



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN.**

CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y
RENTABILIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR PRODUCCION, DEL RUBRO DE
ARTESANIA TEXTIL EN EL DISTRITO DE AZANGARO,
PERIODO-2018.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO
DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

AUTOR:

LUIS DELMER LAURA CANAZA

CÓDIGO ORCID:

ASESOR:

ING. DIVAN CARI CONDORI

JULIACA – PERU

2019

EQUIPO DE TRABAJO

TESISTA

LUIS DELMER, LAURA CANAZA.
CÓDIGO ORCID ID. 0000-0002-0833-6022

ASESOR

ING. DIVÁN, CARI CONDORI

CÓDIGO ORCID ID.

PRESIDENTE

MG. JUAN MAURICIO PILCO CHURATA.

CÓDIGO ORCID ID.

SECRETARIO

MG. ALVARES GALLEGOS AURELIO.

CÓDIGO ORCID ID.

MIEMBRO

LIC. CONSTANTINO PARICAHUA CONDORI.

CÓDIGO ORCID ID.

RESUMEN

Los artesanos tienen ciertos rasgos particulares que se desarrollan para lograr el éxito empresarial. en esta investigación se pretende conocer las características de capacitación y rentabilidad Mype en artesanía textil del distrito de Azángaro Región Puno, desde una perspectiva sociodemográfica, capacidad de logro y carácter innovador. la **metodología** es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y un diseño no experimental –transversal, se utilizó la técnica de la encuesta, y el instrumento del cuestionario, donde se aplicó 12 preguntas y se llegaron las siguientes conclusiones; de la figura N^a 1. Edad. 6 encuestados oscilan entre 31 a 50 años que equivale al 75% figura N^a 4. 5 encuestados tienen entre 10 a 20 trabajadores que vendría a ser el 62% figura N^a 6 todos los encuestados indican que realizan capacitación al personal de su empresa, que equivale al 100%. figura N^a 11. 6 encuestados mencionan que utilizan el financiamiento para la compra de materia prima que equivale a 75%. figura N^a 12. 7 encuestados manifiesta que ha mejorado la rentabilidad de la empresa por la capacitación y el financiamiento, que equivale al 87%. Por consiguiente la mayoría de los empresarios les falta desarrollar más experiencia para operar en los mercados, para que los resultados puedan tener incremento en la capacitación de los micros empresarios, lo cual a su vez redundaría en un crecimiento económico de las MYPE, generando más empleo y una mayor inserción en el ciclo económico.

Palabra clave: capacitación, rentabilidad, Mype

SUMMARY

For the study of research and respecting the guidelines of the university, it has as a general objective What are the main characteristics of training and profitability in the Mype, of the production sector - textile handicraft sector, in the district of Azángaro, the methodology is descriptive, quantitative level and a non-experimental design, transverse, the survey technique was used, and the questionnaire instrument, where the survey was conducted to 08 managers and / or owners, where 12 questions were applied and The following conclusions arrived; of graph No. 1. Age. 6 respondents are between 31 and 50 years old equivalent to 75% Graph No. 4. 5 respondents have between 10 to 20 workers that would be 62% Graph No. 6 All respondents indicate that they train their company staff, which is equivalent to 100%. Graph No. 11. 6 respondents mention that they use financing for the purchase of raw materials that equals 75%. Graph No. 12. 7 respondents state that the company's profitability for training and financing has improved, which is equivalent to 87%. Consequently, most entrepreneurs need to develop more experience to operate in the markets, so that the results may have an increase in the training of micro entrepreneurs, which in turn would result in an economic growth of the MYPE, generating more employment and greater insertion in the economic cycle.

Keyword: training, profitability, Mype.

CONTENIDO

I.	INTRODUCCION.....	1
II.	REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1.	ANTECEDENTES:.....	7
2.2.	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	12
III.	HIPOTESIS.....	27
IV.	METODOLOGIA.....	27
4.1.	Diseño de la investigación.....	27
4.2.	UNIVERSO Y MUESTRA.....	27
4.3.	Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	28
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de dato.....	29
4.5.	Plan de análisis.....	30
4.6.	Matriz de consistencia.....	31
4.7.	Principios éticos.....	31
V.	RESULTADOS.....	33
5.2.	Resultados.....	33
VI.	CONCLUSIONES.....	47

INDICE DE TABLAS

Tabla N ^a 01.....	33
Tabla N ^a 02.....	34
Tabla N ^a 03.....	35
Tabla N ^a 04.....	36
Tabla N ^a 05.....	37
Tabla N ^a 06.....	38
Tabla N ^a 07.....	39
Tabla N ^a 08.....	40
Tabla N ^a 09.....	41
Tabla N ^a 10.....	42
Tabla N ^a 11.....	43
Tabla N ^a 12.....	44

INDICE DE FIGURA

Figura Nª 01.....	33
Figura Nª 02.....	34
Figura Nª 03.....	35
Figura Nª 04.....	36
Figura Nª 05.....	37
Figura Nª 06.....	38
Figura Nª 07.....	39
Figura Nª 08.....	40
Figura Nª 09.....	41
Figura Nª 10.....	42
Figura Nª 11.....	43
Figura Nª 12.....	44

I. INTRODUCCION.

La artesanía textil es quizás la manifestación más importante del Perú. Juan José Vega en su mencionado libro póstumo “Historia y Tradición: Ayacucho, Cusco y Puno, nos manifiesta lo siguiente: “Los antiguos peruanos realizan las piezas más asombrosas de la manufactura textil de todos los tiempos. Destaca las de Paracas, aunque es menos conocido el hecho de que allí el Perú alcanza una marca mundial; en uno de los mantos, rico en tonalidades, la conocida especialista, Lita O’Neil pudo reconocer 190 colores y matices, variedad inigualada en la historia mundial del arte”. Es así que los textiles incaicos tuvieron una proverbial riqueza, considerados entre las grandes maravillas de la antigüedad. Se tejió en caso todo material que había a la mano: con pelo finísimo de vicuña, de llama, de alpaca, vizcacha, murciélago, con plumas, con chaquira de cobre, de oro y de plata, Incluso con cabellos humanos. Sobre estos ropajes incas, el cronista Martín de Murúa describe algunos que cabían en un puño de puros finos y añade que los más notables eran los que mezclaban plumaje multicolor, lentejuelas de oro y plata, así como diversas chaquiras sobre telas de vicuña. Por su parte, Cieza de León dice que muchos de esos “uncos” (túnicas) lucían “argentería, esmeraldas, turquesas y otras piedras preciosas”, todo bellamente dispuesto, con ese extraordinario gusto por la armonía de colores contrastados que todavía muestran los tejidos quechuas en el Perú de nuestros días. (Vega, 2014)

(Artesania, 2017) Artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se diferencia del trabajo en serie o industrial. Para que una artesanía sea tal debe ser trabajado a mano y cuanto menos procesos industriales tenga más artesanal va a ser. La artesanía es un objeto totalmente cultural, ya que tiene la particularidad de variar dependiendo de la cultura, el paisaje, el clima y la historia del lugar. Por consiguiente el arte textil se relaciona fuertemente con los demás elementos de la vida cotidiana de las personas en un territorio. Así, los acontecimientos importantes, los ciclos de producción, el paisaje, la cultura, la ritualidad y cosmovisión, confluyen en el proceso de confección de las diferentes prendas. A pesar de que por diferentes motivos se ha dejado de usar las vestimentas tradicionales, reemplazadas por la ropa comercial, aún en algunas comunidades no han dejado de tener una valoración que merecen. Usadas en el día a día y en las diferentes fiestas y rituales, están presentes recordándonos, con mucha belleza y creatividad, las vivencias y los elementos de la naturaleza y la vida cotidiana en la cultura andina.

En el Perú la micro y pequeña empresa representan el 98% de todo el universo de empresa, y de toda la línea de artesanía en Puno la artesanía textil representa el 84%, de los cuales sólo el 6% exporta (Dirección Regional de Artesanía Región Puno, 2014), debido a las limitaciones en el nivel de estudios, experiencia, búsqueda de oportunidades, persistencia, asumir riesgos y tener presente la flexibilidad al cambio. Además, la mayoría de empresarios Mypes de este rubro son mujeres de 25 y 49 años,

el 34% tiene un nivel de estudio universitario y el 64% restante con niveles inferiores. (Anchapuri M. y Magno A., 2017).

La gente de empresa son personas a las que les atribuye bastantes cualidades como sacrificio, constancia, prudencia y creatividad. (Rodriguez, 2011). Además, motivaciones de logro, innovación personal, orientación al futuro, control interno, propensión a asumir riesgo, suele ser una persona insatisfecha, tolerancia de la ambigüedad y la incertidumbre, capacidad de aprender de la experiencia, nivel de formación y experiencia profesional.

Según **Ley N° 30056** Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, promulgada el 1 de julio de 2013. Según **Ley N° 30056** se elimina la cantidad de trabajadores para diferenciar a las Mype y se incluye a la mediana empresa, precisando que son micro empresas las que alcanzan ventas anuales de hasta 150 UIT, son pequeñas empresas las que tienen ventas anuales superiores a este valor y hasta el monto máximo de 1,700 UIT, y son medianas empresas las que alcanzan ventas anuales superiores a 1,700 UIT hasta 2,300 UIT.

Según el reglamento de la **LEY N° 29073** - ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal en el Perú. Las exportaciones las hacen las empresas, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas en todo el país, por ello el objetivo que se planteó al 2016, es lograr más de 15600 empresas exportadoras a nivel nacional. Triplicar las exportaciones no tradicionales. Para este efecto, en el próximo quinquenio se implementare la estrategia del "aprovechamiento con inclusión social de la apertura comercial del Perú", que permitirá una alianza estratégica con los gremios

empresariales del país, gobiernos regionales, locales a fin de desarrollar y promover las exportaciones no tradicionales de bienes y servicios con valor agregado de cada región del país. Frente a la necesidad de nuevos mercados, nuestro país viene suscribiendo una serie de acuerdos comerciales con diferentes países, lo que mejorara el acceso a dichos mercados. Gracias a esta Ley, los artesanos peruanos disfrutan de los beneficios, incluido el apoyo para promover sus actividades, participan en eventos organizados por MINCETUR y son reconocidos por el Estado como constructores de tradiciones, culturales e identidad.

Es por ello que en la Provincia de Azángaro aproximadamente 20 empresas están en pre disponibilidad para exportar al mercado nacional y así posteriormente al exterior, siendo de interés desarrollar algunas ideas en relación a la rentabilidad y capacitación de la Artesanía, que con el apoyo de los grupos de empresas en la localidad de Azángaro dentro del marco productivo se pretende contribuir activamente en nuestra economía mediante la exportación a un futuro próximo, en los tejidos de fibra de lana de alpaca, vicuña etc. Mostrando de esta manera que las MYPE puedan incrementar su producción, el mismo que tiene gran importancia por el mayor valor agregado y el empleo que genera.

En ese entorno en el presente proyecto de línea de investigación titulada “caracterización de la capacitación y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector producción, en el rubro de artesanía textil en el distrito de Azángaro periodo 2018”

Me planteo el problema general:

¿Cuáles son las principales características de la capacitación y rentabilidad en las Mype, del sector producción – rubro de artesanía textil, en el distrito de Azángaro, periodo -2018? **La variable:** capacitación **variable:** rentabilidad. Para responder a este problema, tenemos que formular el objetivo general: **“Identificar las principales características que tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE del Sector Producción, Rubro artesanía textil del Distrito de Azángaro, periodo -2018.** Y con respecto a los **Objetivos Específicos:** **a)** Identificar las principales características de la capacitación de las MYPE del Sector Producción, Rubro artesanía textil del Distrito de Azángaro, periodo 2017-2018. **b)** Identificar las principales características de la rentabilidad de las MYPE del sector producción, rubro artesanía textil del distrito de Azángaro, periodo -2018

Este estudio se **justifica** mediante el desarrollo de un programa para mejorar las habilidades de los artesanos involucrados en la artesanía textil. Hoy en día, la región y la economía del país están creciendo rápidamente porque se exportan a través de intermediarios en la mayoría de las regiones. El resultado de la investigación sobre emprendimiento es una nueva tendencia que debe continuarse, fortaleciendo así la competitividad y el fortalecimiento de las MYPE en el mercado a nivel nacional o internacional.

En este contexto, la investigación presenta la metodología básica orientada a conocer los perfiles y las características de los empresarios textiles artesanales del distrito de Azángaro-Puno-Perú con respecto a sus características sociodemográficas, capacidad de logro y características innovadoras, Las características personales de los

emprendedores están relacionadas con el éxito de Mype. El artesano es una figura central en el proceso de producción de las operaciones de la compañía.

Delimitaciones de la investigación.

El campo de estudio de esta investigación está dirigido a los empresarios y artesanos en la línea de artesanía textil que se ubican en el distrito de Azángaro de la Provincia de Azángaro de Región de Puno. La investigación se llevara a cabo en los 2018 – 2019. La investigación se orientará en conocer las características de los empresarios y cuanto describir y conocer de las características y de la rentabilidad.

El desarrollo y la descripción se organizan de la siguiente manera: En el CAPITULO I, tratará acerca de la introducción , Objetivos de la Investigación, metodología; posteriormente el CAPITULO II estará compuesto por la revisión bibliográfica que incluye los antecedentes, el Marco Teórico, Marco Conceptual de la Investigación; luego en el CAPITULO III se trata de la hipótesis de la Investigación; pasando al CAPITULO IV se analizará la metodología de Investigación; en el CAPITULO V se verá la Exposición y Análisis de los Resultados; y para cerrar la estructura establecida con el CAPITULO VI que son las Conclusiones y Recomendaciones, aspectos complementarios, referencias bibliográficas y culminando con las conclusiones.

II. REVISIÓN DE LITERATURA.

2.1. ANTECEDENTES:

Según Rangel. A,(2015), el punto de vista de la evaluación de Kirkpatrick. La capacitación de la Oficina de Trabajo y Seguridad Social del Gobierno Provincial de San Luis Potosí, el alcance del modelo de evaluación de la rentabilidad y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas en la región, y el apoyo de las empresas de la Municipalidad de San Luis Potosí es el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social del gobierno provincial. Por el programa PAC (programa de apoyo a la formación). Se elaboraron las conclusiones propuestas sobre la implementación y el estudio de las mediciones posteriores al curso.

Según Moreyra O. (2013), en su investigación denominada necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la universidad cristiana latinoamericana extensión guayaquil para mejorar la calidad de servicio. propuesta de un módulo práctico dice:

que, Las universidades demandan hoy, no sólo la implementación de los currículos académicos , los syllabos por asignaturas y actualización de conocimientos de la docencia, máximo nivel académico; por ello, debemos mejorar nuestra calidad de servicio, que éstos sirvan para satisfacer las exigencias de los usuarios, estamos obligados a desarrollar procesos de auténtica modernización, tanto la forma de entregar una información a tiempo de acuerdo a los requerimientos del usuario como en la forma de funcionar

internamente para lograr atender con la eficacia y confiabilidad necesaria. El presente trabajo de investigación corresponde básicamente a un estudio de tesis con planteamiento de hipótesis en la modalidad lógica. Este proceso de estudio tiene investigación de campo y un proyecto de intervención. Las unidades de análisis en este fueron orientadas al personal administrativo, directivo, estudiantes y docentes de la Universidad Cristiana Latinoamericana-extensión Guayaquil. De las opiniones de las personas entrevistadas, se pudo detectar que un gran porcentaje la necesidad de capacitación en atención al cliente al personal administrativo. Todos ellos vertieron criterios que nos hacen llegar a la conclusión de que la UCL no puede dejar de considerar esta problemática y debe incursionar en talleres de capacitación. Si se implementara un modulo práctico de capacitación profesional mejoraría el servicio de calidad en la UCL. Por la carencia de capacitación, ha conllevado a ofrecer un servicio deficiente, es por esto que surge la propuesta y el requerimiento de un Módulo práctico de capacitación, la mayor prioridad de capacitación según el personal administrativo es de atención y servicio al cliente, lo cual permitirá optimizar los resultados de atención y brindar un servicio de excelencia a nuestros usuarios.

b) antecedentes nacionales:

Según Gabriel, & Pizarro, (2016) en su investigación dice:

La presente investigación, tuvo como objetivo general: describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro

y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías, del distrito de Callería, 2017. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra poblacional de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: El 80% de los representantes legales de encuestados son adultos, con edades que fluctúan entre 26 a 60, el 70% de los encuestados, son del sexo masculino, el 40% Superior Universitario Completa; Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas: , el 40% de tres a cinco años, el 40% tiene dos trabajadores permanentes, el 40% tiene dos trabajadores eventuales, el 70%, se formaron para obtener ganancias; Respecto al financiamiento: El 50% manifestó que el financiamiento de su actividad productiva es por terceros, el 70% manifestaron que financian su negocio por intermedio de la financiera Banco Crédito, así mismo el 40% invirtieron en capital de trabajo; Respecto a la capacidad: Un 60% dijo que no recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito, el 40% manifestó que recibió dos capacitaciones en los últimos dos años, el 40% precisa que su personal no recibió ningún tipo de capacitación, el 80% si consideran a la capacitación como una inversión, el 40% capacitaron a su personal en prestación de mejor servicio al cliente; Respecto a la rentabilidad: El 70% afirma que el financiamiento recibido ha mejorado la rentabilidad de su empresa, el 70% de los encuestados manifestaron que la rentabilidad de sus empresas si ha mejorado en los dos últimos años.

Según Ventura,(2016) dice:

El presente trabajo de investigación titulado “CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TEXTIL DISTRITO DE TUMBES, 2016”, tuvo como problema general ¿Cuáles son las principales características de la capacitación y rentabilidad de las Mypes sector comercio, rubro textil del Distrito de Tumbes, 2016? El objetivo general del estudio es describir las características de la capacitación y rentabilidad de las MYPE, del sector comercio rubro textil en la ciudad de tumbes. El tipo de estudio fue descriptivo y cuantitativo, el diseño no fue experimental, con una población de 307 MYPE y 34 muestras. Mypes de uno de los departamentos de comercio de ropa de la ciudad de Tumbes. Como cuestionarios, se utilizaron técnicas, encuestas y herramientas, y los cuestionarios se manejaron de manera estadística.

Según Fabiola, (2017) hace mención lo siguiente:

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para damas, del distrito de Calería, 2016. La investigación fue cuantitativo-descriptivo, no experimental- transversal-retrospectiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 22 Micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: La mayoría son adultos y tienen entre 26 años a más, el 60% son del sexo femenino, el 54% tienen superior no universitario, y la ocupación que predomina es comerciante con 59%. El 63% tienen entre cinco a más de diez años en su rubro empresarial, son formales, tienen trabajadores

permanentes y eventuales. El 86% se formaron por subsistencia. Se financian mediante las entidades bancarias, el 79% pagó 3.42% de interés mensual, sus créditos lo usaron en mejoramiento y/o ampliación de local. Recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito, en los últimos años recibieron capacitación y no capacitaron a sus trabajadores. Consideran a la capacitación como inversión y relevante. Del 77% su rentabilidad mejoro en los últimos años gracias al financiamiento y a la capacitación, el cual permitió planificar sus actividades en un ambiente laboral competitivo, considerando que todo ello les permitirá lograr sus objetivos. Finalmente se recomienda al micro empresario capacitarse permanentemente para ser eficiente, eficaz y competitivo porque solo de esa manera la empresa evidenciara una rentabilidad sólida y sostenida en el tiempo.

Anchapuri M. y Magno A. (2017) en su investigacion dicen:

Los empresarios tienen ciertos rasgos particulares desarrollados para lograr el éxito empresarial. En esta investigación se pretende conocer el perfil de los empresarios exportadores Mypes de artesanía textil de la Región Puno Perú, desde la perspectiva sociodemográfico, capacidad de logro y carácter innovador. La metodología utilizada fue el enfoque cuantitativo-descriptivo y diseño no experimental-transeccional. Asimismo, para el estudio se consideró un ceso población de 31 Mypes del sector, a quienes se les administró una encuesta, constituida por 20 ítems en el cuestionario. Además, se consignó una prueba piloto para la fiabilidad ($\alpha=73$ %) y valides (86%). Y los resultados reflejan que la mayoría de los empresarios tienen 41 a 52 años de edad, el 61,3% un nivel de educación no universitaria y el 48,4% experiencia en el sector. Además, la capacidad de logro es muy alto (61,3%)

y el perfil carácter innovador también (64,5%). Por consiguiente, los empresarios Mypes exportadores han desarrollado más las competencias de carácter innovador y capacidad de logro. En cambio, las características sociodemográficas, nivel de educación universitario alcanzado es limitado y la mayoría de los empresarios les falta desarrollar más experiencia para operar en los mercados internacionales.

2.2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.

2.2.1. La Capacitación

Explica que la capacitación es una herramienta básica de gestión de personal. Esto le permite mejorar la eficiencia de las operaciones de su empresa y, al mismo tiempo, adaptarse a las nuevas situaciones que puedan surgir dentro y fuera de su empresa u organización.” (BAZALAR PARRA, 2017)

Del mismo modo BAZALAR P. (2017) refiere que la Hay varias formas de definir el contenido de capacitación, entre las que se encuentran las siguientes: Es una forma sistemática para que las personas aprendan conocimientos, actitudes y habilidades de acuerdo con su propósito definido. La capacitación implica la transferencia de conocimientos específicos del trabajo, las actitudes hacia los aspectos organizativos, las tareas y los entornos, y el desarrollo de habilidades. Ya sea una tarea compleja o una tarea simple, cada tarea siempre involucra estos tres aspectos.

Según, Ramos R. (2016), Nos explica los beneficios de la capacitación y garantiza que la capacitación nos permita evitar la obsolescencia del conocimiento del personal. También puede adaptarse a los rápidos cambios sociales, como la situación

de la mujer trabajadora, el aumento de la población universitaria, la mayor esperanza de vida, los cambios continuos en productos y servicios y los avances en tecnología de la información. Región, y las crecientes y diversas demandas del mercado. Reduce la tasa de rotación de personal y permite capacitar a sustitutos que pueden ocupar nuevas funciones de manera rápida y eficiente. Por lo tanto, invertir en capacitación beneficia tanto a la persona capacitada como a la empresa capacitada. Y las empresas que están haciendo mayores esfuerzos en este sentido son las que se beneficiarán más en el mercado siempre competitivo.

Beneficios del proceso de capacitación:

- Apoyo a prevenir el riesgo laboral.
- Crear una actitud más positiva entre los personales.
- Mejorar la rentabilidad de la empresa reflejada en los estados financieros.
- Mejorar la moral del personal.
- Mejorar el conocimiento sobre las diferentes posiciones y por lo tanto el rendimiento.
- Mejorar la imagen de la empresa.
- Facilite la confirmación de que la persona a cargo es la misma que la empresa.
Mejorar la relación entre los superiores y los subordinados.
- Promover la comprensión de la política de la empresa.
- Proporciona información sobre las futuras necesidades de personal en todos los niveles.
- Ayuda a resolver el problema.

- Promover la promoción de los empleados.
- Mejorar la productividad y la calidad del trabajo.
- Promover la comunicación dentro de la organización.

Según Ventura, (2016) el plan de capacitación es aquel que se elabora incluyendo los temas en los que los empleados necesitan instrucción para mejorar su desempeño y afirma que las etapas del proceso de capacitación (p. 28). Son las siguientes:

a. Análisis de las necesidades

Identificar las habilidades, conocimientos y actitudes específicas para el desempeño del trabajo con la finalidad de mejorar el rendimiento y la productividad.

Evaluar a los participantes para asegurar que el programa se ajuste a sus niveles específicos de educación, experiencia y competencias así como a sus actitudes y motivaciones personales.

b. Diseño de instrucción.

Reunir objetivos, métodos, recursos, descripción y secuencia del contenido, ejemplos ejercicios y actividades de la instrucción.

Asegurarse de que todos los materiales como guías del instructor y cuadernos del trabajo de los participantes se complementen entre sí, estén escritos con claridad y se combinen en una capacitación unificada que se oriente directamente a los objetivos de aprendizajes que se establecieron.

c. Validación.

Presentar y validar previamente la capacitación. Basar las revisiones finales en resultados piloto para garantizar la eficacia del programa.

d. Aplicación

Cuando sea aplicable, impulsar el éxito con un taller para capacitar al instructor que se centre en el conocimiento y las habilidades para la presentación, además del contenido mismo de la capacitación.

Programa de capacitación.

Un programa de capacitación es un plan que permite a los instructores establecer una serie de actividades, estrategias de enseñanza, criterios de evaluación, tiempo y recursos involucrados en el desarrollo del curso y comunicar las propuestas del programa tanto a los participantes del curso como a las partes interesadas. Es un medio. Para la formación de instructores, directivos y evaluadores.(Ventura, 2016)

- Condición y calidad del trabajo de trabajo.
- Capacidad de recursos humanos.

- Capacidad de las empresas para ingresar al mercado.
- Mejorar la calidad de los productos y servicios, aumentar las ventas, reducir costos y mejorar la productividad.
- Desarrolle y mejore sus conocimientos, habilidades y habilidades.

Plan de capacitación

Un plan de capacitación es una traducción de las expectativas y necesidades de una organización dentro de un período de tiempo fijo. Esto corresponde a lo que se espera que se cumpla efectivamente dentro de un cierto período de tiempo. Por lo tanto, se relaciona con los recursos humanos, los recursos físicos o materiales disponibles y la disponibilidad de la empresa.

Además, el autor dice que la capacitación es cualquier actividad realizada dentro de la organización de acuerdo con las necesidades de la organización y está destinada a mejorar las actitudes, los conocimientos, las habilidades o el comportamiento del personal. Haga la tarea, y lo que realmente sabe. Estas diferencias se encuentran a menudo al evaluar el rendimiento.

Según González, (2007) el plan de capacitación es aquel que se elabora incluyendo los temas en los que los empleados necesitan instrucción para mejorar su desempeño y afirma que las etapas del proceso de capacitación” se muestran los siguientes:

Etapas del proceso de capacitación

a) Análisis de las necesidades

Identificar las habilidades, conocimientos y actitudes específicas para el desempeño del trabajo con la finalidad de mejorar el rendimiento y la productividad.

Evaluar a los participantes para asegurar que el programa se ajuste a sus niveles específicos de educación, experiencia y competencias así como a sus actitudes y motivaciones personales.

Establecer los objetivos de un programa formal de capacitación.

b) Diseño de la instrucción

Reunir objetivos, métodos, recursos, descripción y secuencia del contenido, ejemplos ejercicios y actividades de la instrucción.

Organizarlos en un programa.

Asegurarse de que todos los materiales como guías del instructor y cuadernos del trabajo de los participantes se complementen entre sí, estén escritos con claridad y se combinen en una capacitación unificada que se

oriente directamente a los objetivos de aprendizajes que se establecieron.
Elaborar un programa formal de capacitación.

c) Validación

Presentar y validar previamente la capacitación.

Basar las revisiones finales en resultados piloto para garantizar la eficacia del programa.

d) Aplicación

Cuando sea aplicable, impulsar el éxito con un taller para capacitar al instructor que se centre en el conocimiento y las habilidades para la presentación, además del contenido mismo de la capacitación.

e) Evaluación y seguimiento

Evaluar el éxito del programa de acuerdo con:

Reacción, documentar las reacciones inmediatas de los apéndices ante la capacitación.

Aprendizaje, usar tanto los recursos tanto para la retroalimentación como las pruebas previas y posteriores para medir lo que se aprendió en el proceso.

Comportamiento, una vez terminada la capacitación anotar las reacciones que tienen los supervisores ante el desempeño de las personas que se entrenan.

En lo siguiente se muestra el grado de mejora en el desempeño laboral.

Desarrollo .

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

2.2.2. Variable rentabilidad.

En “Rentabilidad” Necesita un concepto que se aplique al comportamiento económico en el que se impulsan los instrumentos materiales, humanos y financieros para obtener ganancias. La rentabilidad es una medida del rendimiento que generó el

capital utilizado en un período determinado. Esto supone una comparación entre el ingreso realizado y los medios utilizados para obtenerlo, dependiendo de si el análisis realizado es a priori o ex post. (Fabiola, 2017)

Importancia.

Masgrau, (2010) No es la noticia de que todos tienen que ganar suficiente dinero para financiar negocios a corto, mediano y largo plazo y recompensar a los accionistas, y ¿por qué no a los empleados? No puedo decir eso tampoco. La rentabilidad está influenciada por la determinación tanto de la parte comercial (generación de ingresos) como de la parte más efectiva (generación de costos). Por lo tanto, tener un modelo de rentabilidad y un sistema de información es un deber para todas las empresas.

También señala que hay muchas formas de medir la rentabilidad y hay muchos aspectos que se pueden ver. Un buen modelo de rentabilidad debe responder a las preguntas relacionadas con el producto donde el dinero se gana o se pierde (¿es un problema de precio? ¿Es un problema de cantidad?) (Así como la eficiencia transaccional) Al canal con el mejor rendimiento. Clientes con alta utilidad (¿están prestando suficiente atención? ¿Hay alguna sugerencia de valor según la utilidad que nos dejan?) Un modelo de rentabilidad suficiente permite conocer su origen Hacer.

Según Porter (2006), considera que la rentabilidad de una empresa depende tanto de la estructura del tipo de industria a la que pertenece como de la posición con la que compete. Para hacerlo, las personas que tienen en sus manos la responsabilidad

de planificar el propósito de la empresa deben ser plenamente conscientes de la industria que debe competir y dónde se encuentra la empresa en el mercado.

Objetivos de la Rentabilidad

Según la agencia Marketing Publishing (2007), Desde un punto de vista estratégico, se refiere a las tres opciones posibles que tiene una empresa en términos de lo que espera lograr en términos de rentabilidad. Estas tres opciones y sus significados son las siguientes:

- a) Primera opción: EXPLOTACIÓN. Como una de las principales prioridades, la empresa está preparada para lograr el mayor nivel de ganancias en el menor tiempo posible.
- b) Segunda opción: ESTABILIDAD. Nuestro objetivo es generar beneficios estables a largo plazo.
- c) Tercera opción: INVERSIÓN. La empresa elige invertir tanto como sea posible en todo o parte del producto o servicio que desarrolla o vende.

Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de Markowitz

Markowitz (2000), “Continúa con nuevas teorías y muestra que los inversores diversificarán sus inversiones entre las diversas opciones que ofrecen los máximos de rendimiento más recientes. Para respaldar este nuevo negocio, se basa en una serie de leyes que indican que el rendimiento real de la cartera será un valor aproximado para

la rentabilidad esperada. El cumplimiento de esta teoría supone que la existencia de una cartera hipotética con la máxima rentabilidad y el riesgo en sí misma es claramente la mejor para los tomadores de decisiones financieras nacionales. Por lo tanto, en esta teoría, concluyó que la cartera que maximiza la rentabilidad actual no tiene por qué ser la que tiene el nivel de riesgo más bajo. Por lo tanto, los inversionistas financieros pueden aumentar su rentabilidad esperada al asumir diferencias de riesgo adicionales. O, lo mismo, pero reduce el riesgo de traer algo de la rentabilidad actualizada que espera.”

Los elementos de un negocio rentable.

Según Cantador (2010), Explica que en un negocio puede ser rentable y que hay varios factores hay una excepción muy útil porque no todos estos factores son siempre esenciales. Lo importante es hacer una estrategia a seguir que son los siguientes:

- a) **Sistema:** La estrategia de negocios tuvo el mismo propósito que ingresar su propia propuesta de ventas, métodos de marketing, herramientas, delegaciones y promociones.

- b) **Inversión:** No solo representa el dinero necesario para iniciar un negocio, sino que también es una expresión primordial del espíritu empresarial. No le teme al fracaso ni a la pérdida. También sabemos que la claridad de la visión dentro de la oportunidad nos impide enfocarnos en los aspectos negativos y que estos son parte del aprendizaje y los riesgos asociados con la propiedad de su destino.

- c) **Análisis.** Es totalmente funcional basado en números y tendencias. El análisis de la demanda es fundamental y las empresas rentables solo están respaldadas por necesidades y demandas existentes o creídas.

TEORÍA DE LA RENTABILIDAD Y DEL RIESGO EN EL MODELO DE MERCADO DE SHARPE.

Según Pablo y González (2013), En su libro sobre teoría financiera, hablan del modelo de mercado de Sharpe. Esto está emergiendo como un caso especial del modelo diagonal y que ha sido resultado de un proceso de simplificación que realizo sharpe.

Según Ciberconta, (2013), Se pensó que el modelo de Markowitz implicaba un proceso computacional difícil, ya que necesitaba conocer todas las covarianzas existentes entre cada par de títulos. Para evitar esta complejidad, se propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con solo un índice específico, generalmente la macroeconomía. Este es un llamado modelo diagonal. Esto se debe a que la matriz de varianza-covarianza solo muestra valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, la ubicación correspondiente a la varianza de rendimiento de cada título.

TIPOS DE RENTABILIDAD.

Según Sánchez, (2002) existen dos tipos de rentabilidad:

a) **La rentabilidad económica o del activo:**

Una medida que mide el rendimiento de los activos de una empresa, independientemente de la financiación. Al definir los indicadores de rentabilidad económica, encontrará tantas posibilidades como el concepto del resultado y el concepto de la inversión relevante.” Sin embargo, a menos que explique los detalles del análisis en general, los resultados de intereses y antes de impuestos generalmente se consideran como un concepto de resultado, y los activos totales para activos promedio se consideran un concepto de inversión. Los resultados antes de intereses y antes de impuestos generalmente se identifican de manera idéntica a los resultados del año en curso, independientemente de los fondos de terceros y los costos financieros atribuibles a los impuestos sobre la renta. Al eximir del impuesto corporativo, el objetivo es medir la eficiencia de las medidas tomadas, independientemente del tipo de impuesto, que también puede variar según el tipo de empresa.

ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD.

Los depósitos en los bancos son mucho menos riesgosos, por lo que se espera que los rendimientos excedan las tasas ofrecidas por los bancos. En ese sentido, el riesgo de esta alternativa de inversión es mínimo, por lo que la rentabilidad del negocio debe ser mayor que la del certificado del banco periódico.

a. Formas para medir y mejorar la rentabilidad.

Moreno (2011), Ellos creen que la supervisión del flujo de fondos y la medición de la rentabilidad del negocio son las herramientas básicas para garantizar la gestión empresarial. La responsabilidad principal de un gerente comercial es crear valor para la empresa y sus clientes y producir resultados que satisfagan a los accionistas. El mismo autor cree que la rentabilidad se puede mejorar de la siguiente manera:

- ✓ Control estricto de los gastos: significa que las empresas no ahorran, sino que consideran vivir de lo que producen. Esta alternativa permite optimizar los ingresos.
- ✓ Mejora de la rentabilidad específica del producto: necesita sensibilidad para medir constantemente lo que está sucediendo en el mercado. Si bien esta es una alternativa ideal, tenga en cuenta que es menos probable que la competitividad actual mejore las ganancias. Aumento de la frecuencia de ventas (generación de flujo de efectivo o aumento de ventas): significa vender más tiempo con la misma estructura y la misma inversión al mismo tiempo. Esta es la forma en que están tomando las organizaciones de hoy, y también presta mucha atención a la administración rentable.

Análisis de la rentabilidad en mercadeo.

Según Wilson (2012) Supone que en la empresa es necesario usar al menos una (o todas) de las siguientes estrategias para determinar la política de calidad que determina la rentabilidad.

- **Cumplimiento con las especificaciones:** el grado en que el diseño y las características de la operación se aproximan al estándar deseado.”
- **Durabilidad:** “Es una medida de la vida de un producto. Por ejemplo, las compañías de Volvo garantizan que los autos que producen tienen la vida útil promedio más alta y, por lo tanto, sus precios altos.
- **Seguridad de uso:** garantiza que el fabricante haga funcionar el producto correctamente durante un cierto período de tiempo sin fallas. El mismo autor cree que hay factores básicos que afectan la rentabilidad, tales como: Costos de operación y esfuerzos de estos factores. La rentabilidad del mercado se debe examinar para ver si la compañía se encuentra en un segmento de mercado potencial con las características de tamaño y crecimiento adecuadas. Las grandes empresas prefieren segmentos de alta capacidad y tienden a subestimar o evitar segmentos pequeños. Por otro lado, las pymes evitan grandes segmentos. Estos requieren demasiados recursos. El crecimiento del segmento suele ser una característica deseable ya que las empresas quieren aumentar las ventas y las ganancias. Pero al mismo tiempo, la competencia entrará en áreas de rápido crecimiento y, como resultado, su rentabilidad disminuirá.

III. HIPOTESIS.

Según Hernández Sampieri (2016), las investigaciones de este tipo no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo se mencionan las características de la situación problemática, siendo suficiente plantear algunas preguntas de investigación.

IV. METODOLOGIA.

4.1. Diseño de la investigación.

Hernández, Sampieri Roberto y Fernández, Collado Carlos. (2014). Este uso del término es bastante coloquial; así, hablamos de “experimentar” cuando mezclamos sustancias químicas y vemos la reacción provocada, o cuando nos cambiamos de peinado y observamos el efecto que causa en nuestras amistades. La esencia de esta concepción de experimento es que requiere la manipulación intencional de una acción para analizar sus posibles resultados. (p.129)

4.2. UNIVERSO Y MUESTRA.

La población estuvo constituida por 15 dueños y/o representantes de las micro y pequeñas empresas de sector producción, rubro artesanía textil, en el distrito de Azángaro periodo – 2018. De las cuales tienen las siguientes características.

Se utilizó como muestra a toda la población de ambas variables en estudio, ya que según **Hernández Sampieri (2010)** si la población es menor o igual a cincuenta (50) individuos, la muestra es igual a la población, para una mejor confiabilidad en los resultados.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DIMENCIONES	INDICADORES	CRITERIOS DE MEDICION
<p>1.variable</p> <p>(1)</p> <p>Perfil y razón social.</p>	1.1.Características de los empresarios.	<p>1.1.1. edad</p> <p>1.1.2. genero</p> <p>1.1.3. Instrucción</p> <p>1.1.4. desempeño</p>	Razón
Capacitación en las MIPE.	Etapas y niveles de necesidad	¿Ud. Alguna vez se ha capacitado?	nominal
		“¿Alguna vez se han capacitado al personal de su empresa?”	nominal
		Ud. considera que la capacitación es:	nominal
		Temas en los que se capacitaría	nominal
		“¿considera que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años?”	nominal

<p style="text-align: center;">Rentabilidad de las MIPE.</p>	<p style="text-align: center;">Análisis de evaluación y mejora de la rentabilidad</p>	<p style="text-align: center;">“¿percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación y el financiamiento?”</p>	
		<p style="text-align: center;">¿Los costos de ventas, siempre le permiten márgenes operacionales?</p>	nominal
		<p style="text-align: center;">¿Los ingresos por ventas cubren sus costos operacionales de su empresa?</p>	nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de dato.

a. TECNICA.

“Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de encuesta, Los datos se obtuvieron luego de haber realizado un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa constituida en el rubro de artesanía textil en el distrito de Azángaro, con el fin de conocer sus principales características”

b. INSTRUMENTO.

Cuestionario: Consta de 12 preguntas que se utilizó para recopilar los datos de las micro empresas encuestadas, el cual fue preparado por el investigador para encontrar las principales características de las Micro y pequeñas empresas.

4.5. Plan de análisis.

De la siguiente investigación los datos recolectados se analizaron haciendo uso de la estadística descriptiva, para la tabulación de los datos se hizo con ayuda del programa Excel y Word, con el sistema MS Windows 2016 y que se presentan en tablas y gráficos para una mejor visualización de los datos.

4.6. Matriz de consistencia.

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGIA
<p>Caracterización de la capacitación y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector producción, en el rubro de artesanía textil en el distrito de Azángaro, periodo-2018.</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la capacitación y rentabilidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector producción - rubro artesanía textil, en el distrito de Azángaro, periodo 2018?</p>	<p>a) Objetivo general. Identificar las principales características que tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE del Sector Producción, Rubro artesanía textil del Distrito de Azángaro, periodo-2018.</p> <p>b) Objetivos específicos. a) Identificar las principales características de la capacitación de las MYPE del Sector Producción, Rubro artesanía textil del Distrito de Azángaro, periodo-2018. b) Identificar las principales características de la rentabilidad de las MYPE del sector producción, rubro artesanía textil del distrito de Azángaro, periodo-2018.</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p>La elaboración de la presente investigación se utilizó el diseño no experimental descriptivo.</p> <p><u>Descriptivo</u>, debido a que el trabajo sólo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio.</p> <p>Técnica</p> <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - cuestionario

4.7. Principios éticos.

Respeto por las personas.

Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su

libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor participantes que sujeto, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante.

Justicia

El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios.

V. RESULTADOS.

5.2. Resultados.

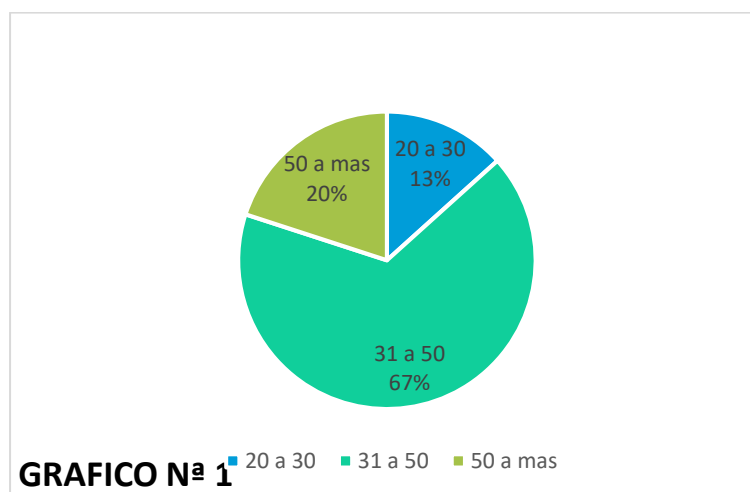
CAPACITACION.

Tabla N^a 1

¿Cuál es su edad?

ITEM	FRECUENCIA	%
20 a 30	2	13%
31 a 50	10	67%
50 a mas	3	20%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

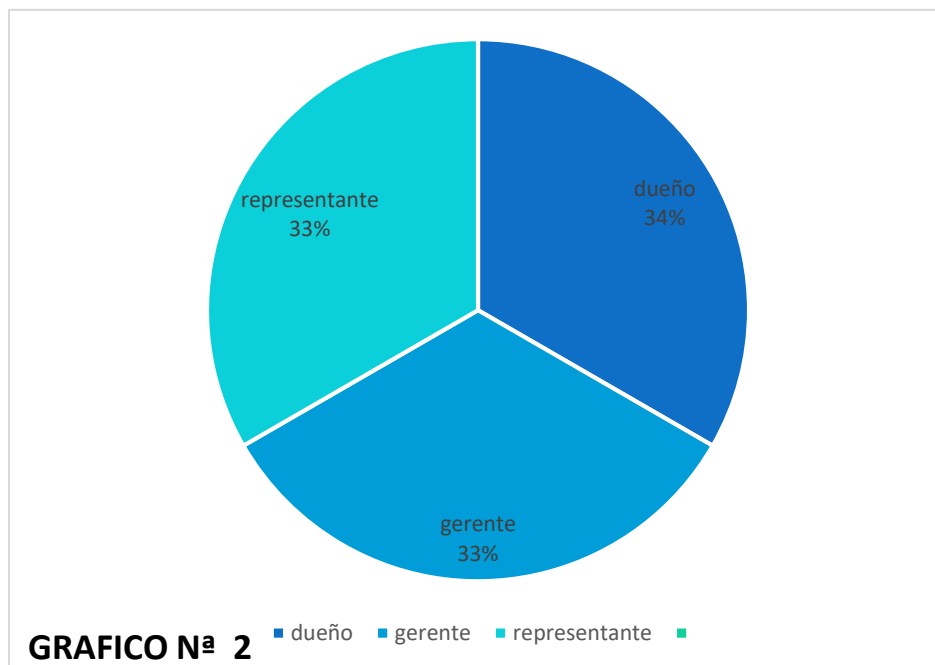
En el gráfico N^a 1 se observa que de la encuesta realizada a los 15 dueños y/o representantes de las Mype, el 13 % promedian entre los 20 a 30 años y 67% entre 31 a 50. Y el 20% de 50 años a más.

Tabla Nª 2

¿Cuál es el cargo que actual mente ocupa?

ITEM	FRECUENCIA	%
Dueño	5	34%
Gerente	5	33%
Representante general	5	33%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

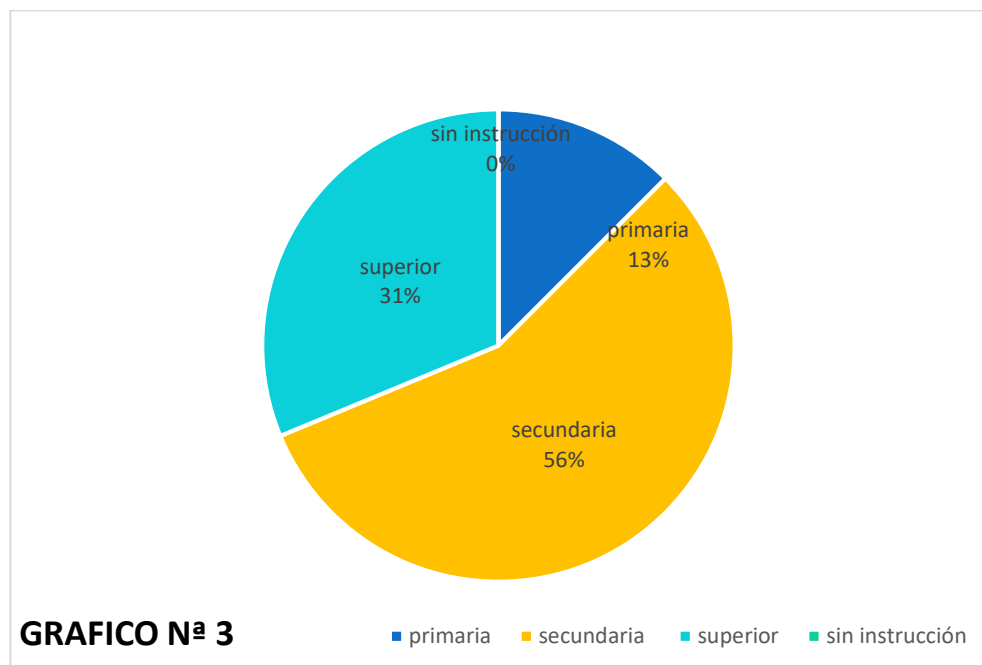
En el gráfico Nª 2 se puede apreciar que el 33% de los encuestados son gerentes y el 33% son representantes generales y en tanto que 34% son los dueños.

Tabla N° 3

¿Cuál es su grado de instrucción?

ITEM	FRECUENCIA	%
Primaria	2	13%
Secundaria	9	56%
Superior	5	31%
Sin instrucción	0	0%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

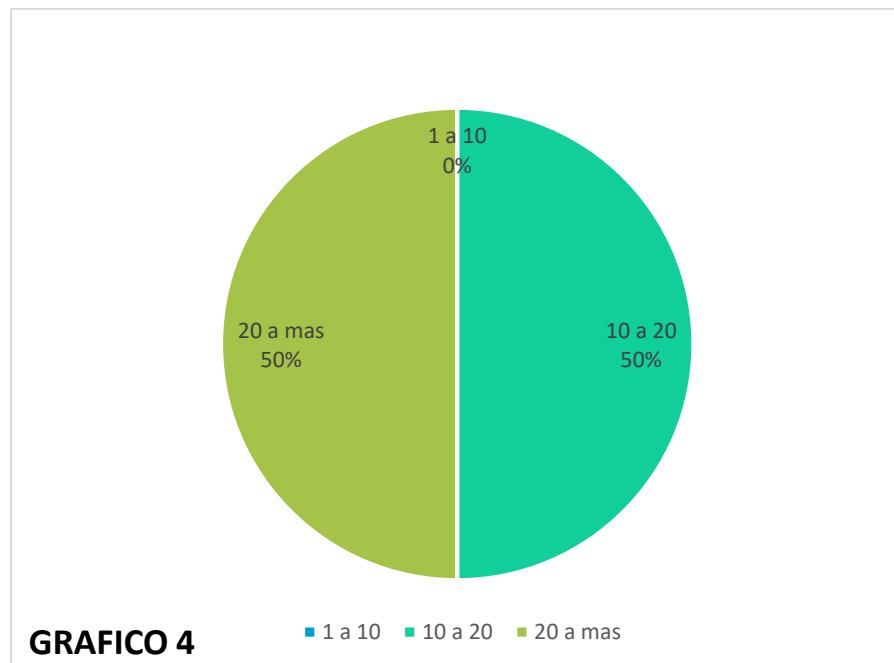
En el gráfico N° 3 de los 15 encuestados se pudo apreciar que el 56 % de los encuestados si cursaron la secundaria, el 31 % cursaron el nivel superior.

Tabla Nª 4

Número de trabajadores en su empresa.

ITEM	FRECUENCIA	%
1 a 10	0	0%
10 a 20	9	50%
20 a mas	6	50%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

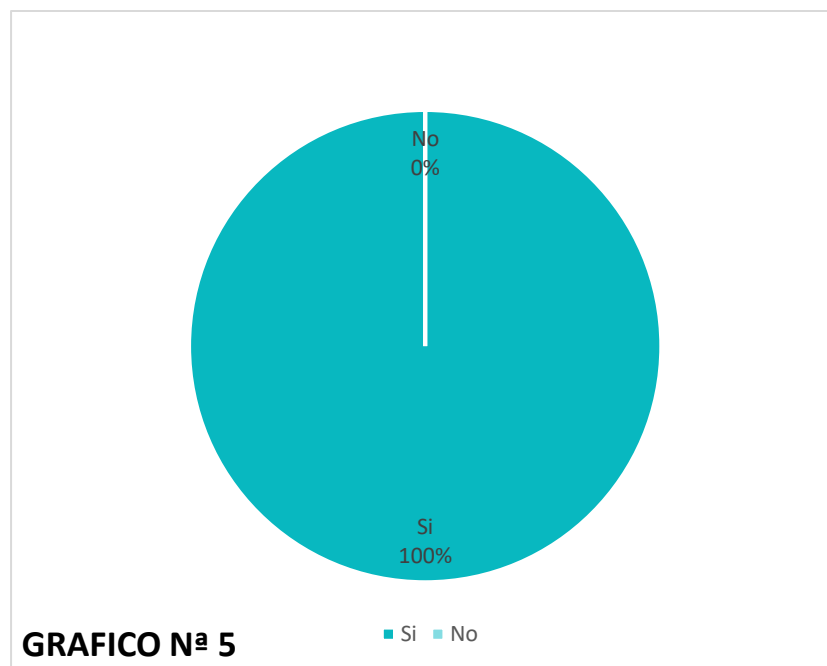
En el grafico Nª 4 se aprecia que de los 15 encuestados, el 50% tienen de 10 a 20 y en tanto que de 10 a 20 trabajadores son el 50%

Tabla N° 5

¿Alguna vez Ud. ¿Se ha capacitado?

ITEM	FRECUENCIA	%
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

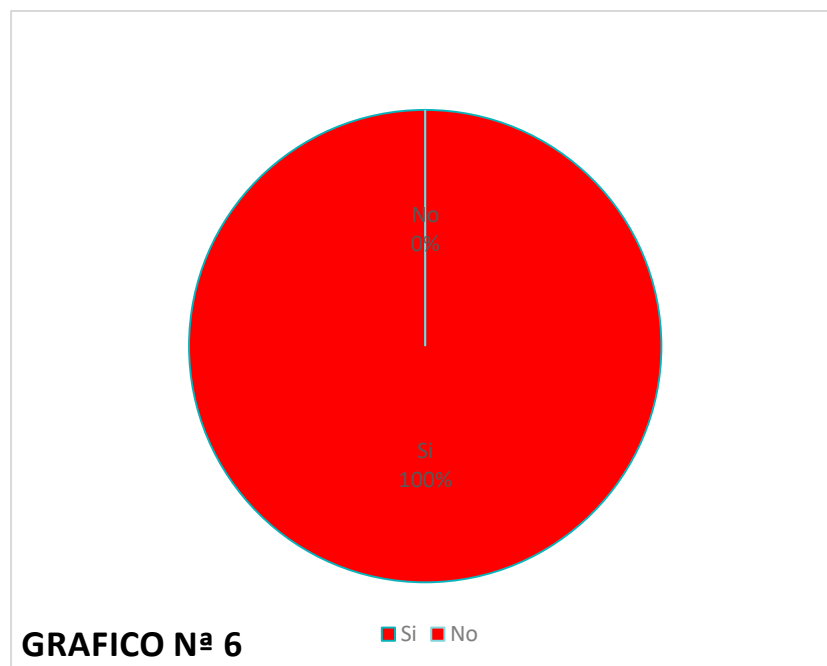
En el siguiente gráfico se aprecia que de los 15 encuestados el 100% indica que si se han capacitado alguna vez.

Tabla N° 6

¿Ud. Realiza capacitaciones al personal de su empresa?

ITEM	FRECUENCIA	%
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

En el siguiente te grafico se aprecia que de los 15 encuestados el 100% indica que si se han capacitado alguna vez.

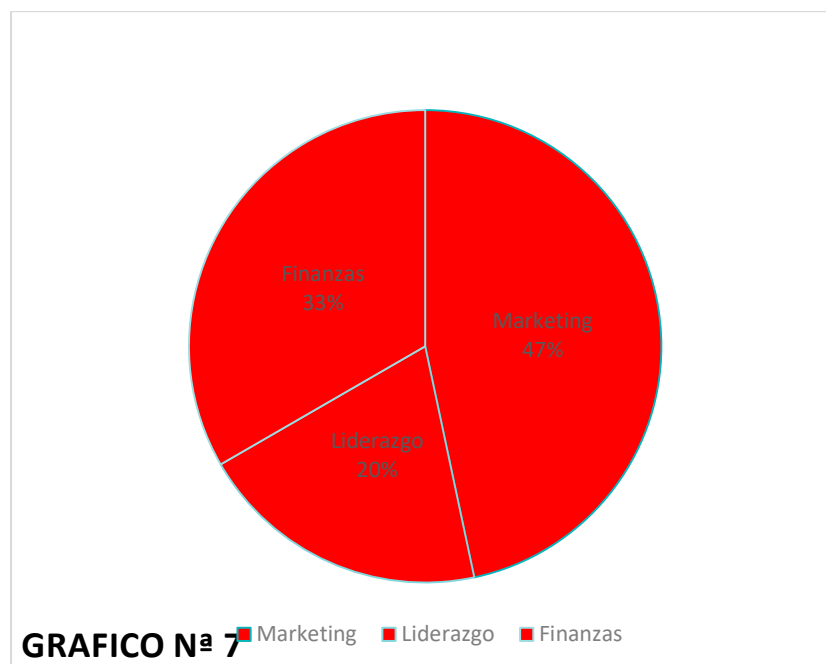
Tabla N° 7

¿A usted en qué tema le gustaría capacitarse?

ITEM	FRECUENCIA	%
Marketing	7	50%
Liderazgo	3	25%
Finanzas	5	25%
Otros	0	0%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



INTERPRETACION:

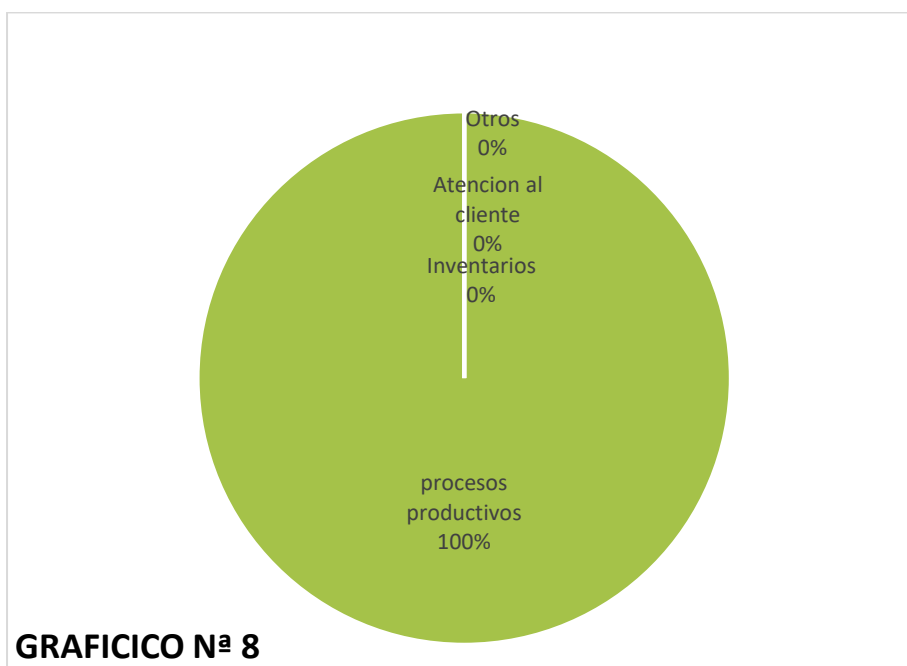
De la siguiente figura se observa que de los 15 encuestados, el 47% prefiere capacitarse en Marketing, el 20% indican que les gustaría capacitarse en liderazgo, al mismo tiempo también 33% les gustaría capacitarse en finanzas.

Tabla N° 8

Que tema considera usted para la capacitación de sus empleados.

ITEM	FRECUENCIA	%
Procesos productivos	15	100%
Atención al cliente	0	0%
inventarios	0	0%
Otros	0	0%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

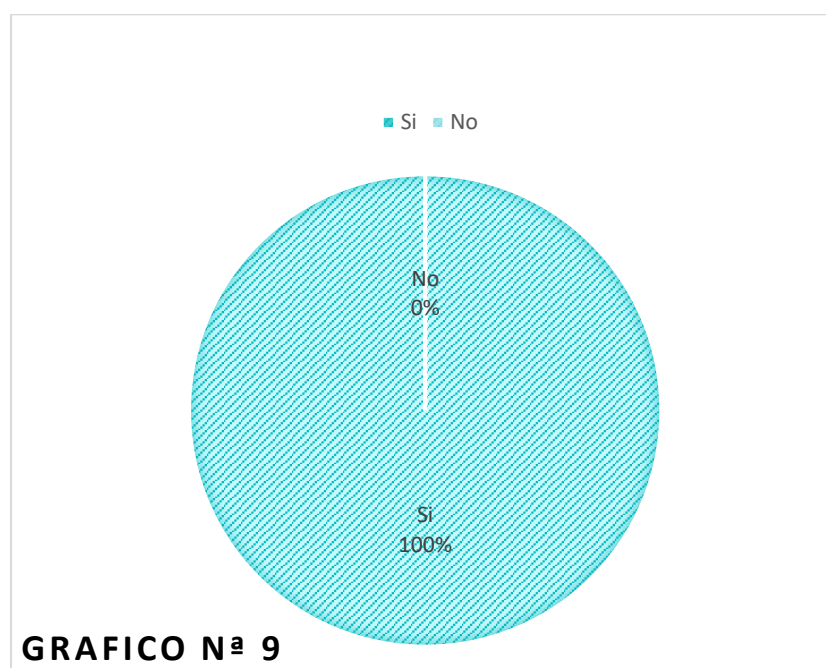
En el siguiente grafico se aprecia que de los 15 encuestados el 100% consideran que capacitarían en el tema de procesos productivos.

Tabla N^o 9

¿La capacitación ha logrado aumentar sus conocimientos y mejorar la productividad de su empresa?

ITEM	FRECUENCIA	%
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

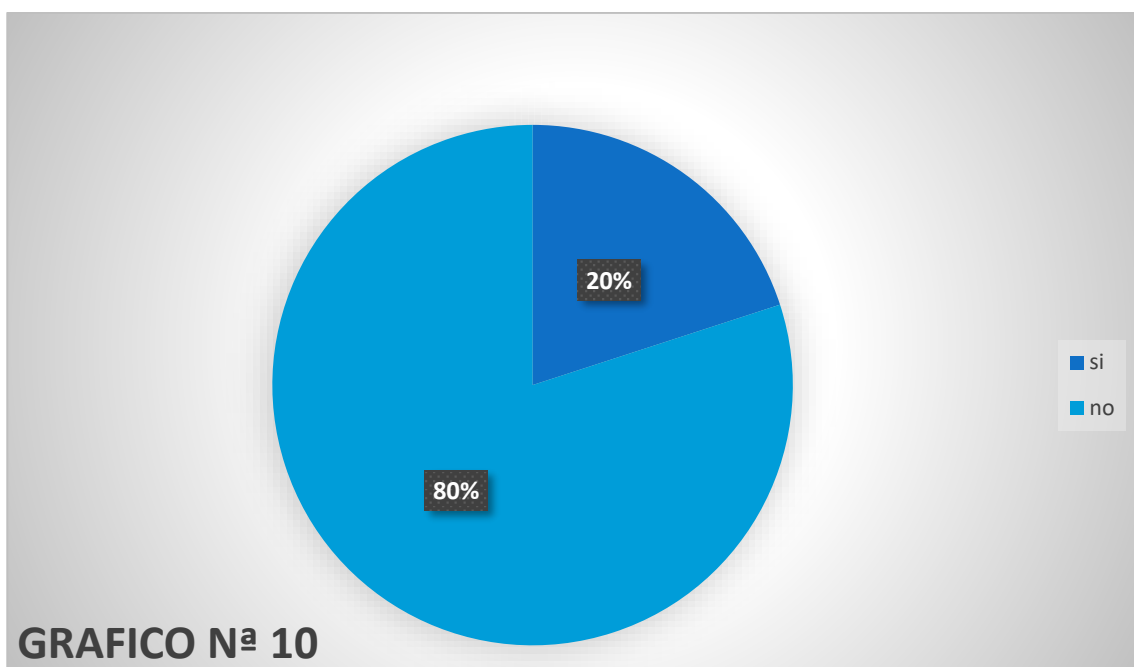
El gráfico N^o 9, se puede apreciar que de los 15 encuestados el 100% indican que mediante las capacitaciones han logrado aumentar sus conocimientos y aumentar la productividad de sus empresas.

Tabla N^o 10

¿Utiliza algún tipo de financiamiento?

ITEM	FRECUENCIA	%
Si	3	20%
No	12	80%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

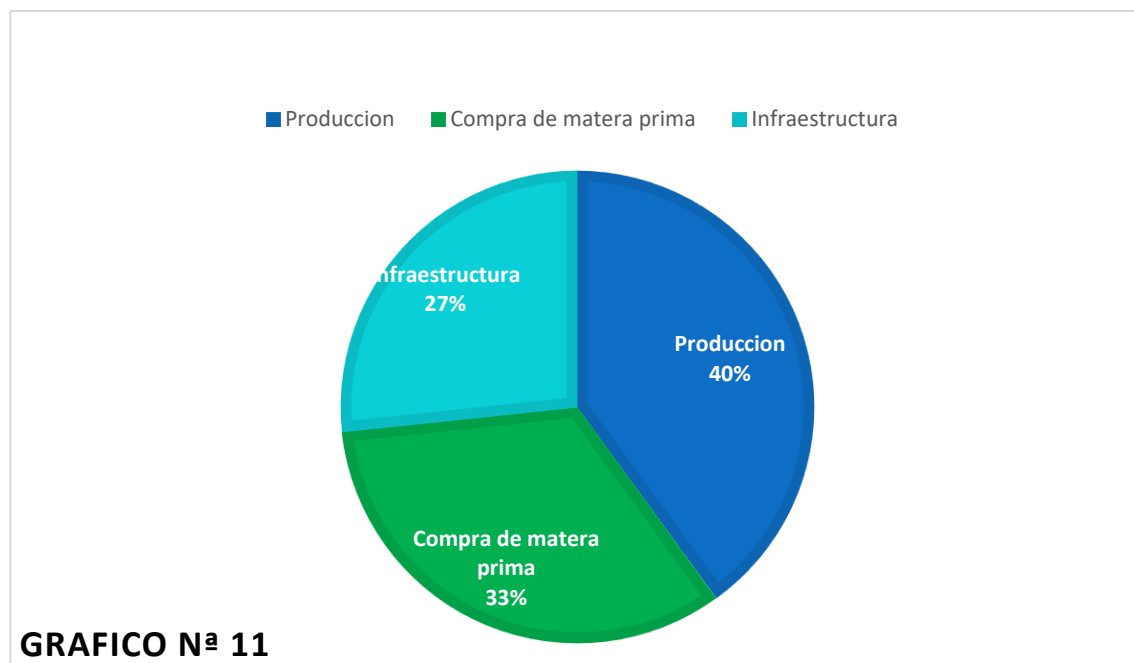
Del siguiente grafico se deduce que de los 15 encuestados el 20 % si utilizan algún tipo de financiamiento y el 80 % indicaron que no utilizan algún tipo de financiamiento.

Tabla 11

¿Para que utiliza el financiamiento?

ITEM	FRECUENCIA	%
Producción	6	50%
Compra de materia Prima	5	50%
Infraestructura	4	25%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACION:

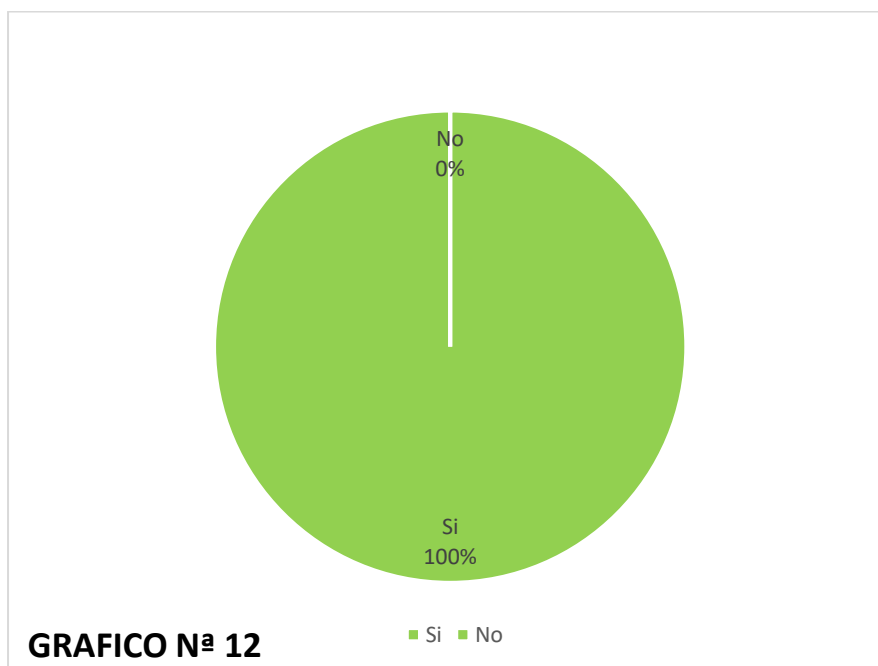
Del siguiente gráfico se aprecia que de la encuesta realizada a los 15 encuestados el 40 % utiliza sus financiamientos para la producción, y el 33 % y utiliza para compra de materiales. Y en tanto para la infraestructura menciona que utilizan el 27 %.

Tabla N^o 12

¿Usted percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación y financiamiento?

ITEM	FRECUENCIA	%
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.



Fuente: encuesta dirigida a los dueños y/o gerentes de las Mype del sector producción, rubro artesanía textil.

INTERPRETACIÓN:

Del siguiente gráfico se observa que de los 15 encuestados, el 100 % indica que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por las capacitaciones fuentes de financiamientos obtenidas.

5.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

En el grafico N^a 1 se observa que de la encuesta realizada a los 15 dueños y/o representantes de las Mype, el 13 % promedian entre los 20 a 30 años y 67% entre 31 a 50. Y el 20% de 50 años a más.

En el grafico N^a 2 se puede apreciar que el 33% de los encuestados son gerentes y el 33% son representantes generales y en tanto que 34% son los dueños.

En el grafico N^a 3 de los 15 encuestados se pudo apreciar que el 56 % de los encuestados si cursaron la secundaria, el 31 % cursaron el nivel superior.

En el grafico N^a 4 se aprecia que de los 15 encuestados, el 50% tienen de 10 a 20 y en tanto que de 10 a 20 trabajadores son el 50%

En el siguiente te grafico N^o5. se aprecia que de los 15 encuestados el 100% indica que si se han capacitado alguna vez.

En el siguiente N^o6. se aprecia que de los 15 encuestados el 100% indica que si se han capacitado alguna vez.

De la figura N^o7. se observa que de los 15 encuestados, el 47% prefiere capacitarse en Marketing, el 20 % indican que les gustaría capacitarse en liderazgo, al mismo tiempo también 33% les gustaría capacitarse en finanzas.

En el siguiente grafico se aprecia que de los 15 encuestados el 100% consideran que capacitarían en el tema de procesos productivos.

El grafico N^a 9, se puede apreciar que de los 15 encuestados el 100% indican que mediante las capacitaciones han logrado aumentar sus conocimientos y aumentar la productividad de sus empresas.

Del siguiente grafico N^o10 se deduce que de los 15 encuestados el 20 % si utilizan algún tipo de financiamiento y el 80 % indicaron que no utilizan algún tipo de financiamiento.

Del siguiente graficoN^o11 se aprecia que de la encuesta realizada a los 15 encuestados el 40 % utiliza sus financiamientos para la producción, y el 33 % y utiliza

para compra de materiales. Y en tanto para la infraestructura menciona que utilizan el 27 %.

Del siguiente grafico N°12 se observa que de los 15 encuestados, el 100 % indica que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por las capacitaciones fuentes de financiamientos obtenidas.

VI. CONCLUSIONES.

Se identificó que el tipo de capacitación brindada a los contribuyentes en las MYPE dedicadas a rubro artesanía textil, en el distrito de Azángaro, es de inducción directa e indirecta; inducción indirecta porque solicitan apoyos de capacitación a las ONG y autoridades municipales; inducción directa por que la persona que tiene más años de experiencia en el puesto es quienes capacitan a los otros menos experimentados. Lo que significa que las MYPE se ahorren los costos generados en la capacitación, que los colaboradores aprendan de manera directa, aumentando las posibilidades que se cometan errores y que se tomen decisiones incorrectas.

Se identificó que la frecuencia de capacitación a los colaboradores de las MYPE dedicadas al a la producción en rubro artesanía textil, en el distrito de Azángaro, es de una vez al año es decir anualmente, ya que los dueños no perciben que la capacitación sea beneficiosa, debido que no se realiza un análisis de necesidades para determinar qué temas se deben de tratar en las capacitaciones para que se incremente los conocimientos, habilidades y destrezas de los colaboradores, ayudando a mejorar la toma de decisiones para la solución de problemas que puedan presentarse en los puestos de trabajos, disminuyendo los errores que se puedan cometer y así lograr cumplir con los objetivos de las microempresas.

Se identificó que los dueños de las MYPE dedicadas a la producción del rubro artesanía textil, en el distrito de Azángaro no utilizan ninguna herramienta para medir la rentabilidad, lo que significa que no tiene conocimiento real y confiable de una cifra numérica sobre si la empresa les genera realmente utilidades y cómo evoluciona

la rentabilidad durante ciertas temporadas, por lo tanto deben por lo menos aplicar una herramienta que les permita conocer de forma veraz y oportuna el estado actual de la empresa financieramente.

Se determinó que los dueños las MYPE dedicadas a la producción de artesanía textil, en el distrito de Azángaro consideran importante medir la rentabilidad para determinar que la inversión genere utilidades y para tener un análisis completo de los ingresos y gastos reales, lo que ayudaría establecer si la rentabilidad de la microempresa ha mejora o empeorado en los dos últimos años y estudiar las causas que lo provocan, para que se tomen las medidas necesarias.

Las características de la capacitación de las MYPE dedicadas a la producción de artesanía textil, en el distrito de Azángaro son: El personal que labora actualmente no se les brindo capacitación antes ingresar a sus puestos de trabajo, los temas tratados en las escasas capacitaciones son de mucho interés para los trabajadores ya que se tocan temas muy relevantes que les ayuda a desempeñarse mejor en el puesto; además que la gerencia no cuentan con un plan de capacitación , las capacitaciones son improvisadas por que no se les avisa con anticipación a los participantes. Por lo tanto, las MYPES debe aumentar la frecuencia de las capacitaciones para que tengan personal mucho más preparado, evitando que cometer más errores en sus tareas; además de diseñar un plan de capacitación oportuno teniendo en cuenta las debilidades encontradas y reforzar los temas que enfoquen a la empresa y a sus colaboradores a un solo objetivo.

Las características de la rentabilidad de las MYPE dedicadas a la producción del rubro artesanía textil, en el distrito de Azángaro son: Estas utilizan financiamiento

para invertirlo en la producción, los costos de producción de estas microempresas no son elevados y por consecuencia los productos de artesanía a la venta, son de bajo precio lo cual genera que los ingresos disminuyan, la segunda estrategia que estas MYPE realizan es que comercializan sus productos en ferias artesanales y turísticas, y a un precio más elevado y considerando los valores agregados al producto, que tiene más rotación y por lo tanto les genera más ingreso en lo que se refiere a la rentabilidad de la empresas sin embargo no miden la rentabilidad generada por lo tanto van a la deriva sin saber si se ha generado ingresos de acuerdo a las inversiones realizadas o si sus inversiones generan utilidad.

RECOMENDACIONES.

- La importancia de llegar a cada uno de los trabajadores en el objetivo general de la Empresa para que este sepa rendir con eficiencia y efectividad para lograr una mayor competitividad en las áreas que se desempeñan.
- Se deben identificar bien el mercado meta a través de la estrategia de segmentación múltiple logrando una diferenciación de calidad entre sus competidores (procesos de productividad).
- Se recomienda utilizar una motivación mixta en donde se logre identificar el esfuerzo del personal a través de la estrategia de 360 grados que logre analizar todo su entorno y ubicarlo en una mejora de acuerdo a sus destrezas y actitudes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- (2014), B. O. (15 de julio 2014.). La capacitación y el desarrollo del personal.
<http://www.gestiopolis.com/la-capacitacion-y-el-desarrollo-del-personal/> ., .
- Anchapuri M. y Magno A. (2017). Perfil de Empresarios exportadores Mypes de Artesanía textil de Puno. <http://www.revistaepgunapuno.org>, 2-9.
- Artesanía. (2017). sobre artesanía textiles. *Practical Action*.
- B. O. (15 de Julio de 2014). *La capacitación y el desarrollo del personal*.
- Barraza, B. (2014). *las mypes en Perú. su importancia y propuesta tributaria*.
- Cerda, 2. (s.f.). *“Café orgánico y aumento de la rentabilidad económica de la industria cafetalera. El caso Huatusco, Veracruz”*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Díaz, E. (. (s.f.). *La capacitación para el personal de nuevo ingreso y su relación con las actitudes laborales*. . México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gonzales, (. (2015). *“Caracterización, rentabilidad y financiamiento de las MYPE sector comercio rubro útiles escolares del centro de Trujillo año 2013”*. universidad catolica los angeles de chimbote.
- Guerrero, (. (2013.). *“El Financiamiento y la Capacitación en la Rentabilidad de las MYPE del Sector Servicio - Rubro Librerías de la Provincia De Huaraz, Año 2011”*. UNIVERCIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE.
- MINCETUR. (2018). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de <https://www.gob.pe/mincetur>
- mincetur.gob.pe. (2013). reglamento de la ley n° 29073-ley de artesanos y del desarrollo de la actividad artesanal. *proyecto_reglamento_de la ley n° 29073*.

Monografias.com. (LUNES de JUNIO de 2012). Obtenido de <https://www.monografias.com/...plan-capacitacion/elaboracion-plan-capacitacion.shtm>

Morales Huanca, M. D. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TEXTIL DISTRITO DE TUMBES, 2016*". tumbes.

Moreira, R. (2014). *Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana para mejorar la calidad de servicio. Universidad de Guayaquil.* universidad de guayaquil.

nicollporras.blogspot.com. (02 de junio de 2017). *La capacitación y el desarrollo del personal.* Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-capacitacion-y-el-desarrollo-del-personal/>

Pantigoso. (17 de junio 2015). Las pymes en el Perú: Impulsando el crecimiento económico.

Rodriguez. (2011). *PERFIL DE EMPRESARIOS EXPORTADORES MYPES DE ARTESANÍA TEXTIL DE PUNO. REVISTA DE INVESTIGACIONES DE LA ESCUELA DE POSGRADO, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO, 2.*

Sampieri., H. (s.f.). *Metodología de la investigación - Sexta Edición - Observatorio ...*

Vaca, (. (s.f.). *"Propuesta de un plan de capacitación para el personal que maneja los recursos hospitalarios del Hospital Metropolitano de Quito"* . Universidad-catolica-los-angeles-de-chimbote.

Vega, j. j. (2014). *Historias y tradiciones: ayacucho, Cusco, Puno.* Univercidad de Michigan: IDESI, 2004.

vergara. (2014). “Capacitación y rentabilidad de las MYPE comerciales – rubro librerías de la ciudad de Piura, periodo 2012”. piura: Univercidad Catolica los Angeles de Chimbote.

Villarreyes, (. (s.f.). *Caracterización de la capacitación y rentabilidad en las MYPE comerciales, rubro venta de motocicletas – Sullana(Piura), año 2014*. Piura.

BAZALAR PARRA, R. (2017). Facultad de ciencias empresariales, 1–90.

De, E., Mype, L. A., Rubro, S. L., Gabriel, C. P., & Pizarro, J. R. (2016). Facultad De Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas Escuela Profesional De Contabilidad Incidencia De La Gestión Financiera En La.

Eirl, P., Para, T., El, O., & Magister, G. D. E. (2016). Chimbote Facultad De Ciencias Contables ., <https://doi.org/10.1038/NPHOTON.2011.296>

Fabiola, G. (2017). Escuela Profesional de Contabilidad Cómo citar :

Luz del Roble Rangel Avalos. (2015). Universidad Autonoma De Nuevo Leon, 93.

Propuesta De Un, D. S. (2013). Superior Necesidades De Capacitación Profesional Del Personal Administrativo De La Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil Para Mejorar La Calidad.

Ventura, R. M. (2016). Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas. *Tesis*, 1–121.

ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS Y/O GERENTES DE LAS MIPE DEL SECTOR PRODUCCIÓN, RUBRO ARTESANÍA TEXTIL EN EL DISTRITO DE AZÁNGARO, 2018.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los micros y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector producción, en el rubro de artesanía textil en el distrito de Azángaro, año 2018”

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Empresa:.....

Encuestador(a):.....fecha...../...../.....

Nombre:.....

I. REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA.

1.- ¿Cuál es su edad?

- a) De 20 a 30 años
- b) De 31 a 50 años
- c) De 50 a más

2.- ¿cuál es el cargo que actual mente ocupa?

- a) Dueño

- b) Gerente
- c) Representante general

3.- ¿cuál es su grado de instrucción?

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

4.- número de trabajadores en su empresa.

- a) 1 a 10
- b) 10 a 20
- c) 20 a más

II. SOBRE LA CAPACITACION DE LAS MYPES.

5.- ¿usted alguna vez se ha capacitado?

- a) sí.
- b) no.

6.- ¿Ud. Realiza capacitaciones al personal de su empresa?

- a). sí.
- b). no.

7.- ¿A Ud. ¿En qué tema le gustaría capacitarse?

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

10 ¿Qué tema considera usted para la capacitación de sus empleados?

- a) Procesos productivos
- b) Atención al cliente
- c) Inventarios
- d) otros.

11. ¿La capacitación ha logrado aumentar sus conocimientos y mejorar La productividad en su empresa?

- a). si.
- b). no.

III. SOBRE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES.

12.- ¿Utiliza algún tipo de financiamiento?

- a) Si.
- b) No.

13. ¿Para que utiliza el Financiamiento?

- a) Producción.
- b) Compra de materia Prima.
- c) Infraestructura.

14.- ¿Ud. considera que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años?

- a). si.
- b). no.

15.- ¿Usted percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación y el financiamiento?

- a). si.
- b). no.

