



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
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
VENTAS DE ROPA PARA DAMAS EN EL CASCO URBANO
DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2013”

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

LISBETH CAROLINA VÁSQUEZ JARA

ASESOR:

MG. REINERIO Z. CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE - PERU

2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
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
VENTAS DE ROPA PARA DAMAS EN EL CASCO URBANO
DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2013”

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

LISBETH CAROLINA VÁSQUEZ JARA

ASESOR:

MG. REINERIO Z. CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE - PERU

2015

HOJA DE FIRMA DEL JURADO EVALUADOR

Mg. FELIPE LLENQUE TUME
PRESIDENTE DE JURADO

Lic. Adm. CARLOS REBAZA ALFARO
SECRETARIO DE JURADO

Dr. FERNANDO RUBIO CABRERA
MIEMBRO DE JURADO

AGRADECIMIENTO

A nuestro Señor, por darme la oportunidad y permitirme lograr mi anhelo de seguir una carrera universitaria y llegar a ser una profesional.

A mi familia, que son mis padres y hermanas. En especial a mi madre, quien a través de sus esfuerzos y amor incondicional, me ha permitido salir adelante y luchar por lo que quiero en la vida.

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mi sobrino Facundo Mathias Gutiérrez Vásquez, quien partió al cielo para convertirse en un angelito del Señor. Y desde donde está, intercede por nuestra familia, para protegerla.

También va dedicado a Nuestro Señor, quien me permitió tener las fuerzas necesarias para realizar este trabajo, a pesar de haber tenido una pérdida muy grande de un ser querido. A mi madre, mi gran soporte.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la capacitación en las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2013. La investigación fue de diseño No experimental – transversal, para el recojo de información se escogió una muestra 49 Mypes de una población de 201, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: De los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas: El 71% es de sexo femenino, lo que muestra que las mujeres tienen mayor adaptación a este rubro. Sobre las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas: El 53% solo cuentan con un colaborador. Sobre la capacitación en las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas: El 94% de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas consideran que mediante las capacitaciones su personal mejorará sus aptitudes laborales.

Concluyendo de los resultados, que las micro y pequeñas empresas del rubro venta de ropa para damas se encuentran en la necesidad que su personal reciba capacitación, y lo pueden lograr ya que poseen los recursos necesarios para costear una capacitación.

Palabras claves: Capacitación y Mypes.

ABSTRACT

The overall objective research was to determine the main characteristics of training in the commercial sector MSEs - category women's clothing sales in the district town of Chimbote, 2013. The research design was not experimental - transverse to the gathering a sample of 49 Mypes information from a population of 201, who were applied a questionnaire of 15 questions, using the survey technique was chosen. With the following results: Of the representatives of micro and small companies in the field of women's clothing sale: 71% are women, which shows that women are more adapted to this area. On the micro and small companies in the field of women's clothing sale: 53% only have a collaborator. On training in micro and small companies in the field of women's clothing sales: 94% of micro and small companies in the area of selling clothes for ladies believe that by the training staff will improve their job skills.

Concluding from the results, the micro and small companies in the field of women's clothing sales are in the need that its personnel receive training, and can achieve as they have the necessary resources to fund training.

Keywords: Training and MSEs.

CONTENIDO

	Página
Hoja de firma del jurado y asesor	
Agradecimiento	
Dedicatoria	
Resumen	
Abstract	
Contenido	
Índice de figuras y tablas	
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	5
III. Metodología	13
3.1. Diseño de investigación	13
3.2. Población y muestra	13
3.3. Definición y operacionalización de las variables	14
3.4. Técnicas e instrumentos	15
3.5. Plan de análisis	15
3.6. Matriz de consistencia	16
3.7. Principios éticos	18
IV. Resultados	19
4.1. Resultados	19
4.2. Análisis del resultado	21
V. Conclusiones	24
Referencias bibliográficas	25
Anexos	27

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS	Página
Características generales de los representantes de las Mypes	19
- Tabla 01	19
Características generales de las Mypes	19
- Tabla 02	19
Características generales de la capacitación	20
- Tabla 03	20
 FIGURAS	
Respecto a los datos generales del representante de la mype:	
Figura N° 1 y Fuente N° 1	30
Figura N° 2 y Fuente N° 1	30
Figura N° 3 y Fuente N° 1	31
Figura N° 4 y Fuente N° 1	31
Respecto a los datos de la Mype:	
Figura N° 5 y Fuente N° 2	32
Figura N° 6 y Fuente N° 2	32
Respecto a la capacitación:	
Figura N° 7 y Fuente N° 3	33
Figura N° 8 y Fuente N° 3	33
Figura N° 9 y Fuente N° 3	34
Figura N° 10 y Fuente N° 3	34
Figura N° 11 y Fuente N° 3	35
Figura N° 12 y Fuente N° 3	35
Figura N° 13 y Fuente N° 3	36
Figura N° 14 y Fuente N° 3	36
Figura N° 15 y Fuente N° 3	37

I. INTRODUCCION

En estos últimos años se ha desarrollado un sector importante de comercio dedicado a la venta de ropa. Sector muy competitivo que permite mayores puestos de trabajos, generación de ingresos económicos y sobretodo de desarrollo empresarial. Para todo ello es fundamental tener conocimiento y preparación adecuada, que permita sobresalir en el rubro y captar atención de los compradores, manteniendo importante el tema de la capacitación en las mypes dedicadas al rubro de la venta de ropa para damas concentrado en el casco urbano de la ciudad.

Resulta necesario conectar todas las partes involucradas que permita llevar a cabo el desarrollo de capacitaciones y educación en el equipo de trabajo, el cual también aproveche sus fortalezas y las lleve a la práctica. Las Mypes de este sector deben brindar mayor interés en el tema, el cual les será beneficioso, tanto para su negocio como para sus trabajadores.

Se debe considerar a las capacitaciones como fuentes importantes de progreso, hacer lo posible para llevarlas a cabo, desarrollarlas en el negocio, abarcar temas representativos para las diversas gestiones que realicen.

En el mundo global, se debe impulsar las actividades de las Mypes para que sus operaciones comerciales, financieras y de intercambio sean eficientes. La falta de reflejos lleva a una debilidad en su posición en el mercado y muchas veces a cerrar sus puertas por su incapacidad al competir y sobretodo no pretender invertir en mejoramiento. En Alemania por ejemplo, se impulsa el desarrollo de la gran empresa; pero al mismo tiempo se aplican políticas exitosas de promoción, de capacitación y desarrollo de ésta y de sus integrantes, hasta convertirlas en un sector que incide significativamente en la economía global de su país y en los índices de su balanza comercial. (Sánchez, 2011)

En América Latina las Mypes son agentes importantes en la economía de los países debido a su participación y su aporte al empleo. En esta parte del mundo el crecimiento de empleo se genera gracias al trabajo autónomo o mediante empresas pequeñas. Se puede decir que existe una definición basada en la cantidad de ocupados por empresa y otra que utiliza las ventas como criterio para identificar su tamaño económico. Según el Cepal, las empresas de menor tamaño en América Latina son actores claves para incrementar el crecimiento potencial de la región. Si se considera a las ventas como indicador del real tamaño económico de una

empresa, se puede llevar a una sobrestimación de la participación de las Mypes. El hacer crecer las Mypes necesita enfoques de integración y capacitación en sus colaboradores los cuales vienen a realizar la parte fundamental, el vender y llegar a los resultados con actitudes positivas para el logro de resultados. (Ferraro, 2010)

En el Perú, el análisis de la producción y empleo desde la óptica del tamaño de las unidades productivas muestra diferencias importantes. Se estima que la gran empresa genera el 29% del PBI pero sólo emplea al 5% de la fuerza laboral del país. El empleo está concentrado en 75% en las Micro empresa y el autoempleo, pero sólo genera el 37% del PBI. Estas diferencias de participación reflejan, por un lado, la amplia heterogeneidad de los niveles de productividad relativa de la población. En la gran empresa se obtienen los niveles más altos de productividad e ingresos y el trabajador accede a los servicios de seguridad social y mejores condiciones de trabajo. En la Micro empresa o el auto empleo, en cambio, se encuentran los trabajadores más pobres del país, carentes de seguridad social, alta rotatividad ocupacional y jornadas amplias de trabajo.

El Estado promueve el acceso de las Mypes al mercado financiero y de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados. La microempresa como estrato mayoritario del sector empresarial privado tiene un aporte al PBI mayor que el de las pymes. Se optó por hacerlas parte de programas de promoción empresarial respetando, en lo posible, las leyes del mercado. El deseo de superación permite cambios, el desempeño mediante capacitaciones realza la actitud de no trabajar en base a un sueldo, sino al logro de sus metas. (Ferraro, 2010)

En la Región Ancash, su PBI ha tenido un comportamiento creciente. Para el 2009, la participación de los distintos sectores en el Valor Agregado Bruto de esta región fue: Minería con 29.5%, seguido de otros servicios con 16.2%, Manufactura con 12.2%, Construcción con 8.5% y el sector de Transportes y Comunicaciones, 7.8%. Estos datos resaltan el desarrollo enmarcando de Ancash, permitiendo crear Mypes, que buscarán fomentar el desarrollo económico y social. El crecimiento de las Mypes permite una mejor adaptación y desarrollo de los individuos a ellas. Tal como lo indica Chiavenato en La Gestión de RR. HH., prioridad de la organización es el talento humano, quien es pieza clave para lograr las metas y transmitirle acciones motivadoras que ellos las puedan fomentaren sus labores.

En Chimbote, específicamente en el casco urbano de la ciudad existen Mypes dedicadas a la venta de ropas para damas pero sus representantes desconocen las características de capacitación por los que muchas veces sus empleados optan por retirarse debido a la inconformidad que sienten por la falta de capacitación en sus labores. Se puede percibir el poco interés que tienen, hay que tomar en cuenta que a los colaboradores, aún les cuesta llegar al cliente. Las capacitaciones en las Mypes llegan a ser escasas, teniendo percepciones bajas en cuanto a cómo desarrollarlas o que abarcar; por lo que es necesario plantear la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas, del Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2013?**

Para dar respuesta al problema de investigación, se determinó como objetivo principal: Determinar las principales características de la capacitación en las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2013. Y para lograr el objetivo general se formularon objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes de las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2013.
- Determinar las características de las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2013.
- Determinar las características de la capacitación en las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el Casco urbano del Distrito Chimbote, 2013.

Finalmente, la justificación de esta investigación es importante porque permitirá conocer las principales características de la capacitación en las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas, del Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2013. Es decir que éstas mejorarán su desarrollo empresarial, ayudará a reforzar las relaciones tanto internas como externas en la empresa, la atención al cliente, infraestructura, innovación y las relaciones entre los miembros de dichas organizaciones.

Este trabajo de investigación aportará mejoras y resolverá problemas reales, que ayude a minimizar las deficiencias presentadas en las Mypes de venta de ropa, con la finalidad de brindar una mejor atención y control de ésta y otros elementos que permitan una organización adecuada que desea cumplir con los objetivos planteados.

Finalmente este estudio contribuirá para realizar otros trabajos de investigación similares en otros rubros y sectores del distrito de Chimbote y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

Para su mejor entendimiento este trabajo consta de cinco partes distribuidas en:

I. Introducción: Contiene la caracterización del problema, problema local, enunciado del problema, objetivos y la justificación de la investigación.

II. Revisión de literatura: Contiene el Marco teórico - conceptual, donde se presenta la revisión de literatura que incluye los antecedentes, bases teóricas y marco conceptual.

III. Metodología: Se presenta la Metodología utilizada en el proyecto de investigación, el cual comprende del diseño de la investigación, la población y muestra, técnicas e instrumentos utilizados, plan de análisis, principios éticos.

IV. Resultados: Se detalla las tablas y los resultados obtenidos en la investigación por medio de los instrumentos aplicados.

V. Conclusiones: Precisa las conclusiones de nuestro informe de tesis, las referencias bibliográficas y anexos.

II. REVISION DE LA LITERATURA

Antecedentes

Al realizar la investigación en los materiales bibliográficos referente al proyecto se puede mencionar los siguientes trabajos:

Ludeña, L. (2013). “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011. El objetivo general de esta investigación fue describir las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio – rubro venta de ropa del Centro Comercial Los Ferroles, Chimbote, Año 2011. La Investigación fue de tipo cuantitativa y nivel descriptivo, con un diseño No experimental - Transversal. La muestra fue dirigida a 70 microempresarios de una población de 175, quienes desarrollaron un cuestionario estructurado de 26 preguntas, obteniendo como principales resultados lo siguiente:

- Respecto a los representantes de las Mypes, la mayoría de microempresarios de este sector económico son personas entre 36 a 64 años, mujeres solteras y han alcanzado la secundaria completa.
- Respecto al financiamiento, el 48% financió sus Mypes con capital propio, el 21% recurrió al sistema bancario y no bancario respectivamente, y el 36% manifestó que invirtió el crédito en capital de trabajo.
- Respecto a la capacitación, el 90% la consideró relevante para sus trabajadores y el 83% una buena inversión, el 80% de trabajadores y el 44% de microempresarios no recibieron ningún tipo de capacitación.

Finalmente, se concluye que la mayoría de los microempresarios encuestados financió sus actividades con capital propio y no fueron capacitados al igual que sus trabajadores.

Gutiérrez, P. (2013). Caracterización del financiamiento y la capacitación en las Mypes del sector comercio – rubro manualidades, del distrito de Chimbote, periodo 2009-2010. El objetivo principal era describir las principales características del financiamiento y la capacitación en las Mypes del sector comercio-rubro manualidades del distrito Chimbote, periodo 2009-2010. La investigación tuvo el siguiente diseño: no experimental - transversal –

descriptivo.

Las conclusiones principales del estudio determinaron:

- En cuanto al perfil del representante legal de las Mypes, el 100% de los representantes legales pertenecen al sexo femenino, el 60% fluctúa su edad entre 35-20 años, el 80% tiene estudios superiores no universitarios concluidos, y un 100% desempeñan el cargo de gerente general teniendo un tiempo de desempeño en el cargo entre 1 y 15 años dependiendo los años de actividad de cada Mype en el distrito de Chimbote.
- En cuanto al perfil de las Mypes, el 60% de éstas son formales, tuvieron en cuenta la racionalidad empresarial y de subsistencia al momento de formar su empresa, el 40% tiene entre 1-5 años de permanencia en actividades en el distrito Chimbote y el 60% tienen 1 trabajador con tiempo eventual en las Mypes, el 100% se formó para obtener ganancias, el 60% se formó para dar empleo a su familia.
- En cuanto al financiamiento en las Mypes, en su mayoría no solicitaron crédito financiero en el periodo 2009-2010 ni optaron por el financiamiento informal. El 40% solicitaron crédito financiero en Caja del Santa y Mi Banco, en ese periodo, mejorándole la rentabilidad en la empresa. Por otro lado, un 40% acude a financiamiento informal
- En cuanto a la capacitación en las Mypes, el 100% de los representantes legales si se capacitaron en los años 2009-2010 en un promedio de 2 capacitaciones, considerando como una inversión para su empresa. En su mayoría de representante legales en las Mypes el 60% capacitó a sus trabajadores con un promedio de 2 capacitaciones en temas como: marketing y otros relacionados directamente con el rubro manualidades (ejemplo: elaboración de trabajos manuales en distintos materiales y técnicas, otro tipo), el 60% afirmó que la capacitación contribuyó a la mejora de la rentabilidad.

Silva, F. (2015) “Caracterización de la capacitación de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa para damas del distrito de Chimbote, año 2014”. Esta investigación tuvo como objetivo general determinar y describir las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa para damas, del distrito de Chimbote, año 2014. El tipo de investigación fue cuantitativo, con un nivel descriptivo, el diseño fue no Experimental – transversal – Descriptivo. Se escogió

una muestra de 20 Mypes de una población de 98, a quienes se les aplicó un cuestionario de 10 preguntas basándose en los siguientes resultados:

- Se obtuvo que el 45% tiene más de 3 años en el mercado, la finalidad de la fundación con un 95% fue para generar utilidades.
- El 90% de los representantes de las Mypes no recibieron capacitación antes de formar su empresa, el 90% considera la capacitación como una inversión, el 100% piensan que la capacitación tiene sus ventajas, el 85% no capacita a sus trabajadores y el 15% si capacita en temas de atención al cliente.

Finalmente se concluyó que en su mayoría las Mypes sus representantes son mujeres, tienen una existencia de más de tres años en el mercado, con la finalidad de generar utilidades. Los representantes de las Mypes consideran la capacitación como una inversión para obtener ventajas, sin embargo en su mayoría no capacitan a sus trabajadores.

Bases teóricas

Mypes

Teorías de las Mypes

Las Mypes son micro y pequeñas empresas consolidadas como unidades de negocio que ofrecen productos o servicios, y se presentan como una alternativa de empleo y desarrollo. La micro empresa presenta hasta 10 trabajadores con ventas máximas de hasta 150 UIT, mientras que la mediana empresa presenta hasta 100 trabajadores con ventas máximas de hasta 1700 UIT.

Generan el autoempleo, promueven la competitividad y formalización de la economía, redundando en el crecimiento y desarrollo del país; de ahí el interés del Estado de promover a estas pequeñas unidades económicas con capitales pequeños dedicadas a la extracción, transformación, producción o comercialización para que se desarrollen.

Ley Mype

Según la Ley Mype N° 30056, Título II, Capítulo I, el Artículo 11°, establece el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y

promoción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas. **(Diario El Peruano, 2013)**

Definición de la Micro y Pequeña empresa

La Micro y Pequeña Empresa – MYPE, es la unidad económica constituida por persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

- **Microempresa:** Ventas hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT)
- **Pequeña Empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT
- **Mediana empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. **(Diario El Peruano, 2013).**

Ley 30056.

Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar al desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

Micro y pequeña empresa

El sector de la micro y pequeña empresa es considerado uno de los principales motores para impulsar el modelo de crecimiento económico con equidad, y su relación directa con la pobreza estructural de la región lo convierte en un factor clave para el combate de la misma.

La alta potencialidad de este sector radica en que puede hacer viable la creación de una economía integradora, reducir el subempleo y el desempleo y lograr un proceso de crecimiento económico con equidad que sea coherente con la problemática social.

Sobre la competitividad Mypes

El sector Mypes contribuye significativamente a la economía del país, lo cual se ve reflejado en indicadores como su participación en el PBI, su potencialidad para la generación de empleo y su capacidad para generar una oferta exportable atractiva. La promoción de este

sector se considera como uno de los pilares para el desarrollo nacional.

El sector mype tiene debilidades para su desarrollo y crecimiento. Según, los documentos revisados existe poca promoción de su oferta y, sobre todo, falta de participación del Estado en la simplificación administrativa y los costos de la formalización. **(Yamakawa, Del Castillo, Baldeón, Espinoza, Granda, Vega; 2010).**

Marco conceptual

Teorías de la capacitación

Respecto a este factor se busca mejorar las capacidades, actitudes, comportamiento, conocimientos que el individuo desarrolla en una organización, y que está también la puede llevar a la práctica personal. Lo que busca es mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Concretamente, la capacitación busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa en un proceso estructurado con metas bien definidas.

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente. Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto.

Es importante que no solo se busque dar estos conocimientos, sino que en realidad lo lleguen a desarrollar y que crear un impulso motivacional.

Para obtener resultados tangibles en términos de empleo e ingresos, los programas de capacitación deben contener un componente teórico en aulas y uno práctico en empresas. Sólo cuando culminan estas dos fases los participantes obtienen retornos positivos a la capacitación. Además, el requisito de práctica laboral como componente obligatorio de la capacitación tiene un efecto positivo sobre la pertinencia de la oferta formativa.

Cuando los beneficiarios de estos cursos son personas de bajos recursos, la integralidad requiere que se les ofrezcan ayudas económicas por día de clase atendido, comidas, material didáctico, asistencia médica, seguro de accidentes, asesoría en la formulación de un proyecto de vida y en la búsqueda de un empleo. Lo anterior con el fin de controlar la deserción. De

hecho, las responsabilidades familiares y los escasos recursos económicos de la familia no les permiten asistir a programas de alguna duración sin contar con alguna ayuda económica. Alternativamente, los programas deben ser de corta duración, llevados a cabo cerca de las residencias de los beneficiarios, en días y horarios establecidos con criterios de extrema flexibilidad. Por su parte, la asesoría en la formulación de un proyecto de vida mejora las habilidades de comunicación, la autoestima y la integración de los individuos, lo cual permite forjar mejores ciudadanos, trabajadores más productivos y facilitar su acceso al mercado de trabajo.

Importancia de la capacitación

Auger (2014). Hoy en día el elemento básico de la competitividad en los mercados es la formación de las personas.

Las empresas deben estar convencidas que la capacitación es la mejor posibilidad de cubrir su demanda de personal experto y porque es indispensable contar con personal adiestrado para una mejor competitividad. Pero esto no solo debe ser asumido por lo empresarios, sino por la sociedad en general ya que de ella nace la fuerza del trabajo.

Quienes tienen mayor oportunidad de desarrollo laboral, son quienes están preparados y capacitados para enfrentar distintos desafíos que se presenten. Por tanto el elemento principal, el cual permite que las personas tengan una movilidad laboral adecuada, es la capacitación.

Modalidad de capacitación

Farné. (2009). De la capacitación tradicional, caracterizada por la transferencia de conocimiento y destrezas para la realización de un determinado oficio, hay que pasar a la capacitación por competencias. Esta transfiere no sólo habilidades específicas, sino también capacidades para hacer las cosas que sirvan en diversas circunstancias y permitan adaptarse al cambio. Las competencias, a diferencia del conocimiento de un determinado oficio, pueden transferirse de un empleo a otro, favoreciendo la empleabilidad.

Chiavenato, A. (2010). Asume que la causa principal del éxito empresarial, sobre cómo alcanzar la excelencia en sus operaciones, productos, procesos de producción y la calidad de la productividad se basa en la preparación y capacitación que debe tener su recurso humano. Argumenta que la fuerza que lleva a las empresas al éxito es el grupo de personas que

participan en el proceso, quienes proporcionan la inteligencia, el dinamismo, le dan vida a la organización a través de su conocimiento que se va a traducir en decisiones y gestiones eficaces. Trata también sobre cómo elegir a las personas, cómo capacitarlas, orientarlas, impulsarlas y darles las posibilidades de participar en la organización. El primer paso para el éxito empresarial, consiste en desarrollar los talentos de las personas, luego transformar esos talentos en capital humano capaz de retribuir en forma exitosa a la empresa.

Perdomo Mejía, J. (2012). Refiere que el recurso humano es el elemento más importante para el funcionamiento de cualquier organización a través del incremento de la productividad hacia el logro de mejores niveles de competitividad. El elemento humano a través del conocimiento adquirido por medio de la educación no formal (capacitación) influenciado por el sistema de educación superior genera capital humano y el éxito del desarrollo de dicho capital está en saber valorar los conocimientos y en consecuencia generar habilidades y capacidades que poseen un gran influencia en el desempeño de una empresa. Para integrar capital humano en las organizaciones, los gerentes deben comenzar por desarrollar estrategias a fin de asegurar conocimiento, habilidades y experiencia superior en su fuerza de trabajo y este depende cada vez más de la capacidad de la organización para administrarlo, recordando que las organizaciones compiten a través de las personas.

Capacitación en ventas

La venta está presente desde los comienzos de la historia, nace a partir de la necesidad del intercambio de bienes tales como pieles, especies, granos, ganado entre otros productos. Los mercaderes son mencionados en la historia universal en las culturas de los griegos, fenicios, judíos, árabes y persas entre otros.

Con el invento del dinero como medida de valor de las mercancías, el comercio entre los pueblos se fue incrementando y de esta manera era cada vez mayor las habilidades que debían tener los vendedores en el comercio.

La profesión del vendedor se rodea muchas veces de leyendas y secretos misteriosos, en gran parte por la falta de comprensión de un arte, que cada vez se apoya menos por sus superiores. Trabajar en ellos y capacitarlos es necesario para realzarlos, para ofrecer al mercado no solo variedad, sino calidad, y que pueda ser transmisibles a otras generaciones, las cuales con los aportes brindados, obtenga mejores resultados de lo esperado.

Definición de Capacitación

La capacitación es la adquisición de conocimientos, es la preparación teórica que se le da al personal con el objetivo de poseer aprendizajes adecuados para cubrir el puesto con toda eficiencia. Es un proceso continuo de enseñanza - aprendizaje, mediante el cual se desarrolla un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño que van con las exigencias de su puesto, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve.

El empresario de la Mype debe comprender que su constante capacitación y la de su personal, es una de las mejores inversiones. Las Mypes tienen que ser gestionadas usando las técnicas más modernas, para ser competitivas. Los puntos claves para mejorar el desempeño de los trabajadores es el incentivar su compromiso con la organización.

III. METODOLOGIA

1.1. Diseño de la investigación

Se utilizó para la investigación el diseño No experimental - transversal porque se realizó sin alterar las variables, es decir, observando el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

1.2. Población y muestra

La población en estudio consta de un total de 201 tiendas de ropa para damas, la cual se determinó mediante un sondeo. Se tomó una muestra dirigida de 49 Mypes de tienda de ropa, ya que solo ellos quisieron colaborar con este estudio de investigación.

POBLACION	TOTAL
Jr. Alfonso Ugarte (Cdra. 3 – 7) (Mercado Alfonso Ugarte)	4
Av. José Gálvez (Cdra. 1 – 5) (Galería Alameda)	50
Jr. Enrique Palacios (Cdra. 1 – 5)	1
Jr. Manuel Villavicencio (Cdra. 1 – 5)	1
Jr. Elías Aguirre (Cdra. 1 – 5)	6
Jr. Manuel Ruiz (Cdra. 1 – 5) (Galería Chic, Bencha, Gamarra, Nico)	71
Jr. Leoncio Prado (Cdra. 3 – 7) (Galería Alfa, Armijo)	29
Jr. Ladislao Espinar (Cdra. 3 – 7) (Galería La gran Vía)	25
Mercado Modelo	14
TOTAL	201

1.3. Definición y operacionalización de las variables

VARIABLE	CONCEPTO O DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Capacitación	Es un proceso de enseñanza y aprendizaje, mediante el cual se desarrolla un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y al mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño que van con las exigencias de su puesto, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia y eficiencia empresarial a la cual sirve.	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de enseñanza y aprendizaje. - Desarrollo de acciones educativas y administrativas. - Mejoramiento de conocimiento, habilidades y actitudes. - Mejores niveles de desempeños. 	<ul style="list-style-type: none"> - Talleres educativos y de desarrollo. - Prácticas de las gestiones dentro de la empresa. - Charlas de motivación personal y conductual. - Evaluación de desempeño. 	<p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p> <p>Nominal</p>

1.4. Técnicas e instrumentos:

En el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, bajo el instrumento del cuestionario, que estuvo estructurado por 15 preguntas relacionadas al representante de las Mypes (4), a la mypes (2) y la variable de la capacitación (9).

1.5. Plan de Análisis

En el presente trabajo de investigación se hizo un análisis descriptivo individual y comparativo, utilizando para ello tablas y gráficos que nos muestra los datos detallados. Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se utilizó la estadística descriptiva; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de la variable. El procesamiento de los datos se realizó en el programa Microsoft Excel.

Por otro lado la metodología del informe se desarrolló en forma concreta y específica, incluyen su variable de estudio.

Este trabajo comprende de una revisión bibliográfica para el desarrollo de dicha actividad y de los datos que lo conforman.

Las conclusiones aplicaran alternativas de mejoras para las mypes en estudio, ayudando a un mejor desarrollo.

1.6. Matriz de consistencia

TITULO: “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa para damas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2013”

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODOS Y DISEÑO	TECNICAS E INSTRUMENTOS Y PLAN DE ANALISIS
¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas, del Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2013?	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características de la capacitación en las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2013. <p>OBJETIVO ESPECIFICO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las características de las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el 	Capacitación en las Mypes	<p>POBLACION:</p> <p>La población estuvo conformada por 201 mypes dedicadas al sector comercio - rubro de ventas de ropa para damas del Distrito de Chimbote.</p> <p>MUESTRA:</p> <p>La muestra fue de 49 Mypes, las cuales están dedicadas al sector y rubro en estudio.</p> <p>Para realizar la investigación se</p>	<p>TIPO:</p> <p>Cuantitativa, debido a que se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.</p> <p>NIVEL:</p> <p>El nivel de investigación fue descriptivo, debido a que se limitó a comprender, describir, registrar, analizar e interpretar las principales</p>	<p>TECNICAS E INSTRUMENTO:</p> <p>En el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, bajo el instrumento del cuestionario, que estuvo estructurado por 15 preguntas relacionadas al representante de la mype (4), a las mypes (2) y la variable de la capacitación (9).</p>

	<p>Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2013.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las características de los representantes de las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2013. - Determinar las características de la capacitación en las Mypes del sector comercio - rubro ventas de ropa para damas en el Casco urbano del Distrito Chimbote, 2013. 		<p>escogió en forma dirigida una muestra de las Mypes que estuvieron dispuestas a colaborar con las encuestas.</p>	<p>características de la variable en estudio.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No experimental: porque se realizó sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, es decir sin sufrir modificaciones. - Transversal: porque el estudio se realizó en un tiempo determinado. 	<p>PLAN DE ANALISIS:</p> <p>En el trabajo de investigación se hizo un análisis descriptivo, individual y comparativo, utilizando para ello tablas y gráficos que nos muestra los datos detallados. Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se utilizó la estadística descriptiva; elaborando tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de la variable.</p>
--	--	--	--	---	---

1.7.Principios Éticos

Los principios éticos para llevar a cabo este trabajo de investigación han sido desarrollados y establecidos de acuerdo al consentimiento libre e informado de los representantes de las mypes. Para este trabajo se ha tomado en consideración los siguientes principios:

- Respeto a la persona humana: Porque se toman datos reales que no ponen en riesgo la integridad de alguna persona.
- Confidencialidad: Porque la información brindada por parte de los representantes de las mypes, serán solo para usos de investigación.
- Profesionalismo: Porque el trabajo de investigación está realizado en base a las pautas que rige la norma establecida.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Tabla 01: Características generales de los representantes de las Mypes del casco urbano del Distrito de Chimbote. Periodo 2013.

Datos Generales:	Números de Mypes	Porcentaje
Edad (años)		
20 – 25 años	6	12,00
26 – 30 años	7	14,00
31 – 35 años	17	35,00
Más de 36 años	19	39,00
Total	49	100,00
Sexo		
Masculino	14	29,00
Femenino	35	71,00
Total	49	100,00
Grado de instrucción		
Primaria	0	0,00
Secundaria	18	37,00
Técnico Superior	9	18,00
Universitario	22	45,00
Total	49	100,00
Profesión		
Contabilidad	12	25,00
Administración	11	22,00
Educación	8	16,00
Ninguno	18	37,00
Total	49	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del casco urbano del Distrito

Tabla 02: Características de las Mypes del casco urbano del Distrito de Chimbote. Periodo 2013.

De la empresa:	Números de Mypes	Porcentaje
Periodo de actividad (años)		
De 1 a 4	25	51,00
De 5 a 8	18	37,00
De 9 a 12	4	8,00
Más de 13 años	2	4,00
Total	49	100,00
Numero de colaboradores		
1	26	53,00
2	16	33,00
3	4	8,00
4	1	2,00
6	2	4,00
Total	49	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del casco urbano del Distrito

Tabla 03: Capacitación de las Mypes del casco urbano del Distrito de Chimbote. Periodo 2013.

De la capacitación:	Números de Mypes	Porcentaje
Ha capacitado a su personal		
Si	17	35,00
No	32	65,00
Total	49	100,00
En qué temas ha capacitado a su personal		
Atención al cliente	8	16,00
Ventas	7	14,00
Marketing	3	6,00
Otros	0	0,00
Ninguno	31	63,00
Total	49	100,00
Considera que su personal debe recibir capacitación		
Si	39	80,00
No	10	20,00
Total	49	100,00
Considera a la capacitación como un gasto o una inversión		
Gasto	6	12,00
Inversión	43	88,00
Total	49	100,00
Cuenta con economía suficiente para capacitar a su personal		
Si	31	63,00
No	18	37,00
Total	49	100,00
Si su personal recibe capacitación aumentará la rentabilidad de la Mype		
Si	45	92,00
No	5	8,00
Total	49	100,00
Con un personal capacitado mejorará la competitividad de su negocio		
Si	44	90,00
No	5	10,00
Total	49	100,00
La capacitación ayudará a su personal a mejorar sus aptitudes laborales		
Si	46	94,00
No	3	6,00
Total	49	100,00
Al tener un personal capacitado, dejaría que lo ayuden en las tomas de decisiones de su empresa		
Si	36	73,00
No	13	27,00
Total	49	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del casco urbano del Distrito de Chimbote.

4.2. Análisis de los resultados

Características generales de los representantes de las Mypes del casco urbano del Distrito de Chimbote. Periodo 2013. (Tabla 01)

En los resultados obtenidos, el 74% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas tiene una edad de 31 años a más. Resultado que coincide con Ludeña (2013), que los representantes de estas mypes, tienen una edad de 36 años a más.

El 71% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas es del género femenino; resultado que coincide con Gutiérrez E. (2013) y Silva (2013), donde el 100% de los representantes legales pertenecen al sexo femenino. Esto demuestra que actualmente las mypes están siendo dirigidas por sexo femenino.

El 63% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas tienen el grado de instrucción técnica y superior. Esto demuestra que los representantes de las mypes en mención tienen un grado de estudio técnico y superior.

El 63% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas tiene la profesión Contabilidad, Administración y Educación. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las mypes son profesionales en esas carreras mencionadas.

Características de las Mypes del casco urbano del Distrito de Chimbote. Periodo 2013. (Tabla 02)

Periodo de actividad

Según los resultados, el 51% tiene en actividad como Mypes entre 1 a 4 años. Esto demuestra que éstas Mypes se encuentran entre 1 a 4 años ejerciendo actividad empresarial.

Número de colaboradores

El 53% de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas tiene 1 colaborador. Resultado que coincide con Gutiérrez (2013), el cual indica que el 60% de sus mypes encuestadas cuenta con 01 colaborador.

Capacitación de las Mypes del casco urbano del Distrito de Chimbote. Periodo 2013. (Tabla 03)

Capacitación a su personal en el 2013

Según el resultado obtenido, el 65% de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas no ha capacitado a su personal en el año 2013. Resultado que concuerda con Silva (2015), el cual un 85% tampoco capacitó a su personal. Esto demuestra que los representantes de las mypes, en el año 2013 no ha hecho participe a su personal en alguna capacitación.

Temas de capacitación

El 63% de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas no capacitó a su personal en ningún tema. Esto demuestra, tal como lo indica en el cuadro anterior, que no se llegó a capacitar por ende no hubo tema para capacitar. Pero los capacitados, tocaron el tema de Atención al cliente para su desarrollo.

Necesidad de capacitar a su personal

El 80% de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas considera que su personal necesita recibir capacitación. Resultado que coincide con Ludeña (2013), el cual el 90% de encuestados consideró relevante para sus trabajadores recibir capacitación. Esto demuestra que los representantes de las mypes consideran que su personal necesita capacitarse.

La capacitación es un gasto o una inversión

El 88% de las micro y pequeñas empresas de venta de ropa para damas consideran a la capacitación como una inversión; coincidiendo con Silva (2015) y

Gutiérrez (2013) donde el 88% de empresarios considera que la capacitación como empresario es una inversión.

Disponibilidad económica

El 63% de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para damas sí cuenta con economía suficiente para capacitar a su personal. Esto demuestra que los representantes de las mypes se encuentran con disponibilidad económica para poder costear una capacitación para su personal.

Con un personal capacitado aumentará su rentabilidad

El 92% considera que sí aumentará su rentabilidad; resultado que coincide con Gutiérrez (2013), donde el 60% considera que la capacitación mejora la rentabilidad. Esto demuestra que los representantes de las mypes coinciden en que la capacitación favorecerá la rentabilidad de su negocio.

Con un personal capacitado mejorará su competitividad

El 90% considera que sí habrá una mejora competitiva. Resultado que coincide con Silva (2015), quien indica que un 100% de sus encuestados considera que la capacitación tiene sus ventajas. Esto demuestra que los representantes de las mypes consideran que al tener un personal capacitado, la competitividad de su empresa mejorará y será una ventaja para su crecimiento.

La capacitación como mejora de aptitudes

El 94% de los encuestados considera que sí habrá una mejora de aptitudes. Esto demuestra que los representantes de las mypes consideran que con la capacitación su personal mejorará sus aptitudes laborales en su empresa.

El personal capacitado puede ayudar en la toma de decisiones

El 73% dice que sí dejaría a sus colaboradores aportar en sus iniciativas. Esto demuestra que los representantes de las mypes, al tener a su personal capacitado, permitirían que su personal los ayude en la toma de decisiones de su empresa.

V. CONCLUSIONES

1.- En el estudio la mayoría de representantes de las Mypes tienen una edad de 36 a más, son del género femenino, profesionales técnicos y universitarios en las carreras de Contabilidad, Administración y Educación.

2.-La mayoría de las Mypes en estudio tienen un periodo de actividad de 1 a 4 años y cuentan con 01 colaborador.

3.- En su mayoría los representantes de estas Mypes no ha capacitado a su personal durante el año 2013, pero consideran que éstos deberían recibir capacitación. Ellos consideran que la capacitación es una inversión y cuenta con economía suficiente para poder llevarla a cabo. Por ello consideran que si su personal recibe capacitación, aumentará la rentabilidad de su Mype, mejorará la competitividad de su negocio, sus aptitudes laborales y dejarían que sus colaboradores lo ayuden en la toma de decisiones de su empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Auger, A. E. (2006) La capacitación, una alternativa real para los jóvenes. Red Última Década. ProQuest ebrary. Copyright © 2006. Red Última Década. All rights reserved.

Chiavenato, I. (2010). Introducción a la Teoría de las Organizaciones. Organización desde la perspectiva de las tareas. 1^a edición. Editorial MANOLE. ISBN: 978852042864-1

Diario Oficial El Peruano. (2013). Ley 30056. Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Perú. Publicado el 02 de Julio del 2013. Consultado en: <http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/30056.pdf>

Donaldo, J. (2009). El gran pasivo del sector: la pobreza rural. Estrategias y medios productivos para su superación.

Farné, S. (2009). Políticas activas del mercado de trabajo en Colombia, México y Perú. División de Desarrollo Económico Santiago de Chile. Publicación de las Naciones Unidas. Copyright © Naciones Unidas. Todos los derechos reservados. ISSN versión impresa 1680-8843. ISSN versión electrónica 1680-8851. ISBN: 978-92-1-323348-1

Ferraro, C., Stumpo, G. (2010). Políticas de apoyo a las PYME en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales. Chile: B - CEPAL. p 17, 18, 19, 345, 352. <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565921&ppg=14>

Gutiérrez, P. (2013) “Caracterización del financiamiento y la capacitación en las Mypes del sector comercio – rubro manualidades, del distrito de Chimbote, periodo 2009-2010”. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en

Administración. Facultad de Ciencias contables, financieras y administrativas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Ludeña, L. (2013). “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011”. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Facultad de ciencias contables financieras y administrativas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Perdomo, J. (2012). Plan de estudios de: dirección estratégica de Recursos Humanos en el grado de maestría. Argentina: El Cid Editor apuntes. <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10609498&ppg=4>

Sánchez O, F. (2011) La mype como herramienta de inclusión social en el Perú. Portal de Microfinanzas. Publicado el 07 de diciembre del 2011. Extraído el 02 de Abril del 2014 de <http://www.mundomype.com/pages/index.php>

Silva, F. (2015) “Caracterización de la capacitación de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa para damas del distrito de Chimbote, año 2014”. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Facultad de ciencias contables financieras y administrativas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Yamakawa, P. Del Castillo, C. Baldeón, J. Espinoza, L. Granda, J. Vega, L. (2010). Modelo tecnológico de integración de servicios para la mype peruana. Universidad Esan. Ediciones Esan – Lima – Perú. 1° Edición. ISBN 978-9972-622-83-0

ANEXOS

ANEXO 1

ACTIVIDADES	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA																
OBJETIVOS																
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN																
MARCO TEORICO																
ESTRUCTURA DEL MARCO TEORICO																
HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION																
HIPOTESIS																
VARIABLES																
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN																
TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN																
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN																
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN																
POBLACIÓN Y MUESTRA																
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS																
RESULTADOS																
INFORME DE PROYECTO DE TESIS																
SUSTENTACIÓN-INFORME FINAL																

ANEXO 2

Recursos necesarios

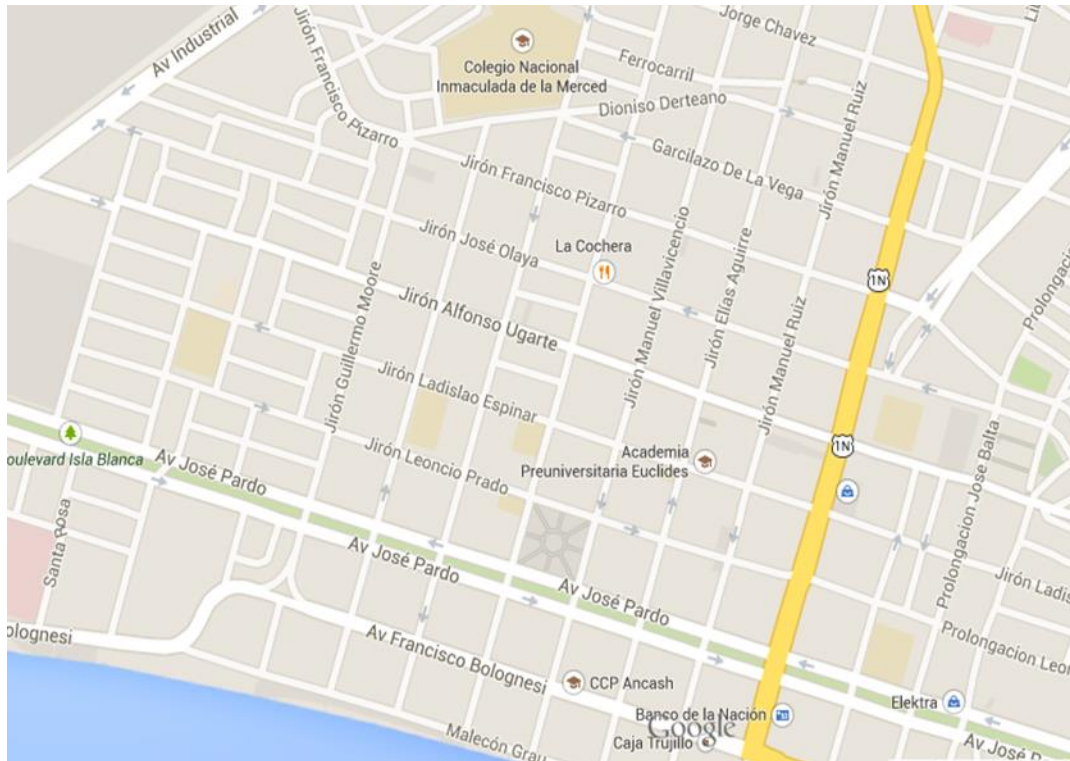
- Recursos económicos
- Recursos humanos
- Computadora
- Usb

ANEXO 3

CONCEPTO	VALOR
Impresión de la encuesta	1.50
Copias de la encuesta	15.00
Pasajes para realizar la encuesta	10.00
TOTAL	26.50

ANEXO 4

Población



Población: 201 Mypes del casco urbano del Distrito de Chimote, dedicadas a la venta de ropa para damas.

ANEXO 5

Figuras

Referente al representante de la mype

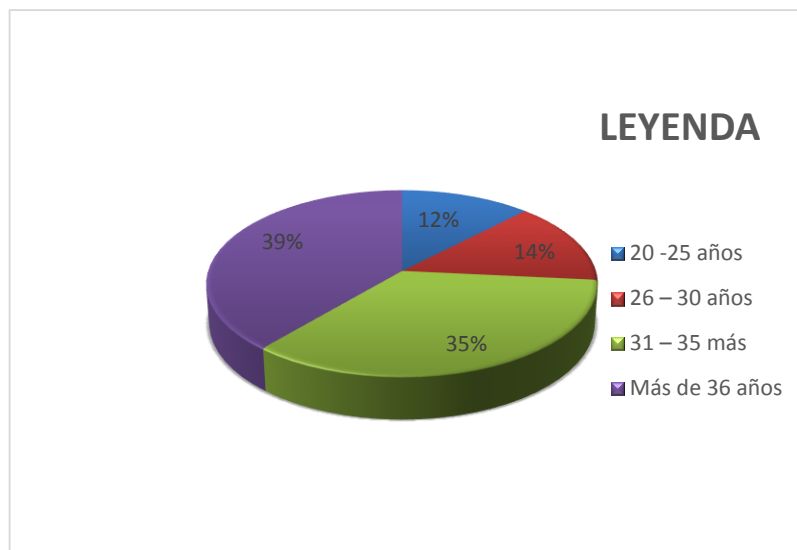


Figura N° 1: Edad del representante

Fuente: Tabla N° 1

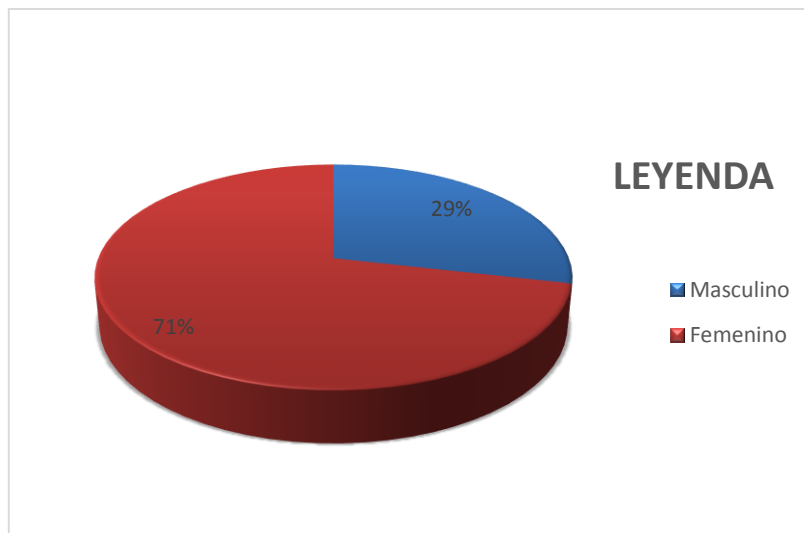


Figura N° 2: Género del representante

Fuente: Tabla N° 1

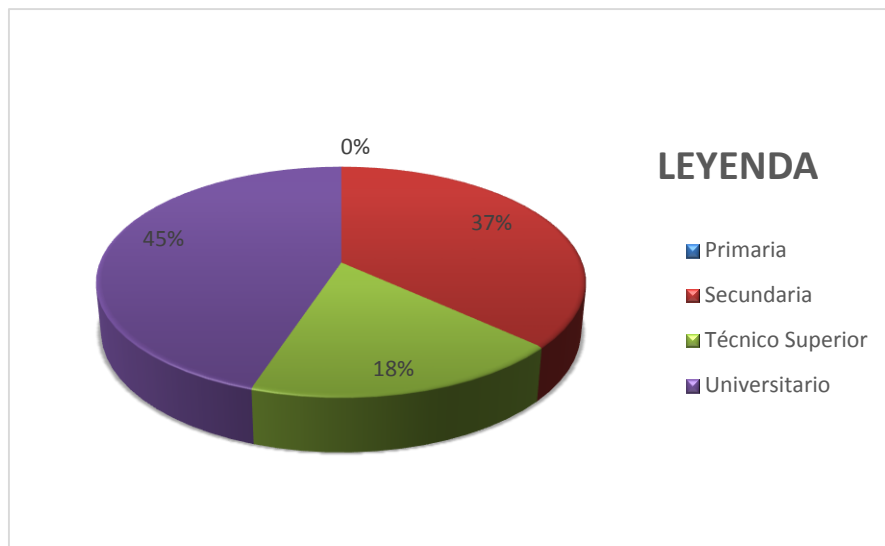


Figura N° 3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla N° 1

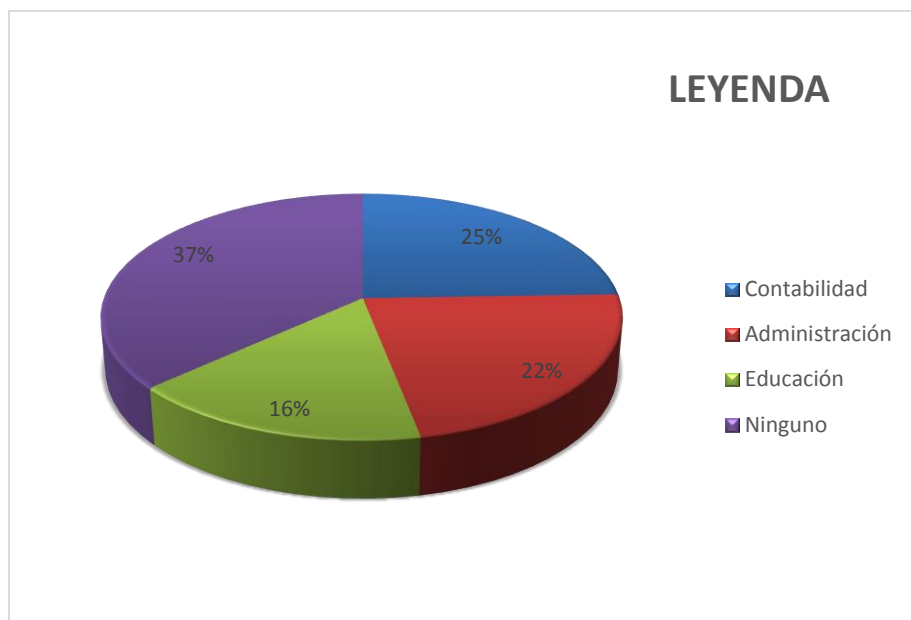


Figura N° 4: Profesión

Fuente: Tabla N° 1

Referente a la mype

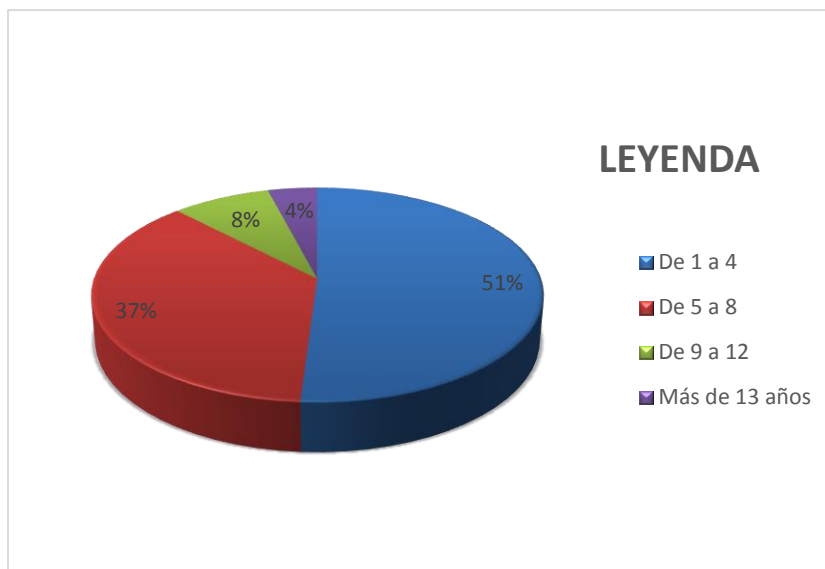


Figura N° 5: Periodo de la actividad de la mype

Fuente: Tabla N° 2

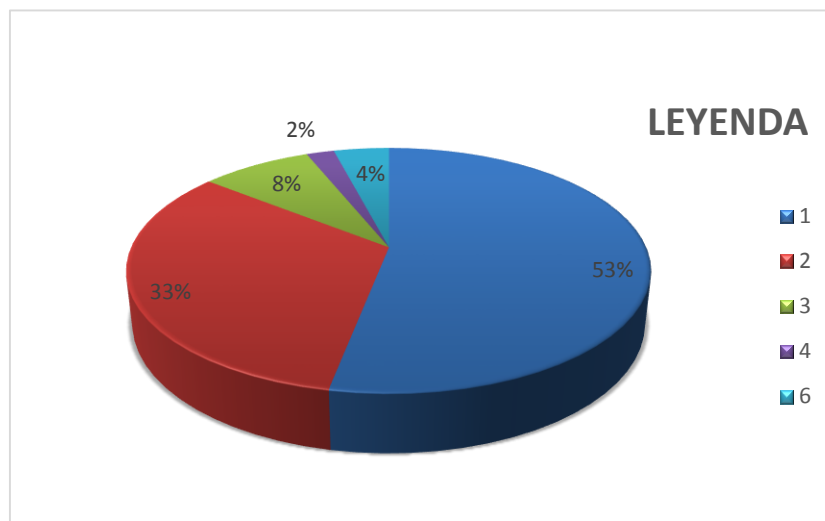


Figura N° 6: Número de colaboradores

Fuente: Tabla N° 2

Referente a la Capacitación en la Mype

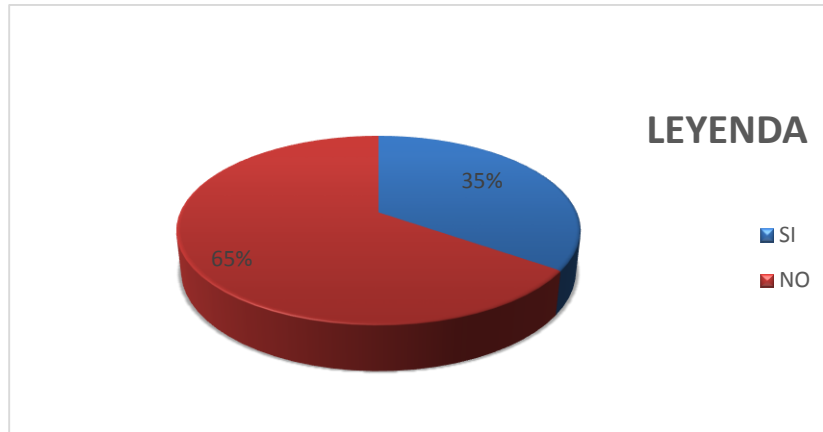


Figura N° 7: ¿Usted ha capacitado a su personal en el año 2013?

Fuente: Tabla N° 3

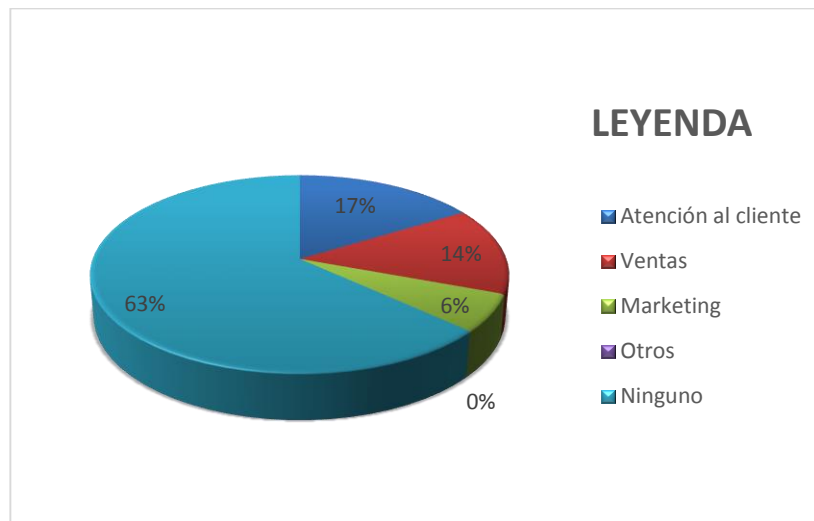


Figura N° 8: ¿En qué temas ha capacitado a su personal?

Fuente: Tabla N° 3

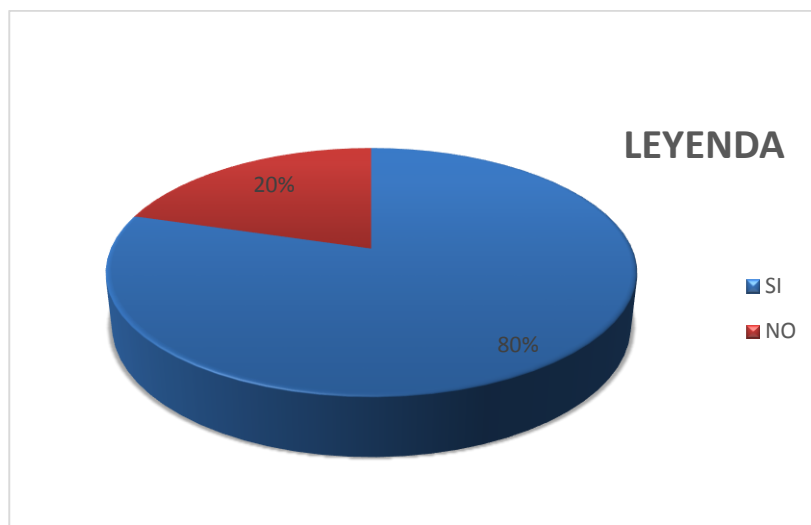


Figura N° 9: ¿Considera que el personal con el que trabaja necesita recibir capacitación?

Fuente: Tabla N° 3

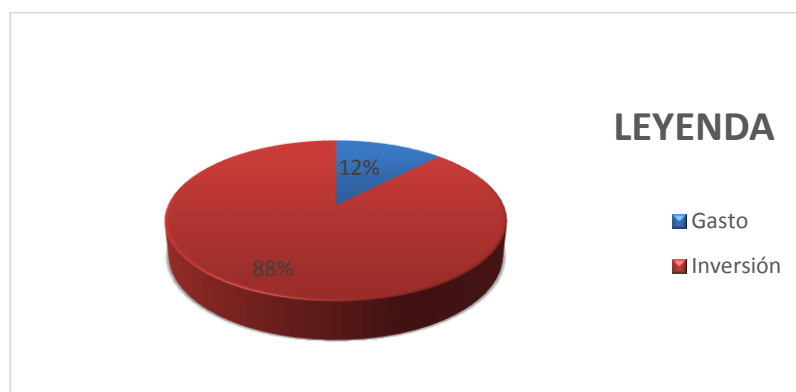


Figura N° 10: ¿Considera a la capacitación como un gasto o una inversión?

Fuente: Tabla N° 3

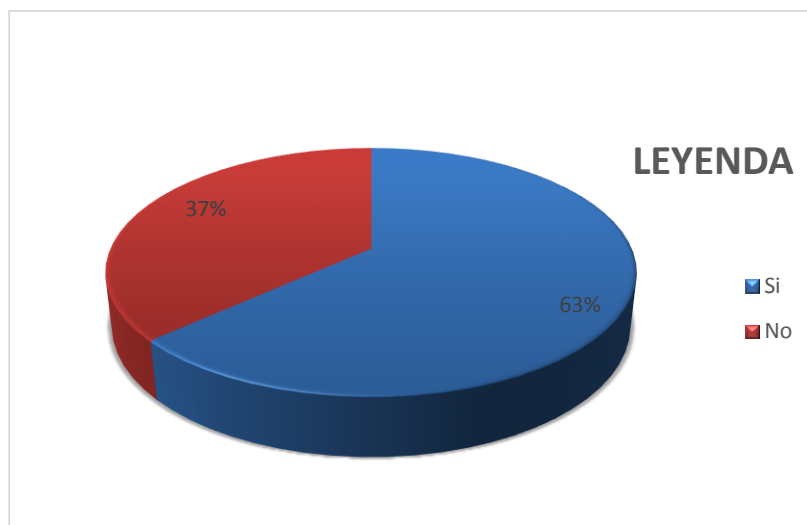


Figura N° 11: ¿Cuenta Ud. con economía suficiente para poder capacitar a su personal?

Fuente: Tabla N° 3

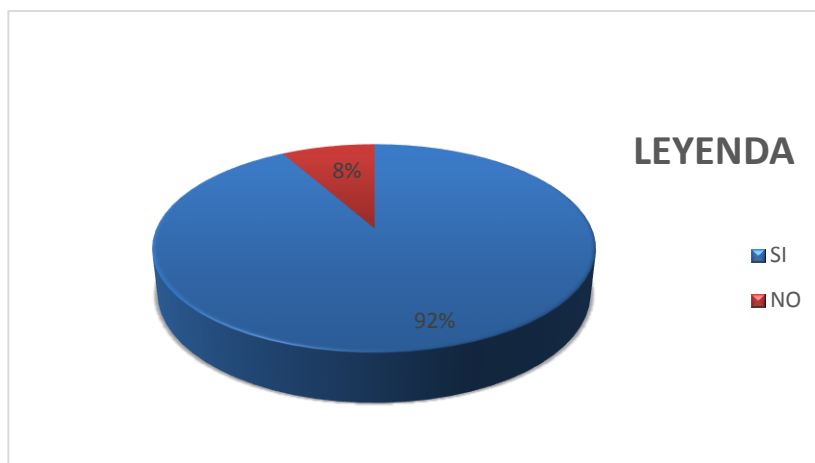


Figura N° 12: ¿Cree que si su personal recibe capacitación, aumentará la rentabilidad de su mype?

Fuente: Tabla N° 3

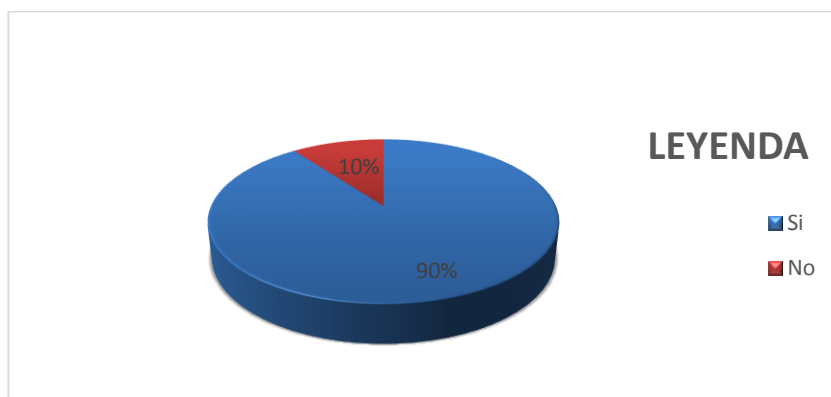


Figura N° 13: Con un personal capacitado, ¿Cree Ud. que mejorará la competitividad de su negocio?

Fuente: Tabla N° 3

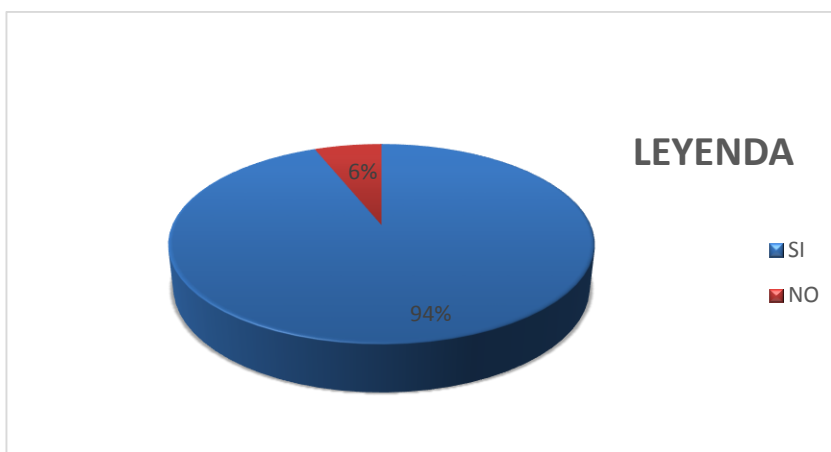


Figura N° 14: ¿La capacitación ayudará a su personal a mejorar sus aptitudes laborales?

Fuente: Tabla N° 3

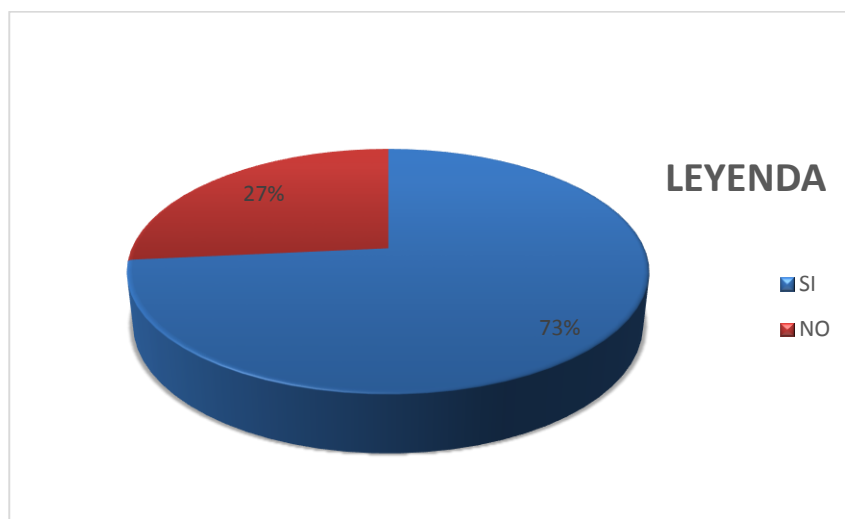


Figura N° 15: Al tener un personal capacitado, ¿Dejaría Ud. que lo ayuden en las tomas de decisiones de su empresa?

Fuente: Tabla N° 3

ANEXO 6



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA DE LA
INVESTIGACIÓN – DEMI

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes
legales de las Mypes del ámbito de estudio**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Mypes para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **“Caracterización de la Capacitación en las Mypes del sector comercio - venta de ropa para damas en el casco urbano del Distrito de Chimbote, 2013”**

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.

Encuestador (a):..... Fecha: / /

I. DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES DE LA MYPE

1. Edad del representante:

20 - 25

26 - 30

31 - 35

Más de 36 años

2. Género:

M

F

3. Grado de Instrucción:

Primaria

Secundaria

Técnico sup.

Universitario

4. Profesión: -----

II. DATOS GENERALES LA MYPE

5. Periodo de actividad de la mype:

1 - 4

5 - 8

9 - 12

Más de 13 años

6. Número de colaboradores:

III. DE LA CAPACITACIÓN A LAS MYPES:

7. ¿Usted ha capacitado a su personal en el año 2013?

Si

No

8. ¿En qué temas ha capacitado a su personal?

Atención al cliente

Ventas

Marketing

Otros.....

9. ¿Considera que el personal con el que trabaja necesita recibir capacitación?

Si

No

10. ¿Considera a la capacitación como un gasto o una inversión?

Gasto

Inversión

11. ¿Cuenta Ud. con economía suficiente para poder capacitar a su personal?

Si

No

12. ¿Cree que si su personal recibe capacitación, aumentará la rentabilidad de su mype?

Si

No

13. Con un personal capacitado, ¿Cree Ud. que mejorará la competitividad de su negocio?

Si

No

14. ¿La capacitación ayudará a su personal a mejorar sus aptitudes laborales?

Si

No

15. Al tener un personal capacitado, ¿Dejaría Ud. que lo ayuden en las tomas de decisiones de su empresa?

Si

No

Elaborado por: _____
L. Carolina Vásquez Jara

Validado por: _____
Lic. Adm. María Isabel Mino Asencio

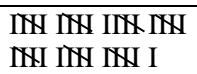
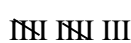
Chimbote,.....de Junio del 2014

ANEXO 9

Tabla de tabulación

Preguntas	Alternativas	Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1. Edad del representante	a) 20 – 25 años	III I	6	12%
	b) 26 – 30 años	III II	7	14%
	c) 31 – 35 años	III III III II	17	35%
	d) Más de 36 años	III III III III	19	39%
Total		49	49	100%
2. Género	a) Masculino	III III III	14	29%
	b) Femenino	III III III III III III III	35	71%
Total		49	49	100%
3. Grado de Instrucción	a) Primaria	-	-	0%
	b) Secundaria	III III III III	18	37%
	c) Técnico Sup.	III III	9	18%
	d) Universitario	III III III III II	22	45%
Total		49	49	100%
4. Profesión	a) Contabilidad	III III II	12	25%
	b) Administración	III III I	11	22%
	c) Educación	III III	8	16%
	d) Ninguno	III III III III	18	37%
Total		49	49	100%
5. Periodo de la actividad de la mype	a) 1 – 4	III III III III III	25	51%
	b) 5 – 8	III III III III	18	37%
	c) 9 – 12	III	4	8%
	d) Más de 13 años	II	2	4%
Total		49	49	100%
6. Número de colaboradores	a) 1	III III III III III I	26	53%
	b) 2	III III III I	16	33%
	c) 3	III	4	8%
	d) 4	I	1	2%
	e) 6	II	2	4%
Total		49	49	100%

7. ¿Usted ha capacitado a su personal en el año 2013?	a) Si	IIII IIII IIII II	17	35%
	b) No	IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	32	65%
Total		49	49	100%
8. ¿En qué temas ha capacitado a su personal?	a) Atención al cliente	IIII III	8	16%
	b) Ventas	IIII II	7	14%
	c) Marketing	III	3	6%
	d) Otros	-		
	e) Ninguno	IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	31	
Total		49	49	100%
9. ¿Considera que el personal con el que trabaja necesita recibir capacitación?	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII	39	80%
	b) No	IIII IIII	10	20%
Total		49	49	100%
10. ¿Considera a la capacitación como un gasto o una inversión?	a) Gasto	IIII I	6	12%
	b) Inversión	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII III	43	88%
Total		49	49	100%
11. ¿Cuenta Ud. con economía suficiente para poder capacitar a su personal?	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	31	63%
	b) No	IIII IIII IIII IIII	18	37%
Total		49	49	100%
12. ¿Cree que si su personal recibe capacitación, aumentará la rentabilidad de su mype?	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII	45	92%
	b) No	III	4	8%
Total		49	49	100%
13. Con un personal capacitado, ¿Cree Ud. que mejorará la competitividad de su negocio?	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII III	44	90%
	b) No	IIII	5	10%
Total		49	49	100%
14. ¿La capacitación ayudará a su personal a mejorar sus aptitudes laborales?	a) Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII I	46	94%
	b) No	III	3	6%

Total		49	49	100%
15. Al tener un personal capacitado, ¿Dejaría Ud. que lo ayuden en las tomas de decisiones de su empresa?	a) Si		36	73%
	b) No		13	27%
Total		49	49	100%

ANEXO 10

NOMBRE	LUGAR/DIRECCION
Franchesca Boutique	Espinar N° 671 – Galería Menacho
Boutique Glamour Nigth (Jessica López)	Galería Armijo N° 14
Boutique Rosario Vasquez (Lucia Manrique)	Galería La Gran Vía N° 43
Boutique Noemi	C. C: Alameda Tda. 26
Novedades Ruby	C. C. Alameda Tda. 27
Mirella	C. C. Bencha Tda. 9 – A
La Bonita Boutique	C. C. Bencha Tda. 6 – A
Tienda Jash	Galería Armijo N° 6
Techyz Boutique	C. C. Alameda Tda. 37
Jake Moda	Espinar N° 633 – Galería Vivar
Jhermely Boutique	C. C. Alameda Tda. 33
Antonella Boutique	L. Prado N° 597
Boutique Yoliz	C. C. Bencha Tda. 11 – A
Valentina Fashion	C. C. Bencha Tda. 7 – A
Xiomí Wong	C. C. Alameda Tda. 33
Novedades Fernanda	C. C. Alameda Tda. 25
Nicoll	C. C. Alameda Tda. 23
Tienda Amanda	C. C. Alameda Tda. 16
Tienda Takumy	C. C. Alameda Tda. 48
Khristell Fashion	C. C. Gamarra Tda. 18
Tienda Cynthia	Mercado Modelo Puesto N° 37
M&M Boutique	E. Aguirre N° 528
Yassy	C. C. Bencha Tda. 13 – A
Alicia Beltran C.	Galerías Armijo N° 17
Novedades Patty	C. C. Gamarra Tda. 22
Coquetas (Miguel López)	L. Espinar N° 697
Novedades Luz Mar	L. Espinar N° 678
Tienda Women	L. Espinar N° 664

Rosa Martinez	Galería Chic Tda. 14
Boutique Ericka	C. C. Alameda Tda. 22
Camila y Andrea	L. Espinar N° 681
Emily Fashion	L. Espinar N° 691
Emmy Boutique	C. C. Bencha Tda. 1 y 2 – A
Passarella	C. C. Alameda Tda. 12
Gitanas	C. C. Bencha Tda. 5 – A
Moda y Stylo (Noemí Torrejón)	Galeria Milka Tda. 7 – 8
Novedades E & J (Maritza Novoa)	Galeria La Gan Via tda. 10
Zafiro	C. C. Alameda Tda. 20
Valerias	Mercado Modelo Int. 5
Rocio Fashion	C. C. Alameda Tda. 21
Yossy	Galeria Milka Tda. 11
Novedades Celeste	C. C. Bencha Tda. 15 – A
Camila's Fashion	Galerias Alfa Tda. 8
Top Collection	L. Prado N° 597
Alexia	Galeria Milka Tda. 6
Mya Boutique	Jr. E. Palacios y Av. Pardo
Estrellita	Mercado A. Ugarte Puesto 12
Janeth Fashion	L. Espinar N° 676