



**“UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE”**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE
COMERCIALES – RUBRO LIBRERÍA DE LA CIUDAD
DE PIURA, PERIODO 2012**

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

AUTORA:

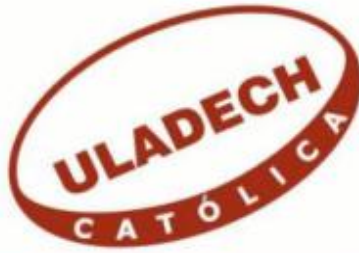
CATHERINE YESSSENIA VERGARA CHORRES

ASESORA:

MG. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2014



**“UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE”**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE
COMERCIALES – RUBRO LIBRERÍAS DE LA CIUDAD
DE PIURA, PERIODO 2012**

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

AUTORA:

CATHERINE YESSENIA VERGARA CHORRES

ASESORA:

MG. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2014

JURADO EVALUADOR

LIC. ADM. VÍCTOR VILELA VARGAS
PRESIDENTE

LIC. ADM. VÍCTOR PATIÑO NIÑO
SECRETARIO

MG. ANITA RIOFRIO JUÁREZ
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud, principalmente está dirigida al Dios y a mis padres por haberme dado la existencia.

DEDICATORIA

A Dios por brindarme la oportunidad y la dicha de la vida, a mis padres, mis abuelos que ya partieron a la presencia del Altísimo, dedicarle este presente documento quienes permanentemente me apoyaron con su espíritu alentador.

RESUMEN

La presente investigación, titulada: “Capacitación y rentabilidad de las MYPE comerciales – rubro librerías de la ciudad de Piura, periodo 2012” tuvo por objetivo general determinar las características que tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012. En primera instancia se realizó una investigación detallada de los acontecimientos referidos a la realidad de las MYPES, a nivel internacional – nacional – local, para conocer las características del entorno en el que se desarrollan dichas empresas. También se realizó una investigación acerca de los conceptos, tipos, fuentes que puedan tener las variables de la Capacitación y Rentabilidad. La investigación fue de tipo Cuantitativa y el nivel es Descriptivo - Correlacional, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 20 librerías de una población de 20. La técnica que se empleó para realizar esta investigación es la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario.

Palabras clave: Capacitación, rentabilidad y MYPES.

ABSTRACT

This research, entitled "Training and profitability of commercial SMEs - heading bookstores in the city of Piura, 2012" overall objective was to determine the features that training and profitability in commercial MSE category of bookstores in the city National - - local, to know the characteristics of the environment in which these companies are developed in Piura, period 2012. In the first instance a detailed investigation into the events related to the reality of SMEs, performed internationally. An investigation about the concepts, types, sources who may have the training variables and performance was also performed. Quantitative research was kind and level is descriptive - correlational, to perform it was selected a sample of 20 libraries a population of 20 as directed. The technique used for this research is the survey instrument used It was the questionnaire.

Keywords: Training, profitability and SMEs.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
JURADO EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
I. INTRODUCCIÓN	09
II REVISION DE LA LITERATURA	19
2.1. Antecedentes de la investigación.....	19
2.2. Marco teórico.....	23
2.2.1. Capacitación.....	23
2.2.1.1 Teorías de la Capacitación.....	23
2.2.1.2 Importancia de la Capacitación.....	26
2.2.1.3. Beneficios de la Capacitación.....	27
2.2.2. Rentabilidad.....	28
2.2.2.1. Teorías de la Rentabilidad.....	28
2.2.2.2. Características de la Competitividad	30

2.2.2.3. Importancia de la Rentabilidad.....	30
2.2.2.4. Tipos de Rentabilidad.....	31
2.2.2.5. Indicadores de Rentabilidad.....	32
2.2.2.6. Factores de la Rentabilidad.....	34
2.3. Hipótesis.....	39
2.3.1. Hipótesis General.....	39
III METODOLOGÍA.....	39
3.1. El tipo de Investigación.....	39
3.2. Nivel de la investigación.....	39
3.3. Diseño de la investigación.....	39
3.4. Universo y Muestra.....	40
3.5. Operacionalización de variables.....	40
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	45
3.7. Plan de análisis.....	45
IV. RESULTADOS.....	46
4.1. Resultados.....	46
V. CONCLUSIONES.....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1.....	43
TABLA 2.....	43
TABLA 3.....	43
TABLA 4.....	44
TABLA 5.....	44
TABLA 6.....	44
TABLA 7.....	45
TABLA 8.....	45
TABLA 9.....	45
TABLA 10.....	46
TABLA 11.....	46
TABLA 12.....	46
TABLA 13.....	47
TABLA 14.....	47

TABLA 15.....	47
TABLA 16.....	48
TABLA 17.....	48
TABLA 18.....	48
TABLA 19.....	49

I. INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como principal propósito el estudio a las MYPE en el contexto social y empresarial. En concreto, la investigación que se presenta se acoge con la finalidad de establecer una propuesta instructiva. De este modo todo el planteamiento y desarrollo de esta tesis de investigación se fundamenta en una interrogante que da sentido y forma a todos nuestros planteamientos.

Esta investigación realizada es acerca de las MYPE y pertenece a la línea de investigación: caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE; gestión de calidad y formalización de las MYPE en Perú, de la Universidad los Ángeles de Chimbote y al campo disciplinario: Promoción de las MYPE. En este trabajo se realiza un análisis y recopilación de información relacionada a la organización, formación de estas empresas. Este es un tema que debe interesar a la mayoría de personas, ya que es muy importante la constitución de una empresa para poder surgir en la vida, pero antes de eso uno tiene que saber todo relacionado a ellas y a sus variables, también se debe tener un buen estudio acerca de las MYPE para poder tener un mejor desempeño.

Una de las principales actividades económicas de las MYPE en Perú es el comercio, pero muchas de ellas no cuentan con una administración adecuada, ni con la formalización la cual le impide tener un crecimiento constante, puesto que no pueden acceder a créditos de las diversas entidades financieras ni a beneficios que otorga el gobierno. Además debemos de tener en cuenta que actualmente en Piura están apareciendo nuevas empresas más competitivas a las cuales la MYPE debe de hacerle frente para que puedan mantenerse o

superarlas. Motivos por los cuales se realizó esta investigación ya que se busca conocer a profundidad si la capacitación influye en la rentabilidad de las MYPE.

Perú, vive un momento muy expectante en su historia, considerada una de las economías más emergentes. De hecho, los innegables avances en tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas peruanas. Una de las principales actividades económicas de las MYPE en Perú es el comercio, pero muchas de ellas no cuentan con una administración adecuada, ni con la formalización la cual le impide tener un crecimiento constante, puesto que no pueden acceder a créditos de las diversas entidades financieras ni a beneficios que otorga el gobierno.

Además debemos de tener en cuenta que actualmente en Piura están apareciendo nuevas empresas más competitivas a las cuales la MYPE debe de hacerle frente para que puedan mantenerse o superarlas. Motivos por los cuales se realizó esta investigación ya que se busca conocer a profundidad si la capacitación influye en la rentabilidad de las MYPE.

En términos porcentuales, la MYPE formal representaría el 25% de la MYPE total del país, mientras que la MYPE informal el 75%. Además el 75% de las microempresas totales o 1 855 075 unidades serían informales. Sin embargo, la mayor parte de las pequeñas empresas son formales. El 37.2% de las pequeñas empresas o 15 395 unidades son informales. Es decir, la formalidad tributaria dependería del volumen de ventas: la mayoría de las empresas informales (1 855 075 de unidades económicas o 73% de la MYPE total a nivel nacional) serían microempresas. (Meléndez2007), de un lado, la apertura comercial propugnada en los últimos años, han permitido incrementar sosteniblemente las exportaciones peruanas y ser uno de los pilares de su crecimiento económico. De otro lado,

paulatinamente las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) muestran su potencial dinamismo en la economía de nuestro país, constituyéndose en la base empresarial más importante del país, considerada también como generadora de empleo.

En el caso de América Latina, a pesar de que en algunos países existen programas de capacitación para las empresas. En Perú las MYPE generan más puestos de trabajo constituyéndose en la principal fuente generación de empleo y alivio a la pobreza; un problema que afrontan las MYPE ; es la capacitación tanto a la gerencia como al personal, trayendo como consecuencia que los ya mencionados no alcancen la eficacia y la efectividad laboral en los puestos que desempeñan; es por esto que las MYPE desaparecen con suma facilidad; lo cual se ve reflejado a lo largo de la historia; en cuanto a la rentabilidad que pueden obtener las MYPE al final de un ejercicio o algún tipo de transacción realizada es muy adverso a lo esperado; puesto que por la falta de capacitación solo les permite cumplir con sus obligaciones y subsistir; hay muchas MYPE que no cuentan con la misma suerte; ya que en su mayoría solo alcanzan la declinación laboral.

Según Hernández Sampieri, (2003) las pequeñas y micro empresas constituyen un sector estratégico de la economía, debido a la generación del alto número de puestos de trabajo en el Perú. Este tipo de empresas necesitan desarrollo, sin duda la empresa no podría autofinanciarse e incrementar su capital de trabajo más acelerado, necesariamente se necesita del financiamiento externo, esto implica aumento en su producción, mejora en sus ingresos, por lo tanto, mejora de sueldos a sus trabajadores, mejor calidad de vida a este sector, mayor pago de impuestos al Estado, etc., en este contexto, el financiamiento se hace de imperiosa necesidad para la obtención de recursos, para así dinamizar su capital de trabajo, obteniendo

liquidez para aplicar los recursos en el emprendimiento y atender gastos operativos, pues existe un tercio de necesidades de financiamiento insatisfechos de este tipo de empresarios por la banca privada, así como de las instituciones financieras especializadas. Las estructuras están diseñadas para atender a un sector más consolidado de las MYPE y no a los nuevos emprendimientos, que tendría un impacto social en la reducción de la pobreza en el país. Por ello, las políticas de financiamiento tienen que ser revisadas y plantear nuevas fórmulas en los productos financieros que permitan atender a un mayor porcentaje de MYPE.

Arias Schreiber, (2012) explica sobre la tasa de desempleo urbano en Perú, tuvo una leve reducción del 8,1% en el 2010 al 8% al cierre del 2011, señaló la Organización Internacional del Trabajo(OIT) en su informe sobre el panorama laboral de América Latina y el Caribe. En general, el desempleo urbano en la región bajó de 7,6% (2010) a 6,8% (2011), afectando a unas 15 millones de personas el año pasado, 700 mil personas menos que el 2010. “La tasa de desempleo en América Latina en el 2011 es la más baja del siglo, pero podría estancarse este año por la crisis económica internacional”, dijo la directora regional de la OIT, Elizabeth Tinoco. Para el 2012, la OIT anticipa que la tasa de desempleo en la región permanecerá estable frente al año pasado, aunque el crecimiento promedio se desaceleraría a un 4%, frente al 4,5% del año previo. La Rentabilidad de las MYPE en Perú tiene un límite comparado con las grandes empresas, estudios recientes han demostrado que la generación de ingresos de estas micro y pequeñas empresas pocas, a raíz de que estas no pueden financiar sus costos de producción, la cual no generara ventas en cantidades.

El Gobierno Central de Perú, dentro de sus medidas para promover el desarrollo las MYPE, lanzó la Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el

desarrollo productivo y el crecimiento empresarial (N° 30056), la misma que tiene como principal objetivo en el aspecto tributario modificar la Ley del Impuesto a la Renta en lo que se refiere a la forma de llevar la contabilidad de acuerdo a los ingresos brutos anuales del receptor de rentas de tercera categoría. Se norma los requisitos para que las micro, pequeñas y medianas empresas que se encuentren en el régimen general tengan derecho a un crédito tributario por los gastos de capacitación que realicen en favor de sus trabajadores, siempre que dicho gastos no excedan del 1% de su planilla anual. Y en el aspecto laboral se modifica el TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, que a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”, la misma que ahora tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción, con el objeto de impulsar el emprendimiento y permitir la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

Para incorporarse a este régimen las empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías en función a sus ventas anuales, nótese que se ha eliminado el factor de número de trabajadores como requisito:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 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.

Las librerías en su totalidad son MYPE que tienen por objetivo la comercialización de diferentes productos y artículos de oficina, en el distrito de Piura la competencia entre estas es cada vez mayor; puesto que la calidad y los bajos precios de sus productos y/o artículos es cada vez mayor; dichas MYPE ya mencionadas ofrecen a sus clientes productos y/o artículos como cuadernos, mochilas, útiles de oficina, etc.

Por otro lado, se puede decir que no solo el financiamiento es la variable que incide o tiene relación con la rentabilidad de las MYPE, sino también la capacitación, ya que todo empresario de la micro y pequeña empresa debe ser capacitado para enfrentar con mejores posibilidades de éxito los retos de la competitividad y la globalización.

Actualmente las MYPE de la región Piura presentan una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos, financieros y administrativos, que impide el desarrollo de experiencias asociativas de tipo empresarial. Así mismo, la escasa capacitación de la MYPE, no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores, estas limitantes en la mayoría de los casos es porque los mismos microempresarios tienen poca valoración a la capacitación y desarrollo empresarial.

La presente investigación tiene como problema principal; ¿Qué características tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general; Determinar las características que tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012. Para poder conseguir el objetivo

general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar los beneficios de la capacitación en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012. Determinar la importancia de la capacitación en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012. Determinar los tipos de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012. Determinar los factores de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012.

Actualmente las MYPE de la región Piura presentan una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos, financieros y administrativos, que impide el desarrollo de experiencias asociativas de tipo empresarial. Así mismo, la escasa capacitación de la MYPE, no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores, estas limitantes en la mayoría de los casos es porque los mismos micro empresarios tienen poca valoración a la capacitación y desarrollo empresarial.

También esta investigación se justifica porque desde el punto de vista metodológico proporciona un instrumento (cuestionario) para el recojo de información de otros trabajos parecidos a realizarse en otros ámbitos geográficos. Así mismo, el presente trabajo de investigación servirá como antecedentes y base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por los estudiantes. La teoría en la que se fundamenta la presente investigación en su etapa inicial es la del diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales, por ello se sigue un método teórico ya establecido, generalizado y de gran aplicación cuando se trata de planes de inversión que tienen como fin cubrir una necesidad plenamente identificada. La segunda parte de la investigación es la del desarrollo del proyecto como tal, también fundamentada en el esquema general de

elaboración de un plan de inversión. Las razones académicas que impulsaron esta propuesta son de gran importancia porque a través del desarrollo de la investigación el profesional en gestión financiera tiene la oportunidad de aplicar de forma práctica los conocimientos que hasta este punto de la formación académica han sido solamente teóricos.

Finalmente dentro del desarrollo de la presente investigación se aplicarán algunos instrumentos básicos de la estadística como el diseño, aplicación y análisis de encuestas y entrevistas a través de tabulación y gráficos como gráficos circulares, todos ellos con el fin de recopilar los datos, organizarlos e interpretarlos para obtener la información pertinente para desarrollar los objetivos del estudio y lograr los resultados que permitirán establecer un perfil integral del sector de las librerías, conocer cuál es la percepción del habitante de la ciudad ante la posibilidad de estas librerías, y por último estas herramientas metodológicas son la base del estudio de mercado.

II: REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1 Variable Capacitación

Canessa Fliess (2008) en su trabajo de investigación “La capacitación laboral en Chile y su oportunidad de desarrollo a través del e-learning”, concluye que las empresas deberán desarrollar capacidades para definir con precisión qué capacitación requieren y discriminar entre la oferta disponible cuál es la más adecuada para ellas. Con las nuevas tecnologías de la información la oferta de cursos de e-learning que circula en el mercado es realmente abundante, por lo tanto la empresa debe hacer un muy buen trabajo de detectar necesidades de capacitación, comparar las competencias que tienen sus trabajadores y analizar la brecha

que se requiere cubrir, recién en ese minuto debe comenzar a planificar que es lo que realmente necesita y después buscar al proveedor que mejor satisface las expectativas, hay que recordar que las empresas están apostando que al capacitar a sus empleados de alguna forma van a mejorar la eficiencia, se cometerán menos errores, se desperdiciará menos material, en definitiva lo que buscan es rentabilizar las actividades de capacitación.

Alburja, Janampa, Odar y Osorio (2008), en su trabajo de investigación: “Sistema Nacional de Capacitación para la MYPE Peruana” realizado en la Univ. ESAN – Lima, dentro de la investigación llegaron a la conclusión que en el Perú se cuenta con un sistema desarticulado de capacitación a la MYPE, lo que trae como resultado una escasa generación de ideas e incentivos para el desarrollo de las capacidades de los microempresarios.

Es necesario crear un ente articulador de los diversos actores, ofertantes y demandantes de este sector y que realice el seguimiento y monitoreo del cumplimiento de los objetivos trazados. Se requiere un fortalecimiento del marco legal que sienta las bases para el impulso de las acciones de capacitación y desarrollo de los microempresarios. Las reformas al marco legal deberían considerar las demandas y sugerencias de los mismos actores que participan en el sistema.

Las instituciones encargadas de la promoción de la MYPE, el Codemype y Coremype, tienen una presencia y accionar débil. Para revertir esta situación, se hace indispensable la creación de una comisión de servicios de desarrollo empresarial dentro del Codemype, encargada de sacar adelante los proyectos de promoción a la capacitación de la MYPE.

Las fuentes de financiamiento destinadas al soporte del sistema nacional de capacitación a la MYPE han sido escasas. El Gobierno Central y los actores locales no han sido capaces de generar fondos ni incentivos para la capacitación, lo que es muy importante si se considera que en este tema el rol subsidiario del Estado juega un papel trascendental.

Chanduvi (2010) en su trabajo de investigación: “Plan de Capacitación para los órganos de dirección, apoyo y línea de gobierno regional Piura: análisis y propuesta 2012” – Piura, se considera dentro de las conclusiones que se ha comprobado las deficiencias que existen en los diversos análisis como son: Organizacional, Recursos Humanos, Operaciones, con la cual se hace necesario diseñar un plan de capacitación para mejorar su eficacia y eficiencias.

El análisis organizacional se halla en promedio de eficacia menos del 40% como por ejemplo, la importancia de los objetivos estratégicos para el personal de los órganos de las sedes central, es solo el 6,06%, mientras la visión es practicada por el 30%, del personal. Lo que respecta a la misión solo el 25% la práctica, mientras los valores puestos en práctica en 30% del personal.

En el análisis de los recursos humanos encontramos una carencia de planificación en las actividades de capacitación provocando la inexistencia de metas claras en dichos procesos otro aspecto dentro de este análisis de sobredimensionamiento de personal en áreas que no demanda tanta complejidad operativa provocando un deterioro de la eficacia. También podemos mencionar que más del 40% del personal posee más de 44 años, convirtiéndose en un factor crítico en la formulación de actividades de capacitación.

2.1.2 Variable rentabilidad

Jaramillo Garza (2008), en su trabajo de investigación: “Propuesta de un modelo de rentabilidad financiera para las pymes exportadoras en Monterrey, Nuevo León, México”, realizado en la Universidad Autónoma de Tamaulipas, considero dentro de las conclusiones de su investigación que el conservadurismo financiero ha permitido a través del tiempo que las PYMES tengan una rentabilidad financiera que les ha permitido competir a nivel local, regional, nacional e internacional. - Las fuentes de financiamiento de corto y largo plazo para las PYMES son alternativas de financiamiento que con una estructura de capital con una mezcla adecuada de financiamiento de deuda y capital permite la viabilidad de generar una rentabilidad financiera aceptable para la empresa. En las PYME exportadoras debido al racionamiento de los créditos se reducen las posibilidades de poder acceder a la Bolsa Mexicana de Valores y por lo tanto no utilizan una gran cantidad de los instrumentos financieros de largo plazo, lo cual les reduce el margen de maniobra para lograr un ROE aceptable. También que el nivel de la actividad de la empresa con una excelente planeación presupuestal permite a la PYME tanto en el corto plazo como en el largo plazo participar en los mercados nacionales e internacionales con una rentabilidad financiera positiva.

Medina Hernández (2008) en su trabajo de investigación: “Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPE de Huancavelica” realizado en la Univ. De Huancavelica, considero dentro de la conclusión de su trabajo que el 45% de las micro empresas del sector han recibido financiamiento por instituciones financieras de la localidad. El 55.56% de las MYPE financiadas recibieron financiamiento de la Caja de ahorro y Crédito los libertadores. El 100% de las MYPE que accedieron a créditos tienen la percepción de que las instituciones financieras tienen políticas de apoyo al micro empresario.

El 33.33% de las MYPE financiadas invirtieron el crédito obtenido a mejoramiento de sus locales y el 66.67% en la compra de activos fijos.

También que el 50% de las MYPE del sector turismo durante el año 2008 recibieron alguna capacitación para el manejo o desarrollo de sus empresas antes de obtener el crédito financiero. El 66.67% de las MYPE indican que en el año 2008 han tenido una capacitación permanente que los ha ayudado a mejorar la rentabilidad de su empresa. El 44.45% recibió capacitación en constitución y formalización de empresas. Que el 100% de las MYPE consideran a la capacitación como una inversión, y que esta le ayudado a obtener rentabilidad en su empresa, lo que determina que existe una percepción de rentabilidad de las empresas a través de la capacitación y que el 55% de las MYPE determinan que obtuvieron rentabilidad en el año 2008.

Saavedra, V. (2006) realizó una investigación titulada “Estudio de pre inversión de infraestructura vial urbana incorporando el análisis del riesgo y la determinación de su rentabilidad social y económica en la ciudad de El Alto, Talara” y se presentó en la Universidad Nacional de Piura. La investigación determina la rentabilidad social y económica de la alternativa seleccionada e incorpora los costos y los beneficios derivados de las opciones de reducción de las vulnerabilidades frene al peligro generado en contextos de extrema precipitación pluvial por el Fenómeno El Niño. Asi, en la etapa de identificación de las alternativas de solución del problema central se incorporan los resultados del diagnóstico, incluyendo la evaluación del peligro y de la situación sin proyecto, de la vulnerabilidad de la infraestructura vial de la ciudad de El Alto según zonas y vías principales; esta evaluación incluye el análisis de la información resultante de la encuesta muestral aplicada y del trabajo

de campo topográfico realizado. En la etapa de formulación del proyecto se definen las medidas a incorporar para reducir el riesgo, explicitando su incorporación y costo en cada una de las dos alternativas planteadas. Finalmente, en la etapa de evaluación se selecciona la alternativa, sobre la base de un análisis comparativo de rentabilidad social y económica, análisis tanto de sensibilidad como de sostenibilidad e impacto ambiental, para culminar con la elaboración del marco lógico de la mejor alternativa consistente con la reducción del riesgo incorporada en el perfil del proyecto.

2.2. Marco teórico:

2.2.1 Capacitación

Coulter (2005): la capacitación de los empleados es una actividad importante. Conforme los empleados exigen cambios, las destrezas de estos se deben modificar y actualizar. Los gerentes, por su puesto, tienen la responsabilidad de decir que tipo de capacitación necesitan los empleados, cuando la requieren y como debe ser la capacitación-

Amaro Guzmán (1990): la capacitación es el proceso mediante el cual la empresa estimula al trabajador o empleado a incrementar sus conocimientos, destreza y habilidad para aumentar en la ejecución de sus tareas. La eficiencia de cualquier organización dependerá directamente de la adecuada capacitación de su personal. Los empleados recién contratados necesitan alguna capacitación, mientras que lo ya experimentados requieren nueva capacitación para mantenerse actualizados y responder a las exigencias de su puesto actual, así como a las de futuros puestos o promociones.

La capacitación motiva al personal para trabajar más; los que entienden su puesto demuestran un mejor espíritu de trabajo, y el simple hecho de que la dirección superior confíe

lo suficiente en sus capacidades para invertir dinero en su capacitación, les da la seguridad de que son miembros apreciados por la empresa (Valencia, 2007).

2.2.1.1. Teorías de la Capacitación

a) La teoría de las inversiones en capital humano

Esta teoría concibe a la capacitación como una inversión para el empleador y los trabajadores: esta puede incrementar la productividad del trabajo esperada en la firma pero se tiene que incurrir en costos. Es decir, como en toda inversión las inversiones en capital humano producen tasas de retorno, los cuales tienen que ser comparados con sus costos. Estos costos pueden ser costos directos o costos de oportunidad. Los costos directos incluyen gastos en materiales educativos, tutoría, transporte, etc. Los costos de oportunidad incluyen una más baja productividad durante el periodo de entrenamiento, tiempo del capacitado y su supervisor durante el proceso de entrenamiento.

El problema principal analizado en esta teoría se refiere a los derechos de propiedad de los beneficios de la inversión en capacitación. El punto en realidad es bastante simple: si una empresa invierte en maquinaria esta puede ser vendida luego en cualquier momento de manera que parte de esta inversión puede ser recuperada. En el caso del capital humano, en cambio, el empresario no puede “revender” el capital humano para recuperar sus inversiones. Más aun, parte de los beneficios de estas inversiones se quedan con el trabajador y en otros casos, pasan a otros empleadores futuros de esos trabajadores.

b) La teoría del aprendizaje organizacional y las capacidades tecnológicas.

La escuela institucionalista también ha realizado importantes aportes a la teoría de la firma, y de hecho algunos consideran que existen crecientes puntos de encuentros con la

teoría neoclásica, especialmente a partir del desarrollo del pensamiento “nuevo institucional” que ha cobrado vigor en los años 80s y 90s. La teoría de la organización de la firma forma parte de este “nuevo institucionalismo” y su punto de partida es la teoría de los costos de transacción.

La idea básica es simple: en adición a los costos de producción, se deben añadir costos de transacción para explicar instituciones como las firmas. Desde este punto de vista, las firmas y otras instituciones son consideradas como conjuntos de contratos alternativos, entendidos estos como mecanismos eficientes para crear y re alinear incentivos. Las transacciones contienen numerosos riesgos y el problema básico de la organización es crear estructuras institucionales para restringir las conductas improductivas “buscadoras de rentas” que surgen cuando existe información imperfecta.

2.2.1.2. Importancia de la capacitación

. Valencia, Administración Moderna de Personal, (2007): La importancia de la capacitación del personal es que exista un mejoramiento y crecimiento de las aptitudes de los individuos y de los grupos que forman parte de la organización. La capacitación de personal no se debe subestimar. Los directivos consideran que es viable en tiempos de bonanza económica, pero que es lo primero que se debe reducir o eliminar cuando hay problemas económicos. A menudo esta visión a corto plazo ocasiona que las organizaciones sufran consecuencias a largo plazo.

Casi todas las organizaciones invierten a gran cantidad de dinero en recursos humanos; sin embargo, no se ocupan de ellos tanto como deberían. Este es un error que puede eliminarse mediante la capacitación; es decir, mediante el perfeccionamiento de las aptitudes del personal de todos los niveles. Tanto es sector privado como el público y otros segmentos

de nuestra sociedad que están reconociendo cada vez más la importancia de capacitar e impulsar el desarrollo de los recursos humanos.

La importancia de la capacitación radica que:

- Ayuda a la organización: conduce una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales.

- Ayuda al individuo: da lugar a que el trabajador interiorice y ponga en práctica la motivación, realización, crecimiento y progreso.

- Ayuda a las relaciones humanas en el grupo de trabajo: fomenta la cohesión en los grupos de trabajo mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos

2.2.1.3. Beneficios de la Capacitación

La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Recursos Humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.

a) Capacitación y competencias organizacionales: Las competencias individuales generan valor en tanto estén integradas a las competencias centrales de la empresa. Se refuerzan mutuamente. En esto la capacitación podría ofrecer una verdadera contribución. Identificación de competencias organizativas clave y competencias individuales valiosas y el mantenimiento preventivo a través de sistemas de generación, difusión y utilización de conocimiento en diferentes áreas. Desplazamiento del foco:

- Del aprendizaje del individuo al aprendizaje de la organización.
- De la enseñanza a la generación de condiciones.

- Del aprendizaje adaptativo al aprendizaje generativo que permita revisar y modificar la manera de trabajar.

Para las organizaciones: Entre los beneficios que tiene la empresa con la capacitación se pueden mencionar los siguientes:

- Crear mejor imagen de la empresa
- Mejora la relación jefe subordinado
- Eleva la moral de la fuerza de trabajo
- Incrementa la productividad y la calidad en el trabajo

b) Capacitación y competencias individuales: Hay que encontrar la manera de definir competencias individuales de tal manera que quede claro cuál es la capacidad que nos interesa y cuál el ámbito específico en el que debería manifestarse esa capacidad. Posibilita un cambio de foco:

- Del foco en el aprendizaje para la tarea nos lleva al aprendizaje transferible: desarrollo de habilidades no directamente vinculadas a una tarea en particular.
- Del foco en el tema al tema contextualizado: es decir al problema.

Para los trabajadores: Entre los beneficios que obtienen los colaboradores con la capacitación están: Elimina los timones de incompetencia

- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Desarrolla un sentido de progreso

Rol del departamento de Capacitación:

- Ayudar a la organización a gestionar sus competencias clave

- Ayudar a las personas a desarrollar habilidades que contribuir a las competencias de la organización.
- Ayudar a relacionar e integrar las capacidades individuales.
- Adquiere rol protagónico en la promoción del aprendizaje organizacional, con el cual podrá reconocer, mejorar, renovar y adquirir las competencias clave que el negocio demanda.

2.2.2 Rentabilidad

Da Acosta (1992) La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

2.2.2.1.1 Teorías sobre la Rentabilidad

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

Markowitz avanza con una nueva teoría, indicando que el inversor diversificará su inversión entre diferentes alternativas que ofrezcan el máximo valor de rendimiento actualizado. Para fundamentar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado a la rentabilidad media esperada. La observancia de esta teoría asume que la existencia de una hipotética cartera con rentabilidad máxima y con riesgo mínimo que, evidentemente sería la óptima para el decisor financiero racional.

Es por ello, que con esta teoría concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene porqué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por lo tanto, el

inversor financiero puede incrementar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de riesgo o, lo que es lo mismo, puede disminuir su riesgo cediendo una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

b) Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado de Huarpe

El modelo de mercado de Sharpe (1963) surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que, a su vez, fue el resultado de un proceso de simplificación que Sharpe realizó del modelo pionero de su maestro Markowitz.

Sharpe consideró que el modelo de Markowitz implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos. Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macro económico, únicamente.

Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas solo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título. Como se ha indicado, el modelo de mercado es un caso particular del diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores.

2.2.2.2 Características de la competitividad

- **Eficiencia:** productividad y control de costos.
- **Calidad:** confiabilidad, durabilidad y estética del producto.
- **Innovación:** diferenciación, agilidad y flexibilidad.
- **Sustentabilidad:** producción limpia.

Lograr empresas con estas características exige una transformación profunda en siete aspectos esenciales:

- Gerencia o dirección estratégica
- Información oportuna
- Innovación permanente
- Mejoramiento continuo de los recursos humanos
- Inserción de la empresa en el entorno competitivo
- Cooperación horizontal y vertical
- Producción limpia

2.2.2.3 Importancia de la Rentabilidad

Cuando nos referimos a la rentabilidad de un proyecto, pensamos inmediatamente en el beneficio económico que se puede obtener. Pero la rentabilidad es un concepto más amplio que, en función del tipo de proyecto, puede verse desde diferentes perspectivas pudiendo incluir aspectos más cualitativos o intangibles. Tal el caso del conocimiento y la experiencia adquirida, las mejoras operativas logradas o incluso la "rentabilidad social", derivada de aquellos beneficios que un proyecto puede entregar al entorno en el que se desarrolla, por ejemplo generación de empleo con salarios justos.

2.2.2.4 Tipos de Rentabilidad

Existen 2 tipos de rentabilidad:

- a) **La rentabilidad económica**

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio.

b) La rentabilidad financiera

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad.

La rentabilidad financiera de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.

2.2.2.5 Indicadores de Rentabilidad

a) Margen neto de utilidad

Es la relación entre la utilidad neta y las ventas totales (ingresos operacionales). Es la primera fuente de rentabilidad en los negocios y de ella depende la rentabilidad sobre los activos y la rentabilidad sobre el patrimonio. Los ingresos operacionales son el motor de una organización y este índice mide precisamente el rendimiento de ese motor.

b) Margen bruto de utilidad

Es la relación entre la utilidad bruta y las ventas totales (ingresos operacionales) Es el porcentaje que queda de los ingresos operacionales una vez se ha descontado el costo de venta. Entre mayor sea este índice mayor será la posibilidad de cubrir los gastos operacionales y el uso de la financiación de la organización.

c) Margen operacional

Es la relación entre la utilidad operacional y las ventas totales (ingresos operacionales). Mide el rendimiento de los activos operacionales de la empresa en el desarrollo de su objeto social. Este indicador debe compararse con el costo ponderado de capital a la hora de evaluar la verdadera rentabilidad de la empresa.

d) Rentabilidad neta sobre la inversión

Es la razón de las utilidades netas a los activos totales de la empresa. Evalúa la rentabilidad neta (uso de los activos, gastos operacionales, financiación e impuestos) que se ha originado sobre los activos.

e) Rentabilidad operacional sobre la inversión

Es la razón de las utilidades operacionales a los activos totales de la empresa. Evalúa la rentabilidad operacional (uso de los activos y gastos operacionales) que se ha originado sobre los activos.

f) Rentabilidad sobre el patrimonio

Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa.

g) Crecimiento sostenible

Es el resultado de la aplicación de políticas de ventas, financiación, dividendos y capitalización. En los tiempos actuales la estrategia que más incide en la competitividad de las Pymes es precisamente la estrategia de crecimiento, la cual apunta a que el incremento de las ventas, los activos y el patrimonio de la compañía, sea consecuente con el crecimiento de la demanda.

h) EBDITA

Es la utilidad operacional (EBIT) más los gastos por depreciación, gastos por amortizaciones de diferidos y provisiones. El EBITDA es entonces el flujo neto de efectivo antes de descontar el uso de la deuda (Gastos financieros) y los impuestos.

2.2.2.6 Factores de la rentabilidad

Según Sánchez, F. (1998) existen 9 factores primordiales que influyen en la rentabilidad:

a) **Intensidad de La Inversión**

Cuando invertimos estamos dando algo a alguien con el fin de obtener algo mejor. Se puede invertir de muchas formas, invertir nuestro tiempo en una relación, la inteligencia en el trabajo o los fines de semana haciendo deporte para tener una buena salud. Así como se puede invertir en cualquiera de estas situaciones esperando algo bueno a cambio, podemos invertir nuestro dinero en un fondo mutuo esperando asegurar un capital que nos garantice mantener un nivel de vida en una etapa de retiro o convertir en realidad alguno de nuestros sueños hacia futuro.

Invertir dinero es poner el dinero en algún tipo de instrumento financiero, llámese acciones, bonos, fondos mutuos, esperando más dinero a cambio. Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

b) **Productividad**

Para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios. La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento del recurso material y humano.

Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos)

en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos. La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas. No así con el recurso humano o los trabajadores. Deben de considerarse factores que influyen. Al disminuir la ineficiencia, la productividad aumenta. La eficiencia es el límite de la productividad. La productividad óptima, es el nivel de eficiencia para el cual fue pretendido el proceso.

c) Participación de Mercado

Este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales. De manera similar que los estudios de penetración y tamaño del mercado, las empresas contratantes de este tipo de estudios son principalmente negocios que venden a otras empresas en el área industrial, así como mercados donde no se dispone de investigaciones sectoriales

d) Desarrollo De Nuevos Productos O Diferenciación De Los Competidores.

Un nuevo producto puede ser creado o hecho "nuevo" de muchas maneras. Un concepto enteramente nuevo se puede traducir en un nuevo artículo y/o servicio. Simples cambios secundarios en un producto existente pueden convertirlo en otro "nuevo" o se puede ofrecer un producto existente a nuevos mercados que lo considerarán "nuevo". Solo podemos considerar nuevo un producto durante un período limitado. Esto corresponde a la actitud de innovación que es una filosofía paralela a la del concepto de mercadotecnia.

Cuando se incluye un nuevo producto debe tomarse en consideración la innovación y la calidad del producto/servicio, sin dejar a un lado la diferenciación del producto en el mercado y superando siempre a los competidores del mercado que son un gran número de

compradores y vendedores de una mercancía, que además de ofrecer productos similares, igualmente tienen libertad absoluta para sus actividades inherentes y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos. Estudios han demostrado que las industrias en crecimiento son aquellas que están orientadas a productos nuevos.

e) **Calidad De Producto/Servicio.**

El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si este es bueno o malo.

f) **Tasa De Crecimiento Del Mercado**

La tasa de crecimiento es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período determinado. Esto tiene que ver también, con el ciclo de vida del producto, que se define por ser el clásico ciclo de nacimiento, desarrollo, madurez y expiración, aplicado a las ventas de un producto.

g) **Integración Vertical**

La integración vertical comprende un conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización. Dichas decisiones son de tres tipos:

- Definir los límites que una empresa debería establecer en cuanto a las actividades genéricas de la cadena de valor de la producción.
- Establecer la relación de la empresa con las audiencias relevantes fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.

- Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.

Este conjunto de decisiones permiten caracterizar a una empresa: qué bienes y capacidades forman parte de la empresa y que tipos de contratos se establecen con agentes externos.

h) Costos Operativos

Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido, durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema. Dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:

- Gastos técnicos y administrativos. Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.
- Alquileres y/o depreciaciones. Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos. Etc.
- Obligaciones y seguros. Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre estos podemos enumerar: inscripción a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, registro ante la Secretaría del Patrimonio Nacional, Seguros de Vida, etc.

- Materiales de consumo. Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.

- Capacitación y Promoción. Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos en que tanto este lo haga, en esa misma medida o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc.

Los costos de operación son los necesarios a fin de operar y mantener el sistema que se proyecta, de manera que se obtenga de este los productos esperados, en las condiciones previstas durante la etapa de estudio y diseño.

2.3 Hipótesis:

Según Hernández Sampieri (2013) cuando una investigación es Descriptiva no lleva Hipótesis.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

Tipo de la investigación: Cuantitativa.

3.2 Nivel de la investigación

Nivel de Investigación: Descriptivo

3.3. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación corresponde a una investigación no experimental de corte transversal, descriptiva correlacional.

- **No experimental**, ya que se realizará una investigación en la cual no se manipulará las variables de estudio es decir se observará sus efectos como tal para luego estos sean analizados. Donde dichas situaciones son existentes las cuales no son provocadas por este investigador.
- **Descriptivo**, ya que en la investigación se especifica las características y tipos que presentan las variables dentro de la muestra poblacional.

3.4. Universo y Muestra

3.4.1. Universo:

El universo de la investigación estará conformado por un total de 20 micro y pequeñas empresas comerciales –rubro de librerías de la ciudad de Piura.

3.4.2. Muestra:

La muestra estará conformada por 20 MYPES de la población en estudio.

3.5. Operacionalización de variables:

3.5.1 Variable Capacitación

Pérez, Campillo(2000): la capacitación eficiente y afectiva ha sido reconocida como un factor clave para asegurar que aquellas empresas con potencial de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas. Las dificultades de acceso de conocimiento no se refieren simplemente al hecho de que no se puedan obtener información a través del sistema

capacitación; de hecho cabría esperar que si esto no se soluciona, no todos los proyectos serían automáticamente beneficiados. Las dificultades ocurren en situaciones en las cuáles un proyecto que es viable y rentable no es llevado a cabo o es restringido, porque la empresa no tiene la suficiente capacitación de sus empleados para posicionarse en mercado.

- **Definición operacional:**

- Solicitud de información
- Revisión de expedientes
- Cruce de información con centrales de riesgos
- Aprobación de la información adquirida
- Atención a la capacitación

3.5.2 Variable Rentabilidad

Para Preve (2009), la rentabilidad es uno de los conceptos más importantes en las empresas y más utilizado por la comunidad de negocios. La rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La rentabilidad es al menos una parte, de lo que busca el management con sus decisiones directivas. La rentabilidad es lo que miden los inversores al decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada

compañía, o si por el contrario, retiran sus fondos. La rentabilidad es probablemente uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan a diario. En el imaginario popular, un emprendimiento que logra producir ingresos mayores que sus costos, generando resultados positivos, se considera un emprendimiento rentable

- **Definición operacional:**

Dado que no ha sido posible tener acceso a los estados financieros de las Mypes en estudio, no se ha podido calcular la rentabilidad empresarial en base a ratios financieros: por tal motivo, operacionalmente la rentabilidad lo hemos definido de la siguiente manera:

- Baja rentabilidad: 0.1 a 10%
- Mediana rentabilidad: 10.1 a 30%
- Alta rentabilidad: 30.1% a más

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPEACIONAL		ÍTEMS	FUENTE	INSTRUMENTO
CAPACITACIÓN	La capacitación eficiente y afectiva ha sido reconocida como un factor clave para asegurar que aquellas empresas con potencial de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas. Pérez, Campillo (2000)	DIMENSIONES	INDICADORES	SI	Trabajador	Cuestionario
		Factores	¿Cree usted que los factores de capacitación son importantes para su MYPE comercial?	NO		
		Inversión	¿Considera usted como empresario que la capacitación es una inversión?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
		Adquirir conocimientos	¿Recibió usted capacitación previa para la administración de su empresa?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
		Capacitación	¿Cuántas veces al año recibe usted capacitación?	1 2 3 NINGUNA	Trabajador	Cuestionario
			¿Cree usted que la capacitación es importante para su negocio?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
		Beneficios	¿Cree usted que la capacitación para el trabajo beneficia a usted como empresario?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
			El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
			¿Considera usted que la capacitación como empresario es relevante para su empresa?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
			¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
RENTABILIDAD	La rentabilidad es uno de los conceptos más importantes en las empresas modernas y más utilizado por la comunidad de negocios. La rentabilidad es lo que	Conocimientos	¿Tiene Ud. conocimiento acerca de la rentabilidad?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
			¿Ha recibido capacitación acerca de la rentabilidad?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
			¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años?	SI NO	Trabajador	Cuestionario

buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. Preve (2009)		¿Cree Ud. que la capacitación ayuda para el incremento de la rentabilidad de su empresa?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
		A su criterio es importante la rentabilidad en su empresa	SI NO	Trabajador	Cuestionario
		La rentabilidad que su empresa genera lo invierte en:	-CAPITAL DE TRABAJO -MEJORAMIENTO Y/O AMPLIACION DEL LOCAL -ACTIVOS FIJOS	Trabajador	Cuestionario
		¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación que ha recibido?	SI NO	Trabajador	Cuestionario
	Factores	Los factores de rentabilidad que influyen en su empresa son:	-INVERSIÓN -PRODUCTIVIDAD -CALIDAD DE PRODUCTO Y/O SERVICIO -DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS -PARTICIPACIÓN DE MERCADO	Trabajador	Cuestionario
		Para incrementar su rentabilidad usted evalúa:	Productividad Calidad de producto y/o servicio Participación de mercado Costo de operaciones	Trabajador	Cuestionario
		¿Usted pone en práctica los factores de la rentabilidad?	SI NO	Trabajador	Cuestionario

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Para el desarrollo de la presente investigación, se efectuó un trabajo visitando a las MYPES del sector comercio – rubro librerías de la ciudad de Piura obtenidos de la muestra con el objetivo de adquirir información sobre las mismas, luego mediante paquetes de análisis estadísticos se consolidó la información por ítems específicos.

3.6.1. Técnicas:

En la presente investigación se empleará la técnica de la encuesta.

3.6.2. Instrumentos:

Para recoger la información pertinente a la investigación, se ha utilizado el instrumento del cuestionario.

3.7. Plan de análisis:

En el desarrollo de la investigación se hará un análisis descriptivo-correlacional, se utilizará tablas de frecuencias múltiples y gráficos de frecuencia, seguidamente se hará un análisis correlacional utilizando el procesador de datos del programa Microsoft Excel.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Variable Capacitación

TABLA N° 01

¿Cree usted que los factores de capacitación son importantes para su MYPE comercial?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	17	85%
NO	3	15%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 02

¿Considera usted como empresario que la capacitación es una inversión?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	20	100%
NO	0	00%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 03

¿Recibió usted capacitación previa para la administración de su empresa?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	17	85%
NO	3	15%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 04

¿Cuántas veces al año recibe usted capacitación?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
1	11	55%
2	1	5%
3	0	00%
NINGUNA	8	40%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 05

¿Cree usted que la capacitación es importante para su negocio?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	20	100%
NO	0	00%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 06

¿Cree usted que la capacitación para el trabajo beneficia a usted como empresario?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	20	100%
NO	0	00%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 07

El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	17	85%
NO	3	15%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 08

¿Considera usted que la capacitación como empresario es relevante para su empresa?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	20	100%
NO	0	00%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 09

¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	20	100%
NO	0	00%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

4.1.2. Variable Rentabilidad

TABLA N° 10

¿Tiene Ud. conocimiento acerca de la rentabilidad?

ITEM	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	8	40%
NO	12	60%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 11

¿Ha recibido capacitación acerca de la rentabilidad?

ITEM	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	4	20%
NO	16	80%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 12

¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años?

ITEM	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	14	70%
NO	6	30%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 13

¿Cree Ud. que la capacitación ayuda para el incremento de la rentabilidad de su empresa?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	17	85%
NO	3	15%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 14

A su criterio son importantes los tipos de rentabilidad en su empresa

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	16	80%
NO	4	20%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 15

La rentabilidad que su empresa genera lo invierte en:

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
2. CAPITAL DE TRABAJO	3	15
3. MEJORAMIENTO Y/O AMPLIACION DEL LOCAL	17	85%
4. ACTIVOS FIJOS	0	00%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 16

¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación que ha recibido?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	4	20%
NO	16	80%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 17

Los factores de rentabilidad que influyen en su empresa son:

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
Inversión	3	15%
Productividad	2	10%
Calidad de producto y/o servicio	13	65%
Desarrollo de nuevos productos	0	00%
Participación de mercado	2	10%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 18

Para incrementar su rentabilidad usted evalúa:

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
Productividad	3	15%
Calidad de producto y/o servicio	11	55%
Participación de mercado	6	30%
Costo de operaciones	0	00%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

TABLA N° 19
¿Usted pone en práctica los factores de la rentabilidad?

CATEGORÍA	N° DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	9	45%
NO	11	55%
TOTAL	20	100%

Fuente: Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

4.2 Análisis de Resultados

- En la tabla N° 01 se observa que el 85% de los encuestados sí creen que los factores de capacitación son importantes para su MYPE comercial, mientras que el 15% de los encuestados no creen que los factores de capacitación sean importantes para su MYPE comercial.
- En la tabla N° 02 se observa que el 100% de los encuestados considera como empresario que la capacitación es una inversión.
- En la tabla N° 03 se observa que el 85% de los encuestados sí recibió capacitación previa para la administración de su empresa o MYPE y el 15% de los encuestados no recibió capacitación previa para la administración de su empresa o MYPE.
- En la tabla N° 04 se observa que el 55% de los encuestados recibieron una capacitación al año, el 5% de los encuestados recibió dos capacitaciones al año, el 0% de los encuestados recibió 3 capacitaciones al año y el 60% de los encuestados no recibió ninguna capacitación al año.
- En la tabla N° 05 se observa que el 100% de los encuestados sí cree la capacitación es importantes para su negocio.
- En la tabla N° 06 se observa que el 100% de los encuestados cree que la capacitación para el trabajo beneficia a los empresarios.

- En la tabla N° 07 se observa que el 85% de los encuestados han recibido capacitaciones y el 15% de los encuestados no han recibido capacitaciones
- En la tabla N° 08 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que el 100% de los encuestados nos muestran que la capacitación para los empresarios es relevante.
- En la tabla N° 09 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que el 100% de los encuestados considera que la capacitación mejora la rentabilidad de sus empresas.
- En la tabla N° 10 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que los encuestados respondieron, el 40%(8 personas) tienen conocimiento, 60%(12 personas) no tienen conocimiento de la rentabilidad en las MYPES.
- En la tabla N° 11 se observa que el 20% (4 personas) de los encuestados sí han recibido capacitación acerca de la rentabilidad en las MYPES y el otro 80% (16 personas) de los encuestados no han recibido capacitación acerca de la rentabilidad en las MYPES del sector comercio rubro librerías de la ciudad de Piura.
- En la tabla N° 12 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que el 70% (14 personas) de los encuestados cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años, mientras el 30%(6 personas) de los encuestados no cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años.
- En la tabla N° 13 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que el 85%(17 personas) nos muestran que la capacitación sí ayuda para el incremento de la rentabilidad de sus empresas o MYPES y el 15%(3 personas) nos muestra que la capacitación no ayuda para el incremento de la rentabilidad de sus empresas o MYPES comerciales.
- En la tabla N° 14 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que el 80% (16 personas) según su criterio sí considera que los tipos de rentabilidad son importantes en su empresa o MYPE y el 20% (4 personas) no considera que los tipos de rentabilidad son importantes en su empresa o MYPE.

- En la tabla N° 15 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que el 15% (3 personas) de los encuestados invierte lo que genera su rentabilidad en capital humano, el 85% (17 personas) de los encuestados invierte lo que genera su rentabilidad en mejoramiento y/o ampliación del local y el 00% de los encuestados invierte lo que genera su rentabilidad en activos fijos.

- En la tabla N° 16 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que el 20% de los encuestados sí cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación que ha recibido y el 80% de los encuestados no cree que la rentabilidad de su empresa haya mejorado por la capacitación que ha recibido.

- En la tabla N° 17 según los resultados obtenidos de la encuesta realizada se observa que el 15% de los encuestados considera que la inversión es un factor de la rentabilidad que influye en su empresa, el 10% de los encuestados considera que la productividad es un factor de la rentabilidad que influye en su empresa, el 65% de los encuestados considera que la calidad de productos y/o de servicios es un factor de la rentabilidad que influye en su empresa, el 10% de los encuestados considera que el desarrollo de nuevos productos es un factor de la rentabilidad que influyen en su empresa y el 0% de encuestados considera que la participación de mercado es un factor de la rentabilidad que influyen en su empresa.

- En la tabla N° 18 se observa que el 15% de los encuestados ha incrementado su rentabilidad evaluando la productividad, el 55% de los encuestados ha incrementado su rentabilidad evaluando calidad de Productos y/o servicios, el 30% de los encuestados ha incrementado su rentabilidad evaluando la participación del mercado y el 0% de los encuestados ha incrementado su rentabilidad evaluando los costos de operaciones.

- En la tabla N° 19 se observa que el 45% de los encuestados sí pone en práctica los factores de la rentabilidad en la MYPE y el 55% de los encuestados no pone en práctica los factores de rentabilidad en la MYPE.

V. CONCLUSIONES

Los beneficios de la capacitación en las MYPE comerciales rubro librerías de la ciudad de Piura son para las organizaciones porque mejora el clima laboral y por ende la imagen de la empresa, y para los individuos porque mejora el desempeño de los empleados y hace que se desarrollen habilidades en beneficio de la empresa. Según el estudio realizado es mayormente para los trabajadores, pues la mayoría de los encuestados lo indican, ya que los empresarios están dispuestos a implementar capacitación en su personal, pues se han dado cuenta que con la competencia existente es necesario que su personal se encuentre apto para afrontar estos riesgos convertidos en oportunidades o amenazas.

La importancia de la capacitación en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, es porque logra que exista un mejoramiento y crecimiento de las aptitudes de los individuos y de los grupos que forman parte de la empresa. Radica en ayudar a la organización según lo demuestran la mayoría de los encuestados, ya que los empleadores no cuentan con el conocimiento con respecto a la importancia de la capacitación, pero se espera que la juventud apueste por ello y empiecen a brindar seminarios o capacitaciones para colaboradores.

Los tipos de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura son económica y financiera. Según la mayoría de los encuestados consideran que la rentabilidad de su MYPE es la Económica, ya que como todo negocio necesitan generar ingresos que les permitan mantenerse y desarrollarse, es por ello que el obtener dicha rentabilidad les permitiría ser competitivos en el mercado que participan.

Los factores de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura son intensidad de la inversión, productividad, participación de mercado, desarrollo de nuevos

productos o diferenciación de los competidores, calidad de producto/servicio, tasa de crecimiento del mercado, integración vertical y costos operativos. Según la mayoría de los encuestados el factor que es más relevante en sus negocios es la Calidad de producto y/o servicio, ya que la población estudiada considera que eso es la carta de presentación en sus MYPE

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Acceso a crédito y brecha de ingreso: Evidencia empírica del caso ecuatoriano. [Monografía en Internet]. Lima: 2008/04 [citada 2010 Mar 28]. Disponible desde:

<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/acceso-credito-brecha-ingreso/acceso-credito-brecha-ingreso.pdf>

Alarcón A. Teoría sobre la estructura financiera. [Citada 2008 Set 1]. Disponible desde:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2007/aaa-finhot.htm>.

Alburja, Janampa, Odar y Osorio, - “Sistema Nacional de Capacitación para la MYPE Peruana” realizado en la Univ. ESAN – Lima (2008)

Alvarado Javier y Federico Ugaz. “Retos del financiamiento rural: construcción de instituciones y crédito informal, (Lima, mayo, 1998.), [Citada 2008 Abr. 5]. Disponible

desde: <http://www.grade.org.pe/download/docs/GRADE%20Informe%20Final%20Cepal.p>

Aguilar. “el financiamiento de las micro y pequeñas empresas. (Monografías de Internet). Puno. Nacional; 2004”. [Citada 2006 oct. 8]. [Alrededor de 10 pantallas. Disponible

desde: <http://legacy.netlibrary.com/>

Canessa Fliess “La capacitación laboral en Chile y su oportunidad de desarrollo a través del e-learning” (2008)

Cárdenas P. LA SEMANA ECONOMICA, Financiamiento de las Pymes: un compromiso de todos. Febrero 2005 [citada 2010 Abril 14]. Disponible desde:

http://www.asobancaria.com/upload/docs/docPub2462_2.pdf

Chacaltana J. Capacitación laboral proporcionada por las empresas: El caso peruano. 2005. [citada 2010 Set 5]. Disponible desde: <http://www.consortio.org/CIES/html/pdfs/pm0324.pdf>.

Chanduvi (2010) “Plan de Capacitación para los órganos de dirección, apoyo y línea de gobierno regional Piura: análisis y propuesta 2012” – Piura.

Edgardo Frigo ¿Qué es la capacitación, y qué gana una organización al capacitar a su personal? [Citada 2010 Febr. 4]. Disponible desde: <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>

EDYFICAR. Entidad Financiera Especializada en Micro finanzas, Memoria Anual 2004. [Citada 2010 Mar28]. <http://www.grade.org.pe/download/docs/GRADE%20Informe%20Final%20Cepal.pdf>

Ferruz L. La rentabilidad y el riesgo. España: 2000. [Citada 2008 Jul 18]. Disponible desde: <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/fin010/000F2.HTM>.

Financiamiento a corto plazo. [Citada 2010 Abr 5]. Disponible desde: http://www.trabajo.com.mx/financiamientos_a_corto_plazo.htm.

Hernández. Fortalecimiento de las MYPE para la Competitividad. San Martín. (Monografías de Internet). San Martín: editorial edígrabe; 2002. [Citada 2004 oct. 10]. Alrededor de 15 pantallas]. Disponible desde: <http://legacy.netlibrary.com/>.

Herrera Suárez y Soto. Fuentes de financiamiento en época de crisis - Observatorio de la Economía Latinoamericana. [Citada 2010 Ene 12]. Disponible desde: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2006/ghs.htm>

Jaramillo Garza (2008), “Propuesta de un modelo de rentabilidad financiera para las pymes exportadoras en Monterrey, Nuevo León, México”, realizado en la Universidad Autónoma de Tamaulipas

Medina Hernández (2008) “Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPE de Huancavelica” realizado en la Univ. De Huancavelica

Mendivil J. Análisis y propuestas para la formalización de Los micros y pequeñas empresas. [Citada 2008 Ene 12]. Disponible desde: <http://www.monografias.com/trabajos41/formalizacion-pymes/formalizacion-pymes2.shtml>

Pérez L. y Campillo F. Financiamiento. [Citada 2008 Mar 13]. Disponible desde: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/financiamiento/financiamiento.htm>

Ponjuán G. Introducción de las técnicas gerenciales en la práctica de las organizaciones de información [citada 2010 abril 14]. S/F Disponible desde: <http://www.congreso.info.cu/Userfiles/File/Info/Info97/Ponencias/187.pdf><http://www.congreso.info.cu/Userfiles/File/Info/Info97/Ponencias/187.pdf>

Saavedra, V. (2006), "Estudio de pre inversión de infraestructura vial urbana incorporando el análisis del riesgo y la determinación de su rentabilidad social y económica en la ciudad de El Alto, Talara

Sánchez Ballesta, Juan Pedro (2002): "Análisis de Rentabilidad de la empresa", [citada 2010 Abr 7] 5campus.com, Análisis contable Disponible desde: <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>

Sánchez J. Análisis de la rentabilidad de la empresa. 2002. [citada 2008 Jul 18]. Disponible desde: <http://www.google.com.pe/search?hl=es&q=teorias+de+la+rentabilidad+economica&start=0&sa=N>

Yacsahuache M. Análisis del financiamiento de las pequeñas y microempresas (1997-2004). [Citada 2008 Set 20]. Disponible desde: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/finpyme.htm>

Zambrano S. Realmente el gobierno apoya a las MYPE. [Citada 2008 Set 1]. Disponible desde: <http://www.monografias.com/trabajos58/formacion-MYPE/formacion-MYPE.shtml>

ANEXOS

DIAGRAMA DE GANTT

Fechas	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15
	10/05/2013 17/05/2013	17/05/2013 4/05/2013	24/05/2013 31/05/2013	31/05/2013 07/06/2013	07/06/2013 14/06/2013	14/06/2013 21/06/2013	21/06/2013 28/06/2013	28/06/2013 05/07/2013	05/07/2013 12/07/2013	12/07/2013 19/07/2013	19/07/2013 26/07/2013	26/07/2013 02/08/2013	02/08/2013 09/08/2013	09/08/2013 16/08/2013	16/08/2013 23/08/2013
Listado de tarea															
Socialización del SPA y Línea de investigación de la carrera profesional	X														
Revisión del Proyecto de investigación de fin de carrera		X													
Proyecto del Trabajo de Investigación de fin de carrera			X												
Resultados del Informe Final de fin de carrera				X											
Recolección de Datos				X	X	X									
Tutoría de Recolección de Datos						X									
Tabulación de Datos							X								
Tutoría de Tabulación de Datos								X							
Análisis de Resultados									X						
Tutoría del Análisis de Resultados										X					
Discusión de los Resultados											X				
Tutoría Discusión de los Resultados												X			
Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones													X		
Informe de trabajo de campo del proyecto de fin de carrera														X	
Sustentación												X	X	X	X

6.8. Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	TECNICA	INSTRUMENTO	
Capacitación y rentabilidad de las MYPE comerciales – rubro librerías de la ciudad de Piura, periodo 2012.	P. GENERAL ¿Qué características tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012?	Determinar las características que tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012.	Según Hernández Sampieri (2013) cuando una investigación es Descriptivo no lleva Hipótesis.	Vi=v1 Capacitación:	Capacitación La capacitación eficiente y afectiva ha sido reconocida como un factor clave para asegurar que aquellas empresas con potencial de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas. Pérez, Campillo (2000).	Operacionalmente la capacitación se ha definido de la siguiente manera: Solicitud de información, revisión de expedientes, cruce de información con centrales de riesgos, aprobación de la información adquirida, atención a la capacitación	CAPACITACIÓN - Horas de capacitación por colaborador. - Gasto de capacitación por colaborador. - % en horas	En la presente investigación se empleará la técnica de la encuesta.	Para recoger la información pertinente a la investigación, se ha utilizado el instrumento del cuestionario.	
		- Determinar los beneficios de la capacitación en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012.	TIPO DE INVESTIGACIÓN - Cuantitativa	Vd.=v2 Rentabilidad						
		-Determinar la importancia de la capacitación en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN - Descriptivo -			Rentabilidad La rentabilidad es uno de los conceptos más importantes en las empresas modernas y más utilizado por la comunidad de negocios. La rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. Preve (2009)	Operacionalmente la rentabilidad se ha definido de la siguiente manera: Baja rentabilidad: 0.1 a 10% Mediana rentabilidad: 10.1 a 30% Alta rentabilidad: 30.1% a más			RENTABILIDAD - Rentabilidad del patrimonio - Margen operacional de utilidad - Gastos de administración y - ventas a ventas - Margen bruto de utilidad - Margen neto de Utilidad
		-Determinar los tipos de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012.								
		-Determinar los factores de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro de librerías de la ciudad de Piura, 2012.								



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ENCUESTA PARA PROYECTO DE TESIS

Forma jurídica:

Dirección:

Teléfono:

Fax:

Web:

Cargo que ocupa:

Edad:

Actividad principal:

Industria Comercio Servicios Construcción

Señor trabajador, solicitamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar la Capacitación y Rentabilidad de las MYPES comerciales – rubro Librerías de Piura 2012

Lea comprensivamente y conteste a las preguntas marcando con X en una sola alternativa.

Capacitación:

1.- ¿Cree usted que los factores de capacitación son importantes para su MYPE comercial?

Si

No

2.- ¿Considera usted como empresario que la capacitación es una inversión?

Si

No

3.- ¿Recibió usted capacitación previa para la administración de su empresa?

Si

No

4.- ¿Cuántas veces al año recibe usted capacitación?

1

2

3

Ninguna

5.- ¿Cree usted que la capacitación es importantes para su negocio?

Si

No

6.- ¿Cree usted que la capacitación para el trabajo beneficia a usted como empresario?

Si

No

7. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?
¿Cuántos?

Si

No

8. ¿Considera usted que la capacitación como empresario es relevante para su empresa?

Si

No

9. ¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?

Si

No

Rentabilidad

1.- ¿Tiene Ud. conocimiento acerca de la rentabilidad?

Si

No

2.- ¿Ha recibido capacitación acerca de la rentabilidad?

Si

No

3. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años?

Si

No

4. ¿Cree Ud. que la capacitación ayudan para el incremento de la rentabilidad de su empresa?

Si

No

5. A su criterio es importante la rentabilidad en su empresa

Si

No

6. La rentabilidad que su empresa genera lo invierte en:

a) Capital de trabajo b) Mejoramiento y/o ampliación del local c) Activos fijos

7. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación que ha recibido?

Si

No

8. Los factores de rentabilidad que influyen en su empresa son:

a) Inversión b) Productividad c) Calidad de producto y/o servicio

d) Desarrollo de nuevos productos e) Participación de mercado

9. Para incrementar su rentabilidad usted evalúa:

a) Productividad b) Calidad de producto y/o servicio c) Participación de mercado

d) Costo de operaciones

10. ¿Usted pone en práctica los factores de la rentabilidad?

Si

No

Gracias por su atención

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

Tesis: Capacitación Y Rentabilidad de las MYPE comerciales – rubro librería de la Ciudad de Piura, periodo 2012

CONSULTA A EXPERTOS

Determina la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes:

Pregunta	
NIVEL	PUNTAJE
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudios	2
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudios	1
No pertenece a la dimensión de estudios	0

PREGUNTAS DE CAPACITACIÓN	PUNTAJES			
	3	2	1	0
1.- ¿Cree usted que los factores de capacitación son importantes para su MYPE comercial?	X			
2.- ¿Considera usted como empresario que la capacitación es una inversión?	X			
3.- ¿Recibió usted capacitación previa para la administración de su empresa?	X			
4.- ¿Cuántas veces al año recibe usted capacitación?	X			
5.- ¿Cree usted que la capacitación es importantes para su negocio? 5.- ¿Cree usted que la capacitación es importantes para su negocio?	X			
6.- ¿Cree usted que la capacitación para el trabajo beneficia a usted como empresario?	X			
7. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? ¿Cuántos?	X			
8. ¿Considera usted que la capacitación como empresario es relevante para su empresa?	X			
9. ¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?	X			


 Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
 CLAP 172 - I

PREGUNTAS DE RENTABILIDAD	PUNTAJES			
	3	2	1	0
1.- ¿Tiene Ud. conocimiento acerca de la rentabilidad?	X			
2.- ¿Ha recibido capacitación acerca de la rentabilidad?	X			
3. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años?	X			
4. ¿Cree Ud. que la capacitación ayudan para el incremento de la rentabilidad de su empresa?	X			
5. A su criterio es importante la rentabilidad en su empresa	X			
6. La rentabilidad que su empresa genera lo invierte en:	X			
7. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación que ha recibido?	X			
8. Los factores de rentabilidad que influyen en su empresa son:	X			
9. Para incrementar su rentabilidad usted evalúa:	X			
10. ¿Usted pone en práctica los factores de la rentabilidad?	X			

VALIDADO POR:



 Lic. Adm. Manuel G. Meino Hinostroza
 CLAP 172 - I



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

Tesis: Capacitación Y Rentabilidad de las MYPE comerciales – rubro librería de la Ciudad de Piura, periodo 2012

CONSULTA A EXPERTOS

Determina la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes:

Pregunta	
NIVEL	PUNTAJE
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudios	2
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudios	1
No pertenece a la dimensión de estudios	0

PREGUNTAS DE CAPACITACIÓN	PUNTAJES			
	3	2	1	0
1.- ¿Cree usted que los factores de capacitación son importantes para su MYPE comercial?	3			
2.- ¿Considera usted como empresario que la capacitación es una inversión?	3			
3.- ¿Recibió usted capacitación previa para la administración de su empresa?	3			
4.- ¿Cuántas veces al año recibe usted capacitación?	3			
5.- ¿Cree usted que la capacitación es importantes para su negocio? 5.- ¿Cree usted que la capacitación es importantes para su negocio?	3			
6.- ¿Cree usted que la capacitación para el trabajo beneficia a usted como empresario?	3			
7. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? ¿Cuántos?	3			
8. ¿Considera usted que la capacitación como empresario es relevante para su empresa?	3			
9. ¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?	3			

PREGUNTAS DE RENTABILIDAD	PUNTAJES			
	3	2	1	0
1.- ¿Tiene Ud. conocimiento acerca de la rentabilidad?	✓			
2.- ¿Ha recibido capacitación acerca de la rentabilidad?	✓			
3. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años?	✓			
4. ¿Cree Ud. que la capacitación ayudan para el incremento de la rentabilidad de su empresa?	✓			
5. A su criterio es importante la rentabilidad en su empresa	✓			
6. La rentabilidad que su empresa genera lo invierte en:	✓			
7. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación que ha recibido?	✓			
8. Los factores de rentabilidad que influyen en su empresa son:	✓			
9. Para incrementar su rentabilidad usted evalúa:	✓			
10. ¿Usted pone en práctica los factores de la rentabilidad?	✓			

VALIDADO POR:


 Lic. Adm. Carlos M. Girócento Vega
 CLAD, 0888



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

Tesis: Capacitación Y Rentabilidad de las MYPE comerciales – rubro librería de la Ciudad de Piura, periodo 2012

CONSULTA A EXPERTOS

Determina la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes:

Pregunta	
NIVEL	PUNTAJE
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudios	2
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudios	1
No pertenece a la dimensión de estudios	0

PREGUNTAS DE CAPACITACIÓN	PUNTAJES			
	3	2	1	0
1.- ¿Cree usted que los factores de capacitación son importantes para su MYPE comercial?	X			
2.- ¿Considera usted como empresario que la capacitación es una inversión?	X			
3.- ¿Recibió usted capacitación previa para la administración de su empresa?	X			
4.- ¿Cuántas veces al año recibe usted capacitación?	X			
5.- ¿Cree usted que la capacitación es importantes para su negocio? 5.- ¿Cree usted que la capacitación es importantes para su negocio?	X			
6.- ¿Cree usted que la capacitación para el trabajo beneficia a usted como empresario?	X			
7. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? ¿Cuántos?	X			
8. ¿Considera usted que la capacitación como empresario es relevante para su empresa?	X			
9. ¿Considera usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?	X			

PREGUNTAS DE RENTABILIDAD	PUNTAJES			
	3	2	1	0
1.- ¿Tiene Ud. conocimiento acerca de la rentabilidad?	X			
2.- ¿Ha recibido capacitación acerca de la rentabilidad?	X			
3. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años?	X			
4. ¿Cree Ud. que la capacitación ayudan para el incremento de la rentabilidad de su empresa?	X			
5. A su criterio es importante la rentabilidad en su empresa	X			
6. La rentabilidad que su empresa genera lo invierte en:	X			
7. ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación que ha recibido?	X			
8. Los factores de rentabilidad que influyen en su empresa son:	X			
9. Para incrementar su rentabilidad usted evalúa:	X			
10. ¿Usted pone en práctica los factores de la rentabilidad?	X			

VALIDADO POR:

.....


 Lic. IVAN GOZMAN CASTRO
 C.A.B. 05107