que la empresa implemente y desarrolle dicha propuesta.

M. Ruty, (2012) en su tesis titulada: -La Evaluación de Impacto en la Capacitación del Recurso Humano, Periodo 2014

En la propuesta presentada el objetivo se orientó a evaluar el impacto de la capacitación para indagar sobre la contribución de los esfuerzos de formación que realiza el personal dentro de la organización. Se basó en un trabajo de campo en donde se recopilaron, sobre prácticas de evaluación un relato tipo descriptivo, realizando un estudio comparativo, donde se extrajeron modelos de evaluación de impacto operante en la práctica y contrastaron con los teóricos. Se utilizó como medio de análisis la técnica arqueológica de datos, donde este instrumento fue avalado tanto en campo práctico como teórico. Como resultado de la investigación, se determinó que al haber evaluado el impacto de la capacitación, deja de ser una cuestión subjetiva, cuando se trata de cambiar las posturas respecto a la concepción del aprendizaje, de ciencia y evaluación, así como los marcos teóricos sobre la realidad de las organizaciones, es un proceso complejo que se inscribe en una red de relaciones construida colectivamente. La evaluación debe atender a las características de este proceso y orientar sus esfuerzos a generar la información posible que resulte de utilidad para los miembros de la organización.

C. Cedeño, (2012) en su Tesis titulada: Modelo de Evaluación de Riesgos Laborales para la Universidad Nacional Experimental Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, Periodo 2014

Fundamenta en su investigación el modelo de evaluación; como un modelo de enseñanza pedagógica y participativa, apoyado no solo en las herramientas; la tecnología y el uso de los recursos laborales, materiales y financieros sino también como una necesidad didáctica y axiológica del proceso docente educativo de todos los programas y de todas las investigaciones que allí se desarrollan actualmente, encaminado a crear espacios para la reflexión y la participación, para despertar conciencias y una mejor actuación. Es una

investigación con un nivel de proyecto factible y un diseño descriptivo, documental de campo, desarrollada en una población de 560 trabajadores, de los cuales se extrajo una muestra probabilística estratificada de 21 trabajadores; a los cuales se les aplicó una Encuesta de Opinión, a los expertos una Entrevista Personalizada y la Lista de Cotejo al Departamento de Seguridad e Higiene Industrial; previamente validada la 29 encuesta, con un nivel de confiabilidad determinado por el Método de Haynes en un 85.0%. Se identifica como principal debilidad, adolecer de un modelo de evaluación de riesgos laborales, unido al no funcionamiento del Comité de Seguridad y Salud Laboral y la no elección de los Delegados de Prevención, razón por la cual, existen debilidades que afectan la calidad del servicio de la Seguridad y Salud en el trabajo, unido a la no consideración presupuestaria de los gastos que necesita esta actividad. Se recomienda como propuesta la aplicación del Modelo.

2.2 Bases Teóricas:

Definición de Micro y pequeñas empresas (Mypes)

Según la ley de desarrollo constitucional de la micro y pequeña empresa la Micro y pequeñas empresas (Mypes) son las unidades económicas constituidas 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.

La capacitación como ventaja competitiva:

La mayor parte de las empresas que ofrecen bienes y servicios, están enfocadas a desarrollar estrategias de comercialización que eleven sus ventas, recurriendo a diversas tareas, bien sea mejorando la calidad del producto o del servicio, innovando los mismos y creando campañas de publicidad y promoción que incrementen el interés por la marca. Se crean estrategias para ser competitivos en un mercado peleado y que en muchas ocasiones está destinado a satisfacer las necesidades de consumo de los clientes que están dispuestos a pagar por obtener el producto. Ahora la mayor parte de las empresas están enfocadas al cliente para personalizar el producto, si es necesario, y a cumplir el dream marketing

(mercadotecnia de los sueños), pero; todo esto está respaldado por una organización que se amolda a los estándares de calidad requeridos, y no solo eso, sino; a lograr la competitividad para poder mantenerse en el mercado. Ahora bien, al hablar de competitividad encontramos que la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith, sostiene que diferentes países producen con mayor eficiencia ciertos bienes que otros; por tanto, razonó que cada país se debe especializar en los productos que representan una ventaja competitiva. Cada país destinaría sus recursos a industrias eficientes a través de la especialización y esto en consecuencia aumentaría a eficiencia de las mismas por tres razones: La fuerza laboral se volvería más calificada por la repetición de las mismas tareas, la mano de obra no perdería tiempo en el cambio de un tipo de producción a otro y las prolongadas corridas de producción ofrecerían incentivos para generar métodos de trabajo más eficientes. Si hablamos de la repetición de tareas, mano de obra, fuerza laboral, necesariamente nos referimos al factor humano. Las empresas suelen ocupar adjetivos que minimizan la participación del mismo en la logística de producción de un producto. Por mucha tecnología y producciones en serie y perfeccionamiento que existe de tras de la fabricación de un producto no hay que olvidar que existe la mano del hombre y no solo eso, sino el intelecto.

Al hablar del factor humano estamos hablando del recurso humano de cada empresa e industria, que viene representando su activo más valioso, y para el cual, pocas empresas tienen el respectivo el cuidado y proyección de crecimiento para poder ser competitivos en el mercado.

Hacemos referencia a la capacitación como medio de especialización y crecimiento del personal, no hay que olvidar que el plan de carrera es un proyecto que beneficia al trabajador y a la empresa a corto ya largo plazo, (si es que dicha empresa sabe planificar junto con el empleado el proyecto de vida laboral a tiempo).

Encontramos que la capacitación engrandece los conocimientos del factor humano, proporciona desarrollo personal y humano así como fomenta el buen desarrollo de los negocios y las negociaciones de la empresa independientemente del giro que tenga.

Muchas organizaciones tradicionales han tenido que dejar de lado la vieja idea de que la capacitación es un gasto innecesario, por el contrario es una inversión sumamente valiosa, para cambiar la ideología arraigada de los trabajadores en procedimientos que solo llevan al trabajador a alienarse en su puesto. Ahora lo importante es tratar de hacerle comprender al empleado, (independientemente de su lugar en el organigrama), que por

medio de la especialización y la capacitación necesitamos ser competitivos y ya no por una moda o cliché de la actualidad sino como medio de supervivencia en el mercado globalizado, que a tantas empresas, que se resistieron al cambio, las sacó de la competencia y hasta del mercado.

Los conocimientos no solo se adquieren en nuestra formación doméstica o académica, si no procuramos capacitarnos en diversas áreas profesionales y personales; perderemos la ventaja competitiva (si es que ya la logramos), no estaremos preparados para los cambios que se avecinan en los diversos ámbitos de la vida no solo laboral, si no familiar, social, política y económica.

La capacitación como ventaja competitiva, es una opción viable para competir. Respetable son las decisiones de las organizaciones al respecto. Pero aún más la que se atreve a crecer.

Estrategia de capacitación:

Para que una estrategia de capacitación actual logre éxitos debe tener según Novick (1999) las siguientes características:

- Debe ser continua y permanente.
- Debe tener reconocimiento de factores tácitos.
- El aprendizaje en la organización debe basarse en una dinámica permanente de codificación de las experiencias y saberes de los individuos.
- Requiere de entrenamiento en el lugar de trabajo y a cargo de las empresas.

La capacitación debe ser un componente sistémico de la actividad de la empresa y debe integrar sus distintos sectores: Fabricación, ventas, mantenimiento, calidad, etc.

Por su parte Decenzo y Robbins, (2001): Define a -La capacitación como una experiencia de aprendizaje porque busca un cambio relativamente permanente en un individuo que mejorara su capacidad para desempeñarse en un puesto de trabajo.

Para Siliceo (2004) Propone su propia definición y cita la definición de dos autores más -la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales

de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador.

Por otro lado Sikila, citado por Siliceo (2004) Define como: -El proceso educativo a corto plazo en que se utiliza un procedimiento sistemático por medio del cual el personal obtiene aptitudes y conocimientos técnicos para un propósito particular -.

Werther (2000): Como complemento de lo que este autor menciona, se puede agregar posteriormente que la capacitación, auxilia a los miembros de las organizaciones a desempeñar su trabajo actual.

Por su parte, Chiavenato (2000): Explica que "La capacitación es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de una manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos". Mendoza (2000) "La capacitación es la acción destinada a desarrollar las aptitudes del trabajador con el propósito de prepararlo para desarrollar eficientemente una unidad de trabajo específica e impersonal".

De igual forma Hoyler, citada por Chiavenato (2000): Afirma que la capacitación es una inversión empresarial para reducir o eliminar la diferencia entre el desempeño actual y los objetivos, es decir alcanzar, los objetivos de una manera sustentable. Es en este sentido, dicho autor considera que la capacitación no es un gasto sino una inversión.

Dessler (2004): Coincide en que la capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a los empleados las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo.

Pinto (2005): Reafirma que la capacitación cambia y ayuda a la adaptación del empleado a las necesidades específicas del trabajo.

Importancia de la capacitación

La capacitación de personal es un proceso que se relaciona con el mejoramiento y el crecimiento de las aptitudes de los individuos y de los grupos que forman parte de la organización. La importancia de la capacitación de personal no se puede subestimar. Con frecuencia los directivos consideran que es viable en tiempos de bonanza económica, pero que es lo primero que se debe reducir o eliminar cuando hay problemas económicos. A menudo, esta visión a corto plazo ocasiona que las organizaciones sufran las consecuencias a largo plazo.

¿Cómo Beneficia la capacitación a las Empresas?

- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.
- Crea mejor imagen.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Se promueve la comunicación a toda la organización.
- Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
- Contribuye a la formación de líderes.

¿Cómo beneficia la capacitación al personal?

- Contribuye a la toma de decisiones y solución de problemas.
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Permite el logro de metas individuales.
- Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.
-

Principios fundamentales del proceso de capacitación:

Para Beatriz Islas “Los responsables de las áreas (jefes), por estar en contacto directo con el personal y tener la responsabilidad de lograr ciertos objetivos, están en mejor posición para:

- Establecer las competencias o los comportamientos necesarios en los trabajos tipo, o sea, para diseñar el perfil de alto desempeño
- Observar cotidianamente dichos comportamientos
- Detectar necesidades de capacitación
- Determinar los cambios en el comportamiento posterior a la capacitación

En otras palabras, el responsable del área de capacitación se convierte en un asesor de las áreas sustantivas encargadas del proceso de fabricación de artículos o de prestación de servicios. Aquí también pueden participar los trabajadores”.

La tarea del responsable del área de capacitación, entonces, es apoyar a los directivos y supervisores principalmente en:

- a) Sistematizar, clasificar y dar forma explícita a dichos modelos para llegar a un perfil de alto desempeño.
- b) Procesar información
- c) Establecer programas de capacitación con base en las necesidades.
- d) Facilitar el cambio en los comportamientos, mediante los recursos y procedimientos didácticos adecuados.
- e) Evaluara los resultados de la capacitación, incluyendo el análisis de costo/beneficio, de acuerdo a los procedimientos que se analizarán posteriormente.

No existen formas rápidas, sencillas e infalibles (mágicas) de lograr todo lo anterior. Cualquier método, para lograr buenos resultados, requiere esfuerzo, dedicación y tiempo. El proceso de capacitación, para su creación, implantación y funcionamiento, requiere personas con talentos y capacidades y voluntad para inducir innovaciones.

Cualquier instrumento puede resultar fatal o muy benéfico, todo depende del empleo que le den las personas encargadas de su manejo

2.3 Marco conceptual:

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas Las micro, pequeñas Y medianas' empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña empresa: Ventas 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

Importancia de las Mypes:

Según Nathan Associates Inc. (2009). Sin duda que el rol las micro y pequeñas empresas (MYPE) es crucial en todas las economías:

En Perú las MYPE representan el 98.3% del total de empresas existentes en el país

(94.4% micro y 3.9% pequeña), pero el 74% de ellas opera en la informalidad. El grueso de las MYPE informales se ubica fuera de Lima, generan empleo de mala calidad (trabajadores familiares en muchos casos no remunerados) con ingresos inferiores a los alcanzados en las empresas formales similares. Además, las MYPE aportan aproximadamente el 47% del PBI del país y son las mayores generadoras de empleo en la economía, aunque en la mayoría de los casos se trata de empleo informal. Si concentramos la atención en el desarrollo exportador del país, de las 6,656 empresas exportadoras, el

64% de ellas son Mype, pero sobre el valor total exportado por el Perú, que para el 2009 se estimó en US\$27,800 millones, las MYPE sólo representan el 3%.

El Estado debe tomar un rol protagónico en la búsqueda del crecimiento, se debe buscar la modernización tecnológica al alcance de la Mype para aumentar la productividad, rentabilidad y la integración comercial.

Concepto de capacitación: Proceso educativo a corto plazo que utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado mediante el cual el personal no administrativo adquiere los conocimientos y habilidades técnicas necesarias para acrecentar la eficacia en el logro de las metas organizacionales. Actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en el conocimiento, habilidades y actitudes del colaborador.

Nueva demanda de capacitación y formación en la empresa:

La Organización Internacional del Trabajo publico en su sitio web, (<http://oit.org.pe/>)”Las nuevas técnicas industriales y los nuevos sistemas de trabajo requieren un nuevo tipo de profesional. Las profesiones tradicionales pierden identidad y competencia (Rolf Arnold). El logro de mejoras en la competitividad es concebido ahora como resultado de un conjunto de factores entre los que la actitud del trabajador tiene un lugar relevante”.

“Existe una importante coincidencia en que uno de los ejes de la nueva competitividad de las empresas se basa crecientemente en la—capacidad innovativoll, entendiendo por tal la potencialidad para efectuar desarrollos y mejoras de productos y procesos, cambios organizacionales, desarrollo de nuevas formas de vinculación con el mercado y de aseguramiento de la calidad”.

Diferentes demandas de capacitación

“Los sistemas de formación, aun bajo la gestión estatal, se fijaron como objetivo ayudar a que las empresas atrasadas realizaran el tránsito hacia el sector moderno. La realidad actual no indica que existan dos sectores uno moderno y otro atrasado, sino que existe una graduación importante de situaciones.

El conjunto de factores antes descrito determina una demanda de capacitación muy diferenciada, que no puede ser englobada en una tendencia única”.

Ventajas de la capacitación en cuanto a productividad y calidad:

Una capacitación bien administrada puede producir diversas ventajas, el incremento en la productividad es una de ellas. Cualquier empresario desea elaborar bienes o servicios con las características suficientes para ser líder en el mercado local y después, poder competir en los mercados internacionales, para ello se necesitan productos y servicios de calidad, que sean diferentes o bien elaborar la cantidad suficiente de productos de tal manera que pueda generar utilidades, para lograr esto se necesita gente productiva. La productividad se refiere a la utilización eficiente de los recursos (insumos) al producir bienes y/o servicios (productos). Por lo tanto la productividad en una organización mejora en la medida que se emplean menos insumos, obteniendo mejores productos y de mayor calidad que sean adquiridos por el mercado.

En la medida que una organización avance en materia de productividad reduce sus costos y aumenta sus utilidades, esto debido a que evita desperdiciar recursos. Como lo muestra David Sumanth en su libro *Ingeniería y administración de la productividad* (1990) el mejorar la productividad de un producto o servicio genera una disminución en el costo total por unidad. Por lo tanto, la consecuencia del mejoramiento de la productividad total son dos estrategias administrativas favorables: 1) Reducir el precio de venta de un producto o servicio sin sacrificar el margen de utilidad actual; y 2) Aumentar el margen de utilidad sin reducir el precio de venta.

Si se adopta la primera estrategia se tienen los siguientes beneficios: los consumidores ahorran al comprar el producto o servicio a menor precio con la misma o mejor calidad; la empresa se beneficiará ganando un mayor porcentaje de mercado y esto a su vez, puede crear oportunidades que generen ingresos mayores; los empleados se beneficiarán con un aumento a su salario real (si es que la organización hace un reparto de utilidades honesto entre sus empleados).

Si se sigue la segunda estrategia el beneficio que se obtiene es el siguiente: los accionistas o dueños de la empresa se beneficiarán a través de mayores dividendos sobre sus acciones.

También la empresa tendrá mejor oportunidad de reinvertir las utilidades en nuevos productos, servicios, procesos y negocios. La productividad debe estar directamente relacionada con la calidad. Es importante que si se persigue la productividad en una

empresa, ésta esté encaminada a lograr productos con calidad. Es más factible que un empleado capacitado realice su trabajo con calidad que uno que no ha sido entrenado en sus funciones. La calidad genera una mayor aceptación del producto en relación con los de la competencia y por lo tanto, se obtiene una mayor participación en el mercado. Por otra parte, la falta de calidad puede provocar a la compañía dos situaciones: pérdida de ventas y costo directo de garantía. Por lo tanto, los proyectos para mejorar la calidad deben presentarse con el propósito de enfrentar cualquiera de las situaciones anteriores, es decir; para aumentar las ventas o evitar pérdidas en ventas, o bien, para disminuir el costo directo de la garantía.

La capacitación como un proceso continuo:

Es de vital importancia para una organización lograr la calidad de sus productos a través de su gente. Para tener gente productiva es indispensable brindarles capacitación, si ésta se imparte de manera continua se generará en el individuo un interés hacia el conocimiento y la actualización que son los mejores aliados para el progreso de todo ser humano, porque a lo largo de su vida lo único que no perderá valor será el conocimiento acumulado.

Este cúmulo de conocimientos de los trabajadores es lo que realmente puede llevar a las empresas al éxito o al fracaso, ya que, para quienes todavía lo dudan, las personas son lo más importante en una organización y son ellas precisamente las que generan el resultado de las operaciones. El personal bien capacitado es capaz de ofrecer continuamente un valor adicional a todo lo que produce, sin embargo, en buena parte de nuestras organizaciones no se le da la importancia debida al factor humano, muchas veces por la oferta excesiva de mano de obra.

Es necesario darle un giro a esta situación debido a que el nuevo ambiente de negocios no permite que las empresas operen con empleados que no desarrollen su creatividad y a quienes no se les permita innovar para contribuir a mejorar su empresa. Un empleado sin motivación permanecerá en la empresa mientras consigue otro trabajo que cubra sus expectativas. De tal manera que para medir la calidad del personal en una empresa es importante considerar el nivel de desempeño que obtiene a través de la capacitación y si ésta es continua, impulsará al individuo a ser mejor cada día. Por lo tanto, tendrá mayor capacidad para adecuarse a las nuevas necesidades de los negocios y ayudará a su empresa a poder competir en un mercado cada vez más amplio.

La capacitación debe ser un proceso que se inicia con los trabajadores de nuevo ingreso o los recientemente promovidos, independientemente que cuenten con experiencia previa o no. Es indispensable aprovechar su motivación para que pueda aprender conocimientos y habilidades nuevas, y que conozcan los nuevos objetivos organizacionales para que se familiarice con ellos.

Para que esta capacitación sea continua, la organización debe realizar la tarea de detectar constantemente las necesidades de capacitación que presenta el personal. Estas se pueden determinar a través de la evaluación del desempeño. Esta función es una de las más significativas de la administración de recursos humanos, pues por medio de ella, podemos saber si las demás funciones previas fueron diseñadas correctamente. Es decir: con la evaluación del desempeño se verifica si los programas de capacitación han dado resultados, si los programas de inducción son correctos, o bien si las áreas de reclutamiento y selección son eficaces. Otra forma de detectar las necesidades de capacitación es verificando o actualizando el análisis de puestos y los documentos informativos de la planeación de recursos humanos.

Una vez detectadas las necesidades de capacitación, se procede a iniciar un plan que defina los objetivos a alcanzar con el programa de capacitación así como los criterios para la evaluación del desempeño. Hecho esto se procede a elaborar el contenido del programa en forma específica con el apoyo de las diversas técnicas de capacitación que pueden aplicarse dentro del lugar de trabajo (instrucción directa sobre el puesto, rotación de puestos, etcétera), y las que se aplican fuera del mismo (conferencias, videos, actuación, simulación de condiciones reales o lecturas), y elegir cuál o cuáles de ellas son las más indicadas para lo que se requiere.

Finalmente, se debe llevar a cabo el seguimiento y la evaluación de estos programas de capacitación para verificar su eficacia. Esto se puede realizar estableciendo, en primer lugar, las normas o criterios de evaluación, después debe realizarse un examen previo a la capacitación para determinar el nivel de conocimientos. Para verificar los resultados del programa se debe realizar una evaluación posterior a la capacitación. Si los resultados son mejores en forma significativa que el examen previo a la capacitación y si el trabajador logra emplear los conocimientos adquiridos en su lugar de trabajo, entonces el programa logró sus objetivos.

II. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la Investigación:

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

Fue **No experimental**, porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable de la capacitación, donde se observó el fenómeno tal como se encontró dentro de su contexto.

Fue **Transversal** porque se realizó en el año 2013, es decir en un tiempo determinado.

Fue **Descriptivo**, porque solo se observó las partes más relevantes de la variable en estudio.

3.2 Población y Muestra:

a) Población:

La población del estudio estuvo conformada por un total de 30 micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro de ventas de calzado, en el mercado modelo, distrito de Chimbote, año 2013, el cual se obtuvo por sondeo (**Anexo N° 3**)

b) Muestra:

Se tomó una muestra de 10 Mypes del sector comercio, rubro ventas de calzado, en el mercado modelo, distrito de Chimbote, año 2013 la misma que fue seleccionada de forma dirigida y que estuvieron dispuestas a participar en la presente investigación. (**Anexo N° 3**)

3.3 Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores:

Variable	Concepto/Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Capacitación	La capacitación como una experiencia de aprendizaje porque busca un cambio relativamente permanente en un individuo que mejorara su capacidad para desempeñarse en un puesto de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos • Personas • Clientes satisfechos • Competitividad • Rendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Curso de capacitación, Marketing, gerencia. ☐ Trabajadores, empresarios, personal interno. ☐ Calidad del producto. ✓ Precios bajos, atención al cliente ✓ Competitivo, mejoramiento en la administración 	<p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p>

3.4 Técnicas e Instrumentos:

Se utilizó la técnica de la encuesta, fue aplicada a todos los representantes de todas las mypes en estudio, para recolectar datos requeridos para nuestra investigación, aplicado hacia las Micro y pequeñas empresas (Mypes).

Instrumentos:

Se realizó como instrumento un cuestionario estructurado de 13 preguntas, el cual se aplicó a los representantes mediante la técnica de la encuesta, obteniendo los resultados de la investigación

3.5. Plan de Análisis:

En el presente estudio se hizo un análisis descriptivo para la cual los datos fueron ingresados a una base de datos para su respectivo procesamiento con el programa informático Microsoft Excel y word.

Los resultados se presentan en tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y figuras estadísticas de la variable en estudio, las cuales fueron analizados en la presente investigación.

3.6 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable
<p>Problema Central:</p> <p>Cuáles son las principales características de la capacitación de las Mypes del Sector Comercio Rubro venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013?</p> <p>Problemas Secundarios:</p> <p>¿Cuáles son las características de los Representantes de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013.</p> <p>¿Cuáles son las características de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, Distrito de Chimbote. año 2013.</p> <p>¿Cuáles son las características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013</p>	<p>Objetivos General:</p> <p>Determinar las características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado, en el mercado modelo Distrito de Chimbote, año 2013.</p> <p>Objetivos Especificos:</p> <p>Determinar las características de los Representantes de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, Distrito de Chimbote. año 2013.</p> <p>Determinar las características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas (Mypes) del Sector Comercio Rubro venta de calzado en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013</p>	<p>CAPACITACION</p>

Población y muestra	Metodología y diseño	Instrumentos y procedimientos
<p>Población</p> <p>La población del estudio estuvo conformada por un total de 30 micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro de ventas de calzado, en el mercado modelo, distrito de Chimbote, año 2013, el cual se obtuvo por sondeo (Anexo N° 3)</p> <p>Muestra</p> <p>Se tomó una muestra de 10 Mypes del sector comercio, rubro ventas de calzado, en el mercado modelo, distrito de Chimbote, año 2013 la misma que fue seleccionada de forma dirigida y que estuvieron dispuestas a participar en la presente investigación. (Anexo N° 3)</p>	<p>Diseño de la Investigación:</p> <p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental, transversal, descriptivo.</p> <p>Fue No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable de la capacitación, donde se observó el fenómeno tal como se encontró dentro de su contexto.</p> <p>Fue Transversal porque se realizó en el año 2013, es decir en un tiempo determinado.</p> <p>Fue Descriptivo, porque solo se observó las partes más relevantes de la variable en estudio.</p>	<p>Técnicas e Instrumentos:</p> <p>Se utilizó la técnica de la encuesta, fue aplicada a todos los representantes de todas las mypes en estudio, para recolectar datos requeridos para nuestra investigación, aplicado hacia las Micro y pequeñas empresas (Mypes).</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Se realizó como instrumento un cuestionario estructurado de 13 preguntas, el cual se aplicó a los representantes mediante la técnica de la encuesta, obteniendo los resultados de la investigación</p> <p>Plan de Análisis:</p> <p>En el presente estudio se hizo un análisis descriptivo para la cual los datos fueron ingresados a una base de datos para su respectivo procesamiento con el programa informático Microsoft Excel y word. Los resultados se presentan en tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y figuras estadísticas de la variable en estudio, las cuales fueron analizadas en la presente investigación.</p>

3.7 Principios éticos:

El presente estudio se elaboró en base a los principios éticos de respeto a las personas, confiabilidad y confidencialidad:

El respeto por las personas: Este respeto incorpora al menos dos convicciones éticas; primera: Que los individuos deben ser tratados como agentes autónomos; segunda: Que las personas con autonomía disminuida tienen derecho a protección. El principio del respeto por las personas se divide entonces en dos requerimientos morales separados: El de reconocer la autonomía y el de proteger a quienes la tienen disminuida. Una persona autónoma es un individuo capaz de deliberar acerca de sus metas y de actuar bajo la guía de tal deliberación. Respetar es dar peso a las opiniones y escogencia de las personas autónomas y refrenarse de obstaculizar sus acciones a menos que sean claramente perjudiciales para otras. Mostrar falta de respeto por un agente autónomo es repudiar sus juicios, negarle la libertad de actuar sobre la base de esos juicios o no darle información necesaria para hacer un juicio cuando no hay razones de peso para proceder así. Sin embargo no todo ser humano es capaz de autodeterminación. La capacidad de autodeterminación madura durante la vida del individuo, y algunos individuos la pierden total o parcialmente debido a enfermedad, perturbación mental o circunstancias severamente restrictivas de la libertad.

Principio de confiabilidad: Este principio se trata de un grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. Es decir en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales, y deben ser confiables y reales los resultados.

Principio de confidencialidad: Este principio se trata de una propiedad de la información que pretende garantizar el acceso sólo a las personas autorizadas, es decir sólo tomar la información con un solo fin, en este caso netamente con fines educativos y de estudios, realizar un acuerdo de confidencialidad nace para que cada parte esté al tanto de los intereses de la otra y los respete, para que acepte sus tiempos sin excepción y ambas puedan beneficiarse. Es correcto que la persona a la que se solicitará la información conozca que las respuestas o información que nos pueda proporcionar sólo va a ser conocida a manera de estudio por algunos de los docentes universitarios y con el único fin educativo.

IV. RESULTADOS:

4.1 Resultados

Tabla 01. Características del representante de la MYPE del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013

Datos generales:	Número de representantes Mypes	Porcentaje
Edad (años)		
18 - 30	3	30,0
31 - 40	5	50,0
41 - 50	2	20,0
51 a más		
Total	10	100,0
Sexo		
Masculino	6	60,0
Femenino	4	40,0
Total	10	100,0
Estado Civil		
Soltero	5	50,0
Casado	5	50,0
Divorciado	0	0,0
Viudo	0	0,0
Total	10	100,0
Grado de instrucción		
Primaria	4	40,0
Secundaria	2	20,0
Técnico	4	40,0
Superior universitario		
Profesión	0	0,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes Del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013

Tabla 02. Características de las Mypes del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013

De la Empresa:	Número de Mypes	Porcentaje
Su MYPE esta formalizada		
Si	4	40,0
No	6	60,0
Total	10	100,0
Cuánto tiempo tiene su MYPE en el mercado		
1-3 años	0	0,0
3- 5 años	3	30,0
5-7 años	4	40,0
7- a más	3	30,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a las Mypes Del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013.

Tabla 03. Características de la capacitación de las Mypes del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013

Capacitación De los colaboradores:	Número de Mypes	Porcentaje
Capacitar a sus colaboradores genera		
Aumenta captación de clientes	3	30,0
Mejor servicio al cliente	2	20,0
Aumenta utilidades	2	20,0
Mejores Ventas	3	30,0
Total	10	100,0
Capacitación mejora la eficiencia de sus colaboradores		
Si	7	70,0
No	3	30,0
Total	10	100,0
La empresa es competitiva debido a la capacitación de sus colaboradores		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
Sus clientes están satisfechos con la atención que brindan los colaboradores		
Si	4	40,0
No	6	60,0
Total	10	100,0

Continua...

Tabla 03. Características de la capacitación de las Mypes del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013.

Capacitación De los colaboradores:	Número de Mypes	Porcentaje
Hay satisfacción con el rendimiento de sus colaboradores después de la capacitación		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
Su MYPE actualmente genera utilidades		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
Consideran a la capacitación como:		
Gasto	5	50,0
Inversión	5	50,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes Del Sector Comercio-Rubro Venta de calzado, en el mercado modelo, Distrito de Chimbote, año 2013.

Conclusión

4.2 Análisis de Resultado

Discusión:

Tabla n°01

Respecto a los empresarios

Edad del Representante: Se observa que, del 100% de los representantes de las MYPES encuestadas, el 50% manifestaron que su edad fluctúa entre los 31 - 40 años.

Esto demuestra que actualmente en las MYPES la mayoría son adultos, lo cual son personas responsables, capaces de desarrollarse, que vieron la necesidad de crear su propia empresa, y generar puestos de trabajos para más personas.

Sexo del Representante: Se observa que, del 100% de los representantes de las MYPES encuestados, el 60% manifestaron que son del sexo masculino y el 40% son de sexo femenino.

Actualmente los emprendedores de la MYPES son dirigidas por varones que día a día sacan a sus familias adelante, y quieren seguir superándose, algunos de ellos están estudiando un nivel superior para brindar un mejor servicio a sus clientes.

Estado Civil del Representante: Se observa que del 100% de los encuestados, el 50% manifestaron que son solteros y 50% son casados.

Grado de Instrucción: Se observa que del 100% de los representantes encuestados, el 40% manifestaron tener solo el grado de instrucción de primaria, el 20% manifestaron tener grado de instrucción secundaria, y el 40% manifestaron tener grado de instrucción técnico.

Tabla n°02

Respecto a las Características de las Mypes

Formalización de las Mypes: Se observa que del 100% de los representantes encuestados, el 40% manifestaron estar formalizada, y el 60% manifestaron no estar formalizadas.

Según Nathan Associates Inc. en el Perú las MYPE representan el 98.3% del total de empresas existentes en el país, el 74% de ellas opera en la informalidad. El grueso de las MYPE informales se ubica fuera de Lima, generan empleo de mala calidad (trabajadores familiares en muchos casos no remunerados) con ingresos inferiores a los alcanzados en las empresas formales similares.

Tiempo de las Mypes en el Mercado: Se observa que del 100% de los representantes encuestados, el 30 % manifestaron tener en el mercado de 3 a 5 años, el 40% manifestaron tener en el mercado 5 a 7 años, y el 30% manifestó tener en el mercado 7 años a más.

Tabla n° 03

Respecto a la Capacitación

Capacitar a sus colaboradores: Se observa que del 100% de los representantes encuestados, el 30% considera que la capacitación a sus colaboradores les genera aumentar captación de clientes, el 20% considera que la capacitación genera mejor servicio al cliente, el 20% considera que la capacitación genera aumentar utilidades, y el 30% considera que la capacitación genera mejores ventas. Este contrasta con Gálvez ya que el 100% de los representantes legales reciben capacitación porque es relevante para su empresa, por otro lado Pinedo el 88% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación si es relevante para su empresa.

La capacitación mejora le eficiencia de sus colaboradores: Se observa que del 100% de los representantes encuestados, el 70% consideran que la capacitación mejora la eficiencia en los colaboradores, el 30% consideran que la capacitación no mejora la eficiencia en los colaboradores. Esto contrasta con Pinedo que el 80% de los representantes legales de las Mypes dijeron que sus trabajadores no reciben capacitación.

La empresa es competitiva debido a la capacitación: Se observa que el 100% de las MYPES consideran que la empresa es competitiva debida a la capacitación de sus colaboradores.

Sus clientes están satisfechos con la atención que brindan sus colaboradores: Se observa que el 100% de las MYPES consideran que el 40% de sus clientes SI están satisfechos con la atención que brindan los colaboradores, y el 60% consideran que NO están satisfechos.

Hay satisfacción con el rendimiento de sus colaboradores después de la capacitación: Se observa que el 100% de las MYPES consideran que están satisfechos con el rendimiento de sus colaboradores después de la capacitación.

Su MYPE actualmente genera: Se observa que el 100% de las MYPES actualmente están generando utilidades.

Consideran a la capacitación: Se observa que el 50% de las MYPE consideran que la capacitación es un gasto, y el 50% de las MYPE consideran que la capacitación es una inversión. Esto contrasta con Cifuentes que el 80% considera que la capacitación es una inversión y el 20% considera que es un gasto, y por otro lado Pinedo el 88% declararon que si consideran que la capacitación es una inversión.

V. CONCLUSIONES

Respecto a los datos generales del encuestado:

En los estudios realizados concluye que la mayoría relativa (50%) de las mypes son administradas por personas adultas con edad promedio de 31 a 40 años, la mayoría (60%) son del sexo masculino, son personas que se sienten capaces, y sobre todo son emprendedores, la mitad (50%) son solteros, la mayoría (40%) de estos emprendedores han realizados estudios primarios y técnicos.

Respecto a la Mype:

En el estudio realizados concluye que la mayoría (60%) de las MYPES no están formalizadas, pero si les interesa estarlo como la ley lo indica, también concluye que la mayoría (40%) de las MYPES tienen en el mercado de 5 a 7 años.

Respecto a la Capacitación:

De acuerdo con los resultados podemos concluir que la mayoría (60%) de las mypes capacitan para aumentar clientes y mejorar las ventas, la mayoría (70%) de las mypes capacitan para mejorar la eficiencia de sus colaboradores, en su totalidad consideran que la capacitación es fundamental para ser competitivo, la mayoría (60%) de las mypes no satisfacen a sus clientes por la atención de sus colaboradores, en su totalidad hay satisfacción en el rendimiento de sus colaboradores después de la capacitación, en su totalidad las mypes generan utilidades, la mitad (50%) de las MYPES consideran que la capacitación es una inversión y no un gasto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Avolio B. (2009): Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (mypes)_Extraído el 11 de Mayo del 2014 Sitio web:

<http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc14.htm>

Albújar, Janampa, Odar y Osorio. (2014). Sistema Nacional de Capacitación para la MYPE Peruana. Extraído el 15 de Junio del 2015, de Políticas de investigación Sitio web:

http://investigaciones.esan.edu.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=53:sistema-nacional-de-capacitacion-para-la-mype-peruana&catid=40:gerencia-para-el-desarrollo&itemid=65&lang=es

Barrientos (2009). Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del instituto tecnológico del nororiente (itecnor), ubicado en los llanos de la fragua, zacapa.". Extraído el 23 de Abril del 2015, de UNIVERSIDAD RAFAEL

LANDÍVAR Sitio web: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Sosa-Yadira.pdf>

Cifuentes (2011): Extraído el 06 de Diciembre del 2013

-Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro boticas, del distrito de Manantayll periodo 2009-2010.

Cedeño C. (2012). La capacitación laboral como mecanismo de prevención de riesgos del personal de la empresa inversiones aqua náutica, s.a . Extraído el 24 de Octubre 2014, de UNIVERSIDAD DE CARABOBO Sitio web:

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/491/cfernandez.pdf?sequence=3>

Gálvez (2011): Extraído el 06 de Diciembre del 2013

-Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector pesquero rubro piscigranjas de paco y Gamitana, del distrito de Calleria periodo 2009-2010

Moreno, Espiritú, Aparicio & Salvador. (2009). Capacitación en las micro y pequeñas empresas de la Ciudad de Tecomán, Colima, México. Extraído el 12 de Mayo del 2013., de Sistema de Información Científica Redalyc Sitio web:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411683006>

Romero K. (2010) La capacitación y la motivación como herramientas para conseguir una ventaja competitiva Extraído el 19 de Noviembre del 2013 Sitio web:

<http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/28840/1/Romero%20Reyes.pdf>

Rutty.M. (2012). La capacitación laboral como mecanismo de prevención de riesgos del personal de la empresa inversiones aqua náutica, s.a. Extraído el 24 de Octubre 2014 , de UNIVERSIDAD DE CARABOBO Sitio web:

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/491/cfernandez.pdf?sequence=3>

Pinedo. (2011). -Caracterización del financiamiento, la capacitación y la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro renovadoras del calzado del distrito de Calleria, Provincia de Coronel Portillo periodo 2009-2010.

Biblioteca Uladech: Bach. RENGIFO SILVA, Jefferson.

Mendoza A. (2011). Concepto de la capacitación. Extraído el 13 de Junio del 2014, de scribd Sitio web: <http://es.scribd.com/doc/53702739/concepto-de-la-capacitación>

Manzano S. (2010) Capacitación y desarrollo humano. Extraído el 16 de Julio del 2013

Sitio web: <http://capacitacion-desarrollo-humano.blogspot.com/2010/09/la-capacitacion-como-ventaja.html>

Zarazúa J.L (2010) Capacitación: un proceso continuo y programado para hacer frente a la globalización. Extraído el 12 de Junio del 2014. Sitio web:

<http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num15/doc10.htm>

El presidente de la república (2013) LEY N° 30056 Extraído el 06 de Mayo del 2016

Sitio web:

http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf

Vizacarra. (2009). Importancia de la capacitación para las MYPE. Extraído el 23 de Abril del 2015, de mundo mype Sitio web:

<http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167>

Anexo N° 1

Cronogramas de actividades

N°	ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Socialización del silabo.																
2	Elaboración de la matriz de consistencia																
3	Determinación de la población y muestra.																
4	Elaboración del cuadro de la Operacionalización de la variable																
5	Elaboración de la encuesta.																
6	Aplicación de la Encuesta																
7	Recolección de datos																
8	Tabulación y Codificación de los datos obtenidos.																
9	Elaboración de cuadros y gráficos.																
10	Análisis de datos																
11	Discusión																
12	Conclusiones																

Anexo N° 2

Recursos Necesarios

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

Anexo N° 3

Sondeo de Mypes sector comercio, rubro ventas de calzados

Población:

N°	Mypes Servicio	Dirección
1	Zapatería Luciana	Mercado Modelo Puesto N°416
2	Calzados Miguelito	Mercado Modelo Puesto N°415
3	Zapatería Cigüeña Bazar	Mercado Modelo Puesto N°399
4	Zapatería Don José	Mercado Modelo Puesto N°85
5	Zapatería Bazar	Mercado Modelo Puesto N°168-169
6	Zapatería Bazar Universal	Mercado Modelo Puesto N°165
7	Zapatería Camila Celeste	Mercado Modelo Puesto N°163-164
8	Zapatería Universito	Mercado Modelo Puesto N°80-81
9	Zapatería Vanessa	Mercado Modelo Puesto N°162-161
10	Zapatería Distribuidora Paola	Mercado Modelo Puesto N°174-175
11	Zapatería Flor	Mercado Modelo Puesto N°430
12	Zapatería Flor	Mercado Modelo Puesto N°133
13	Zapatería Livo	Mercado Modelo Puesto N°134
14	Zapatería Sport Robito	Mercado Modelo Puesto N°204-205
15	Zapatería Bata	Mercado Modelo Puesto N°481
16	Zapatería Cristell	Mercado Modelo Puesto N°381
17	Zapatería Maribel	Mercado Modelo Puesto N°285
18	Zapatería Capri	Mercado Modelo Puesto N°780

19	Zapatería Bata	Mercado Modelo Puesto N°420
20	Zapatería Rose Mary	Mercado Modelo Puesto N°431
21	Zapatería Jozalin	Av. José Gálvez N° 441
22	Zapatería Ybañez	Av. José Gálvez N° 489
23	Zapatería Inversiones JS	Jr. Espinar N°286
24	Zapatería Bazar Kya Sport	Jr. Espinar N°288
25	Zapatería Bazar la Fortuna	Jr. Espinar N°720
26	Calzados Kiara	Mercado Modelo Puesto N°218
27	Calzados Rosita	Mercado Modelo Puesto N°320
28	Zapatería R&J	Mercado Modelo Puesto N°758
29	Calzados Brenda	Mercado Modelo Puesto N°220
30	Zapatería A&L	Mercado Modelo Puesto N°350

Muestra:

N°	Mypes Servicio	Dirección
1	Zapatería Luciana	Mercado Modelo Puesto N°416
2	Calzados Miguelito	Mercado Modelo Puesto N°415
3	Zapatería Cigüeña Bazar	Mercado Modelo Puesto N°399
4	Zapatería Don José	Mercado Modelo Puesto N°85
5	Zapatería Bazar	Mercado Modelo Puesto N°168-169
6	Zapatería Bazar Universal	Mercado Modelo Puesto N°165
7	Zapatería Camila Celeste	Mercado Modelo Puesto N°163-164
8	Zapatería Universito	Mercado Modelo Puesto N°80-81

9	Zapatería Vanessa	Mercado Modelo Puesto N°162-161
10	Zapatería Distribuidora Paola	Mercado Modelo Puesto N°174-175

Anexo N° 4

LOCALIDAD: Chimbote			
Concepto	Valor	Cantidad	Valor total
Pasajes	12.00	8	96.00
Impresiones	4.00	3	12.00
Internet	25.00	3 meses	75.00
Cuaderno	6.00	1	6.00
Total			S/. 189.00

Anexo N° 5

Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Buen día, la siguiente encuesta es realizada por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración del VIII ciclo, como parte del plan curricular correspondiente al curso de Tesis II, se le pide su colaboración para la recolección de datos, los cuáles permitirán a los estudiantes realizar un estudio correspondiente para resolver la problemática relacionada en cuanto a la capacitación de las Mypes del sector comercio. A continuación se les presentará las preguntas, de antemano, se le agradece su colaboración y disposición.

I. Respecto al Empresario Y/O Propietario

1) ¿Cuál es su edad?

- a. 18-30
- b. 31-50
- c. 50 a más

2) ¿Cuál es su género?

- a. Femenino
- b. Masculino

3) ¿Cuál es su estado civil?

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Divorciado
- d. Viudo

4) ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a. Primaria
- b. Secundario
- c. Técnico
- d. Superior universitario
- e. Profesión
- f. Especificar: -----

II. Respecto a la MYPE:

1) ¿Su MYPE está formalizada?

 SI NO

2) ¿Cuánto tiempo tiene su MYPE en el mercado?

- a) 1 – 3 años
- b) 3 – 5 años
- c) 5 – 7 años
- d) 7 – a + años

III. Respecto a la Capacitación

1) ¿Considera usted que capacitar a sus trabajadores genera:

- a) Aumenta captación de clientes.
- b) Mejor servicio al cliente
- c) Aumenta utilidades
- d) Mejores ventas

2) ¿Considera usted que la capacitación mejora la eficiencia de sus colaboradores?

 SI NO

3) ¿Considera que la empresa es competitiva debido a la capacitación de sus colaboradores?

 SI NO

4) ¿Considera usted que sus clientes están satisfechos con la atención que brindan los colaboradores?

 SI NO

5) ¿Usted está satisfecho con el rendimiento de sus colaboradores después de la Capacitación?

 SI NO

6) ¿Su MYPE actualmente genera utilidades?

 SI NO

7) Considera usted a la capacitación como:

a) Gasto

b) Inversión


Validado por el: LIC. Carlos Rebaza Alfaro.

Anexo N°5

Figuras:

Datos del Representante

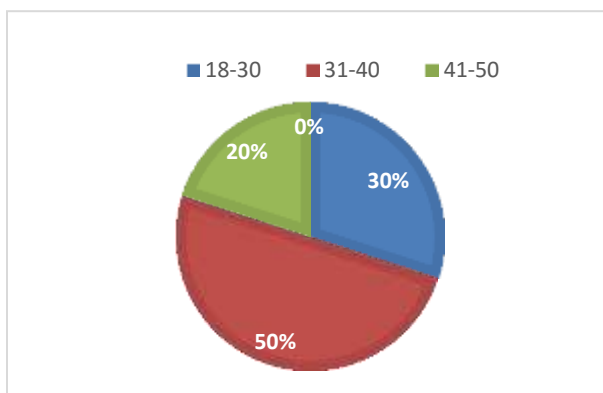


Figura 1: Edad del Representante
Fuente: Tabla 1

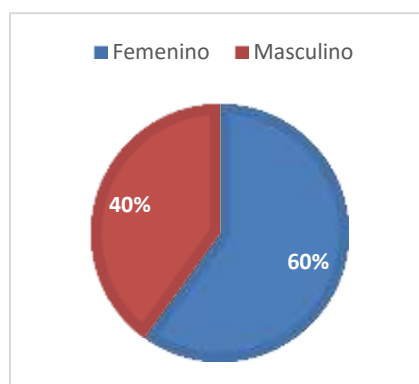


Figura 2: Genero del representante
Fuente: Tabla 1

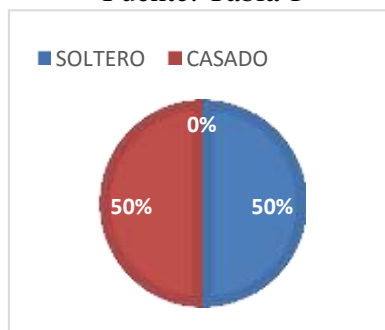


Figura 3: Estado Civil del Representante
Fuente: Tabla 1

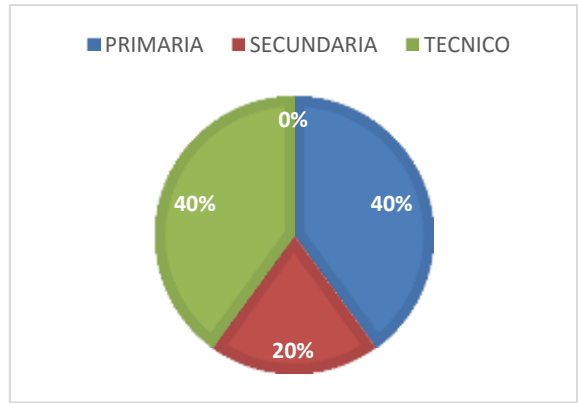


Figura 4: Grado de Instrucción del Representante
Fuente: Tabla 1

Datos De la Empresa:

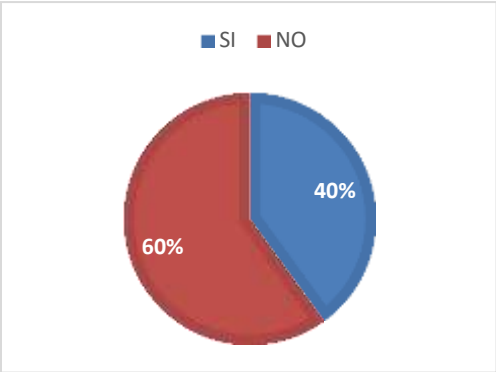


Figura 5: Micro y Pequeñas Empresas formalizadas
Fuente: Tabla 2

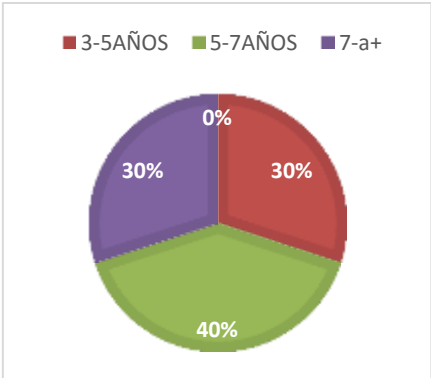


Figura 6: Tiempo de la Micro y Pequeñas Empresas en el mercado
Fuente: Tabla 2

Capacitación De los colaboradores

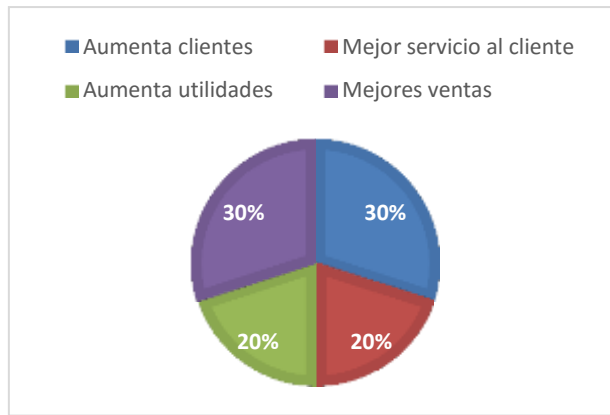


Figura 7: Capacitar a sus colaboradores genera
Fuente: Tabla 3

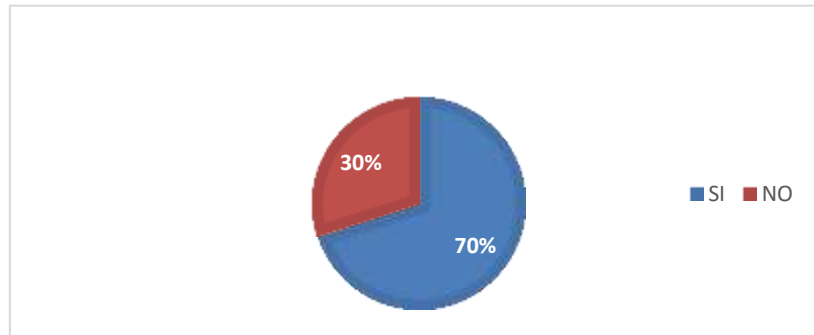


Figura 8: Capacitación mejora la eficiencia de sus colaboradores
Fuente: Tabla 3

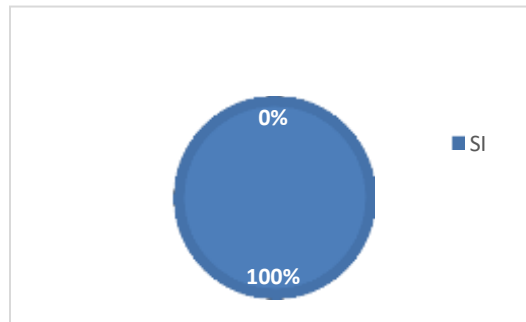


Figura 9: La empresa es competitiva debido a la capacitación de sus colaboradores
Fuente: Tabla 3

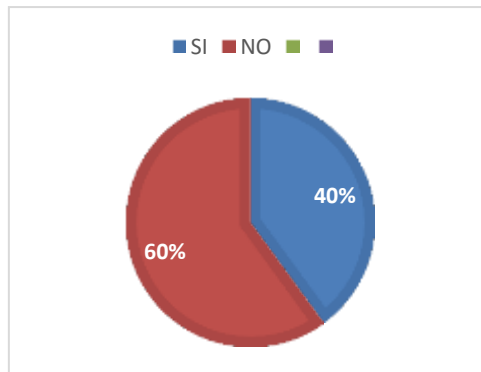


Figura 10: Sus clientes están satisfechos con la atención que brindan los colaboradores
Fuente: Tabla 3

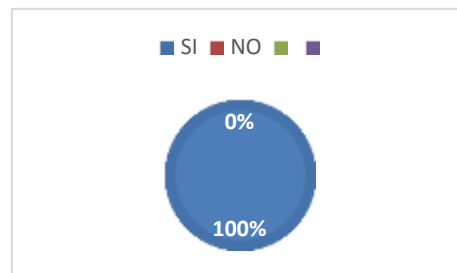


Figura 11: Hay satisfacción con el rendimiento de sus colaboradores después de la capacitación
Fuente: Tabla 3

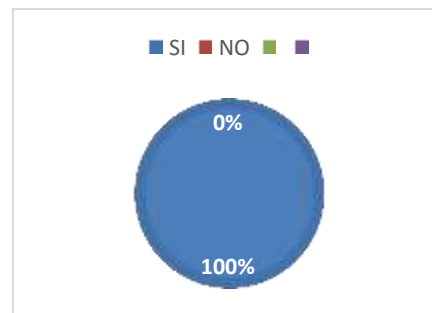


Figura 12: Su MYPE actualmente genera utilidades
Fuente: Tabla 3

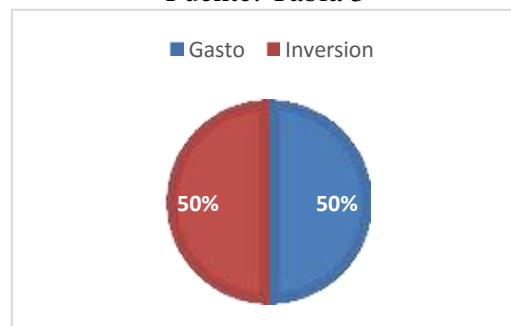


Figura 13: Consideran a la capacitación como
Fuente: Tabla 3

