



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 VENTA MINORISTA DE
ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL MERCADO MIRAMAR
BAJO, CIUDAD DE CHIMBOTE, 2014”

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

AUTORA:

Bach. GIRALDO HERRERA CRISTINA PAOLA

ASESOR:

Dr. REINERO ZACARIAS CENTURION MEDINA

CHIMBOTE – PERU

2017

JURADO EVALUADOR

Dr. SANTOS FELIPE LLENQUE TUME

PRESIDENTE

Mgtr. MIGUEL ANGEL LIMO VASQUEZ

MIEMBRO

Mgtr. HECTOR ASCENCION RIVERA PRIETO

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A Dios padre Todopoderoso, por su inmenso amor, por guiar cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, e hijo por su apoyo, confianza y amor. Gracias por ayudarme a cumplir con mis objetivos como persona y estudiante.

A mi asesor, Dr. Reineiro Centurión Medina, quien con sus enseñanzas y conocimientos supo guiar el desarrollo de la presente tesis desde el inicio hasta su culminación y a mis profesores, por su apoyo y dedicación de tiempo y por haber compartido conmigo sus conocimientos.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Para mi Hijo Steven que es mi motor para seguir adelante y luchar día a día, ya que él es mi ángel que siempre estará conmigo.

Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

RESUMEN

La presente Investigación tuvo por objetivo general determinar las principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014. La investigación fue descriptiva, de diseño no experimental - transversal, se utilizó una población muestral de 7 Micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 57.1% de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen edad de 51 a más, el 57.1% son de género masculino, el 71.4% tienen un grado de instrucción de educación básica, el 100% tienen el cargo de dueños, el 100% llevan 7 años en el cargo. El 100% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años en el rubro, el 71.4% se creó para generar ganancias. El 57.1% no conocen el término capacitación, el 57.1% ha recibido ningún tipo de capacitación, el 57.1% si se han capacitado en los últimos años, el 57.1% recibieron el tipo de capacitación es atención al cliente, el 57.1% consideran que la capacitación es una inversión, el 57.1% consideran que la capacitación si eleva la eficiencia, el 57.1% si creen que la capacitación permiten el desarrollo de su empresa. Se concluye que: La mayoría de las micro y pequeñas empresas en estudio, si aplican capacitación, porque consideran que es una inversión.

Palabras Claves: Representante, Micro y pequeñas empresas, Capacitación

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the main characteristics of training in micro and small businesses in the retail sector, food retailing and beverages market Miramar low, city of Chimbote, 2014. The research was descriptive, not designed experimental - transversal, a sample population of 7 Micro and small companies was used to which a structured questionnaire of 17 questions was applied through the survey technique obtaining the following results: 57.1% of the Representatives of Micro and Small companies are 51 or older, 57.1% are male, 71.4% have a basic education instruction degree, 100% have the position of owners, 100% have been in the position for 7 years. 100% of Micro and small companies have 7 to more years in the category, 71.4% was created to generate profits. 57.1% do not know the term training, 57.1% have received any type of training, 57.1% if they have been trained in recent years, 57.1% received the type of training is customer service, 57.1% consider that the Training is an investment, 57.1% consider that training if it increases efficiency, 57.1% if they believe that training allows the development of their company. It is concluded that: Most of the micro and small companies under study, if they apply training, because they consider it an investment.

Keywords: Representative, Micro and small companies, Training

CONTENIDO

1. Título de la tesis	
2. Hoja de firma del jurado y asesor	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iii
4. Resumen y Abstract	v
5. Contenido	vii
6. Índice de Tablas y Figuras	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	7
III. Hipótesis	29
III. Metodología	30
4.1 Diseño de la investigación	30
4.2 Población y muestra	30
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	31
4.4 Técnicas e instrumentos	33
4.5 Plan de análisis	34
4.6 Matriz de consistencia	34
4.7 Principios éticos	37
V Resultados	39
5.1 Resultados	39
5.2 Análisis de resultados.....	42
VI. Conclusiones y recomendaciones	48
Referencias bibliográficas	50
Anexos	52

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

	Pág.
Tabla N° 01: Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.....	39
Tabla N° 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.....	40
Tabla N° 03: Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.....	41
Anexos	
Figura N° 1 : Edad.....	58
Figura N° 2 : Genero	58
Figura N° 3 : Grado de instrucción.....	59
Figura N° 4 : Carg	59
Figura N° 5 : Tiempo en el Carg	60
Figura N° 6 : Años en el rubro	60
Figura N° 7 : N° de trabajadores en la empresa.....	61
Figura N° 8 : Personas que trabajan en la empresa	61
Figura N° 9 : Finaldiad de la empresa.....	62
Figura N° 10 : Conoce el término capacitación	62
Figura N° 11 : Recibió capacitación antes de crear su MYPE.....	63
Figura N° 12 : Se capacito en los últimos años.....	63
Figura N° 13 : Cuantas veces se ha capacitado.....	64
Figura N° 14 : Tipo de capacitación recibida.....	64
Figura N° 15 : ¿Cómo considera a la capacitación?.....	65
Figura N° 16 : La capacitación eleva su eficiencia	65
Figura N° 17 : La capacitación permite el desarrollo de su empresa.....	66

I. INTRODUCCIÓN

La micro y pequeña empresa actualmente representa una parte importante de la fuerza laboral en muchos países y constituye en sí misma al centro de la actividad económica, ya que son la principal fuente generadora de oferta laboral a pesar de las limitaciones que enfrentan para su crecimiento y desarrollo, pero a pesar de ello estas tienen limitaciones que impiden su crecimiento, una de ellas que los microempresarios, no capacitan a su personal, porque consideran que es un gasto innecesario, y que la productividad solo se alcanza con la experiencia del trabajador, pero este problema se da en todas partes del mundo.

Por otra parte en Europa enfrenta actualmente el desafío de ofrecer ya no opciones de progreso, sino simplemente de supervivencia a una población económicamente activa creciente. De ahí la importancia de crear un marco que estimule el crecimiento y desarrollo de esas empresas, sirviéndonos del comercio exterior. Otro grupo de dificultades tienen que ver con capacitación, así como con la calidad de los productos y servicios; con la disponibilidad de tecnología adecuada a precios convenientes; con la falta de utilización de técnicas de mercadeo o publicidad y la baja escolaridad de quienes las dirigen. Aunado a otros retos, el de calidad y capacitación definen una limitación de oferta exportable que les es común a estas unidades productivas. La carencia de perfiles técnicos y profesionales adecuados en su mano de obra, es otro obstáculo común. **(Solleiro, 2009)**

Europa pasa por un conflicto enorme o desmoralidad ya que la población no piensa en ofrecer opciones de progreso, sino simplemente de supervivencia por la economía que es muy elevada en aquel País. En Perú gracias a la diversidad de productos si podemos decir que hay desarrollo económico puesto que las grandes empresas invierten en mercados peruanos, pero quizás la falta de capacitación o la limitación de capacitación para los colaboradores hacen que los productos no lleguen a su destino a tiempo. Pero no podemos dejar de lado que gracias al programa del estado muchos jóvenes se han visto beneficiados para obtener estudios universitarios que

permite seguir desarrollándonos como capital humano y ser líderes en el mercado.

Del mismo modo en México el problema es la falta de capacitación a sus empleados de las Micro y Pequeñas empresas, ya que ha hecho que la empresa entre en una crisis bastante perjudicaría para los dueños. Asimismo es obstante la importancia de formar empleados productivos, el 51% de las empresas piensa eliminar costos fijos prescindibles, incluyendo la capacitación, para sobrellevar la turbulencia financiera, según un estudio de Deloitte a 125 ejecutivos de Pymes y grandes empresas. Al capacitar no debe ignorarse al conjunto de la plantilla laboral, vale la pena crear un programa especial para elementos clave, pero toda la organización debe estar involucrada. A decir de Avellaneda hay que hacer hincapié en poner a un empleado en los zapatos del otro, para que se involucre en todo el desarrollo. "Limitarse sólo a su área es una forma de organización responde a lo que era la empresa hace tiempo, cuando el puesto era eterno", asegura. Asimismo como se sabe El mercado de servicios y productos relacionados con la capacitación ya está consolidado en México. Algunas empresas y profesionales están aplicando las últimas tendencias del mercado mundial, mientras que otros se mantienen más cautelosos y prefieren lo conocido y probado en nuestro ambiente. Sin embargo, no podemos ignorar el hecho de que también existen organizaciones donde la capacitación no existe, o se realiza sólo en función de modas y no de necesidades específicas. **(Moreno, 2009)**

En México el problema es la falta de capacitación a sus empleados de las Micro y Pequeñas empresas, ya que ha hecho que la empresa entre en una crisis bastante perjudicaría para los dueños. Sin embargo Perú se diferencia, porque según el sondeo realizado el 76% de las empresas capacitan a sus empleados de manera externa, y un 15% a través de programas, asimismo podemos que las organización capacitan a sus empleados cada seis meses o una vez al año, por tanto podemos decir la capacitación es de vital importancia para la empresa, ya que contribuye al desarrollo personal como

tanto profesional asimismo porque brinda grandes beneficios para la empresa.

Por otro lugar en Latinoamérica, las Micro y pequeñas empresas representan alrededor de 95% de todas las empresas. Sin embargo, su aporte es inferior al de las grandes y medianas, esto se asocia a que existen los problemas internos como: conflictos familiares, el tipo de mando, la demasiada centralización, la falta de planeación y control, la ineficiencia de sus operaciones normales, la falta de incorporación de nuevas tecnologías, la falta de preparación del personal, y la fuerte competencia en un mundo ya globalizado amenazan seriamente su sana supervivencia y obstaculizan su desempeño normal. **(Jaramillo, 2011)**

Latinoamérica nos dice que las Empresa pasan por conflictos laborales y intervienen con los conflictos familiares, esto quiere que mezclan lo profesional con lo familiar y por ende perjudica a la empresa. Sin embargo en Perú, podemos decir que los conflictos familiares son uno de los principales problemas que existe, ya que cada por eso cada empresa familiar fracasan por no saber seleccionar al personal indicado, ya que no hacen una planificación exacta para obtener al personal altamente capacitado y así evitar el bajo rendimiento y ineficiencia en la empresa.

Las micro y pequeñas empresas de Chile, no están ajeno al fracaso, ya que a través de los nuevos negocios, surge un crecimiento económico con un rol protagónico de los procesos innovadores y la generación de nuevos empleos. Las MYPES por ejemplo, generan de 3 a 5 empleos cada una. Sin embargo, muchos de los nuevos emprendimientos fracasan. Es necesario considerar el diseño e implementación de los programas, desarrollando diferentes estrategias cuyo diseño sea un modelo de capacitación funcional que sirva para aumentar las capacidades, desarrollar competencias y las habilidades de los emprendedores que iniciarán su emprendimiento. Una vez capacitados y considerando, además, las características personales, la formación para el trabajo y la capacidad de gestión de estos empresarios. **López, (2014)**

Chile, no están ajeno al fracaso, ya que al no aplicar las estrategias adecuadas, aumentara las habilidad de la competencia mas no las habilidades de ellos , esto sucede por no saber implementar adecuadamente las estrategias. En Perú un 30% de los empresarios aplican cuatro factores que influyen de una manera extraordinario en el desempeño de los empresarios de las microempresas: en la cuales encontramos el desarrollo, la motivación por el crecimiento, las habilidades gerenciales para lograr dicho crecimiento, y también el acceso a los recursos y la demanda de mercado, por tanto estas empresas antes de lanzarse al mercado aplican varias estrategias para evitar el fracaso en un futuro.

En el Perú, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estos estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Es por ello que dentro de los factores administrativos que limitan el crecimiento de las MYPES, los temas identificados más importantes tienen relación con la gestión de recursos humanos, la administración propia de sus negocios y la falta de capacitación. Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas. **Mesones, (2009)**

Por tanto el estudio ha permitido identificar los siguientes factores que tienen influencia con el desarrollo de las MYPES en el Perú. Cabe señalar que Ancash también viene atravesando algunos problemas , debido al poco interés y empeño que le ponen los empresarios a la capacitación, y pasando de apercebido entre las principales noticias, cuando se debería dar a conocer sobre ellos, y donde el Estado debería tallar para apoyar a esos microempresarios a poder capacitarse, ya sea en el rubro venta minorista de alimentos y bebidas como en diferente rubro , por tanto esto pasa por un momento crítico y desfavorable, por culpa de los empresarios que no se atreven al cambio, ni mucho menos a invertir en la capacitación de su personal. Cabe señalar que por dejar un lado el Término Capacitación muchas

Empresas han quebrado. Como también en la Ciudad de Chimbote donde se desarrolló la investigación, la mayoría de micro y pequeñas empresas desconocen cómo crear e implementar un programa de capacitación del personal, por ende esto está que impide un mejor desempeño en sus actividades diarias, del mismo modo la productividad es baja, para solucionar este gran problema es necesario que los dueños busquen se informen sobre cómo deben implementar un programa de capacitación e identificar los temas que deben ser abordados para mejorar la rentabilidad de la empresa, por lo que se plantea el siguiente enunciado: **¿Cuáles son las principales características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, Mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote 2014?** Para dar respuesta a la pregunta de Investigación se plantea el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, Mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote 2014.

Para cumplir con el Objetivo General se planteó los siguientes Objetivos Específicos:

- Determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, Mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote 2014.
- Determinar las principales características en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, Mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote 2014.
- Determinar las principales características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, Mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote 2014.

El presente estudio de investigación se justifica porque permite conocer las principales características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas, Mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote 2014; es decir se podrán conocer

los aspecto más importantes de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la Capacitación.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación busca mediante la aplicación de diversas teorías y los conceptos de capacitación, dar a conocer la importancia de esta variable, pues gracias a esta información, podremos identificar los tipos y clases de capacitación que pueden ser útiles para investigaciones futuras o para quienes deseen conocer o identificar propuestas de desarrollo empresarial de micro y pequeñas empresas, y tomando en cuenta que este tema abrirá nuevos caminos para los empresarios.

Así mismo en la investigación aplico la metodología científica, ya que se emplearon fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, y se diseñó un cuestionario para el recojo de información, dicho instrumento de recojo de datos constituye una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Martínez, (2011). En su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro compra-venta de café del distrito del Cercado de la provincia de Satipo de la región Junín, periodo 2009- 2010”. Planteo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro compra-venta de café del distrito del Cercado de la provincia de Satipo de la región Junín, periodo 2009- 2010 y se Llegaron a los siguientes resultados: El 60% de los representantes su edad fluctúa entre los 45 – 64 años. El 70% manifestaron que son de sexo masculino. El 60% manifestaron que tienen grado de instrucción universitaria. El 30% manifestaron que tienen más de tres años en el rubro empresarial. El 90% manifestaron que poseen de dos a siete trabajadores dentro de su empresa. El 70% manifestaron que su personal no ha recibido algún tipo de capacitación. El 67% manifestaron que tuvieron más de tres cursos de capacitación. El 60% no precisaron el año que recibieron más capacitación. El 60% manifestaron que la capacitación si fue relevante para las empresas. El 30% no tuvieron ninguna capacitación. El 60% manifestaron que la capacitación si mejoró la rentabilidad. El 80% no recibieron capacitación previa para la administración del crédito financiero .El 50% manifestaron que tuvieron capacitación en manejo empresarial. *Concluye que:* La edad de los representantes fue de 45 – 64 años, son de sexo femenino y manifestaron tienen grado de instrucción universitario. Los empresarios no recibieron capacitación previa para la administración del crédito financiero, tuvieron capacitación en manejo empresarial y manifestaron que la capacitación si mejoro la competitividad de su empresa. Manifestaron que tienen más de tres años en el rubro empresarial, poseen de dos a siete trabajadores dentro de su empresa, su personal no ha recibido algún tipo de capacitación, manifestaron que tuvieron más de tres cursos de capacitación, no precisaron el año que recibió más capacitación, manifestó que la capacitación si es relevante para la empresa,

manifestaron que se capacitaron en otros temas no establecidos en el cuestionario y que la capacitación si mejora la rentabilidad.

Cifuentes, (2011) En su trabajo de Investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– rubro boticas, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010”. Planteo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– rubro boticas, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010 y se Llegaron a los siguientes resultados: El 70% sus edades fluctúan entre los 26 a 60 años. El 80% son del sexo femenino. El 90% tienen grado de instrucción superior no universitario completa. El 40% tiene dos años en el rubro. El 100% de los representantes legales encuestados dijeron que sus Mypes son formales. El 70% poseen dos trabajadores permanentes. El 75% manifestaron que poseen dos trabajadores eventuales dentro de su negocio. El 100% de los encuestados manifestaron que la formación de las Mypes fue para obtener ganancias. El 90% no recibieron capacitación al otorgamiento del crédito. El 30% no precisan. El 40 % se capacitaron en manejo empresarial. El 50% manifestaron que su personal si ha recibido capacitación. El 60% manifestaron que su personal tuvo dos cursos de capacitación. El 60% recibieron más capacitación en el año 2010. El 80% declararon que sí consideran que la capacitación es una inversión. El 90% declararon que sí consideran que la capacitación es relevante para sus empresas. El 70% se capacitaron en prestación de servicios al cliente. **Concluye que:** La edad de los representantes fluctúa entre los 26 a 60 años, son del sexo femenino y tienen grado de instrucción superior no universitario completa. Tienen dos años en el rubro, posee dos trabajadores permanentes, manifestó que posee dos trabajadores eventuales dentro de su negocio y los encuestados manifestaron que la formación de las Mypes para obtención de ganancias. No recibieron capacitación al otorgamiento del crédito, recibieron una capacitación, se capacito en manejo empresarial, manifestaron que su personal si ha recibido

capacitación, sí considera que la capacitación es una inversión y sí considera que la capacitación es relevante para sus empresas.

Ramírez, (2011) En su trabajo de Investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación de las Micros y pequeñas empresas sector comercio rubro mueblería del distrito de Manantay-periodo 2009 – 2010”. Planteo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación de las Micros y pequeñas empresas sector comercio rubro mueblería del distrito de Manantay-periodo 2009 – 2010 y se Llegaron a los siguientes resultados: El 50% sus edades fluctúan entre los 18 a 29 años. El 60% son del sexo femenino, El 50% tienen grado de instrucción superior universitario. El 70% no recibió capacitación previa para la administración del microcrédito financiero. El 70% participó en otros cursos de capacitación. El 70% no precisó el tema de su capacitación. El 50% se dedica hace 1 año se dedica a la actividad empresarial. El 80% poseen entre 2 y siete, El 60% su personal no ha recibido algún tipo de capacitación. El 66.70% manifestaron que recibieron 2 cursos de capacitación. El 70% no opina en que año recibió más capacitación. El 70% manifestó que la capacitación si es relevante para la empresa. **Concluye que:** La edad del representante fluctúan entre los 18 a 29 años, son del sexo femenino y tienen grado de instrucción superior universitario. No recibió capacitación previa para la administración del microcrédito financiero y participó en otros cursos de capacitación el marketing empresarial, y en manejo empresarial. Hace 1 año se dedica a la actividad empresarial, y poseen entre 2 y siete trabajadores y tienen entre 8 y 15 trabajadores, su personal no ha recibido algún tipo de capacitación y si recibió capacitación, manifestaron que recibieron 2 cursos de capacitación, también manifestó que la capacitación si es relevante para la empresa y los encuestados manifestaron que capacitación si mejoró la rentabilidad de su empresa.

Pinedo, (2011) En su trabajo de Investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería - provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010”. Planteo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento, la capacitación, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería - provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010 y se Llegaron a los siguientes resultados: El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, no precisa su edad. El 88% son del sexo masculino. El 50% tienen grado de instrucción secundaria completa, El 50% son solteros. El 100% de los representantes legales encuestados son zapateros. El 100% de los representantes legales encuestados, tienen más de tres años en el rubro empresarial. El 62% manifestaron que sus Mypes son informales. El 100% de los encuestados no poseen ningún trabajador permanente. El 75% manifestaron poseen dos trabajadores eventuales. El 100% de los encuestados manifestaron que la formación de las Mypes fue por subsistencia. El 75% no recibieron capacitación al otorgamiento del crédito. El 100% de los encuestados no precisaron el número de cursos de capacitación que recibieron en los dos últimos años. El 100% de encuestados no precisaron el tipo de curso en el que participaron. El 88% manifestaron que su personal no ha recibido capacitación. El 100% de los encuestados no precisaron cuantos cursos de capacitación recibieron. El 100% de los representantes legales encuestados no precisaron en que año recibieron más capacitación. El 88% declararon que sí consideran que la capacitación es una inversión. El 88% sí consideran a la capacitación relevante para sus empresas. El 100% de los encuestados, no precisa el tema de capacitación para sus trabajadores. **Concluye que:** No precisa su edad del Representante, son del sexo masculino y tiene grado de instrucción secundaria completa. Tienen más de tres años en el rubro empresarial, los encuestados no posee ningún trabajador permanente, manifestó posee dos trabajadores eventuales y los encuestados manifestaron que la formación de las Mypes fue por subsistencia. No recibieron

capacitación al otorgamiento del crédito, los encuestados no precisaron el número de cursos que recibieron una capacitación en los dos últimos años, manifestaron que su personal no ha recibido capacitación, declararon que sí consideran que la capacitación es una inversión y si considera a la capacitación relevante para sus empresas.

Mendoza, (2013). En su estudio de investigación titulado: “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio – rubro pollerías del distrito de Coishco, periodo 2009-2010”. Planteo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio – rubro pollerías del distrito de Coishco, periodo 2009-2010 y se Llegaron a los siguientes resultados: El 57,14% de los Representantes Legales de las MYPES se encuentran entre 31 a 40 años de edad. El 71,43% de los Representantes Legales de las MYPE son del sexo masculinos. El 28,57% de los Representantes Legales de las MYPE se encuentran casados. El 42,86% de los Representantes Legales de las MYPE culminó sus estudios secundarios. El 85,71% de los Representantes Legales de las MYPE desempeñan el papel netamente de dueños. El 57,14% de los Representantes Legales de las MYPE tienen entre 6 a 10 años en el cargo. El 85,71% de las MYPE son formales. El 71,43% de las MYPEs tiene entre 1 a 5 años de permanencia. El 71,43% de las MYPE cuentan con 5 trabajadores permanentes. El 71,43% de las MYPE se formaron con la finalidad de no generar ingresos. El 71,43% de las MYPE se formó con la finalidad de no dar empleo a la familia. El 57,14% de las MYPE si se ha capacitado en los últimos años (2009-2010). El 100,00% de los Representantes Legales cree que la capacitación es una inversión. El 57,14% de las MYPE si ha capacitado a su personal en los años 2009 – 2010. El 71,43% nos dice que la capacitación si mejora la rentabilidad de la MYPE y el 28,57% nos dice que no creen en que la capacitación mejore la rentabilidad de la MYPE. Concluye que: La edad de los Representantes se encuentran entre los 31 a 40 años de edad, son de sexo masculino y tienen entre 6 a 10 años en el cargo. La mayoría de las MYPEs tiene entre 1 a 5 años de permanencia, se

formaron con la finalidad de generar ingresos. La mayoría de las MYPEs ha capacitado a su personal en los últimos años (2009-2010), los Representantes Legales creen que la capacitación es una inversión y mejora la rentabilidad de la MYPE.

Gutiérrez, (2013). En su estudio de investigación titulado: “Caracterización del financiamiento y la capacitación en las mype del sector comercio- rubro manualidades, del distrito de Chimbote, periodo 2009-2010”. Planteo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento y la capacitación en las mype del sector comercio- rubro manualidades, del distrito de Chimbote, periodo 2009-2010 y se Llegaron a los siguientes resultados: El 50% de los representantes legales de las MYPE encuestados, su edad fluctúa entre 30 y 49 años. El 100% de representantes legales en las MYPE son del sexo femenino. El 60% de los representantes legales de la MYPE son solteras. El 80% tiene estudio superior no universitario. El 100% de los representantes legales en las MYPE desempeñan el cargo de gerente general en su propia empresa. Más del 50% de los representantes legales de la MYPE desempeña el cargo de gerente general entre 1 y 14 años. Más del 50% de las MYPE tienen entre 5 y 19 años de permanencia de actividades en el distrito Chimbote. Más del 50% de las MYPE tienen 1 trabajador con un tiempo de trabajo eventual en la empresa. El 100% de la MYPE se formó para obtener ganancias. El 60% de la MYPE se formaron para dar empleo a su familia. El 100% del representante legal de la MYPE si se ha capacitado en el periodo 2009-2010. EL 60% de los encuestados si recibió capacitación en el periodo 2009- 2010. El 50% del personal de la MYPE ha recibido entre 1 y 2 capacitaciones. El 50% de los encuestados, han capacitado al personal de la empresa en tema de marketing. **Concluye que:** La mayoría de los representantes pertenecen al sexo femenino, teniendo una edad que oscila entre los 35 y 40 años, con estudios superiores no universitarios concluidos, 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 su mayoría de las MYPEs, son formales, tuvieron en cuenta la racionalidad empresarial y de

subsistencia al momento de formar su empresa, tienen entre 1 y 5 años de permanencia de actividades en el distrito Chimbote, y tienen 1 trabajador eventual. En su totalidad, el representante legal de la MYPE si se capacito en el periodo 2009-2010 hasta en 2 oportunidades, considerando como una inversión para su empresa. En su mayoría de representante legales en las MYPEs han capacitado a su personal hasta en 2 oportunidades, los temas en que se capacitaron al personal fueron: marketing y otros relacionados directamente con el rubro manualidades (ejemplo: elaboración de trabajos manuales en distintos materiales y técnicas, otro tipo), consideran que mejoró la rentabilidad de su empresa el capacitar al personal.

2.2 Bases teóricas

Definición de la Micro y Pequeñas Empresas

Las Micro y pequeñas empresas

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

Las Micro y pequeñas empresas nos ayuda a formalizarnos de una manera rápida, esto nos facilitara obtener un negocio formal, asimismo asociarnos será más fácil y podremos obtener programas del estado, ya que estos nos benefician a nosotros mismos.

Características de la nueva ley MYPE N° 30056

Según la **Ley n° 30056, (2013)**, en su artículo n° 5 nos menciona que las micro, medianas y pequeñas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

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

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

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (**Artículo, n°5**)

Coyuntura para el desarrollo MYPE

Terrones. L (2014). Según el directivo, existen dos factores que van a generar un entorno favorable para el desarrollo de las **MYPES**, pero es necesario que los empresarios del sector estén preparados para asumir retos ya que de lo contrario desaprovecharán la coyuntura.

En uno de sus ejes el *Plan de Diversificación Productiva* busca mejorar la productividad y eficiencia de las MYPES para integrarlas a los grandes sectores trenes que comienzan a jalar la producción. Entiendo que antes de que cierre el año van a comenzar a surgir propuestas específicas para que el sector de micro y pequeña empresa se enganche a sectores como minería, agroindustria, confecciones y pesquería, lo que estimulará la oferta y demanda de los productos clásicos del sector MYPE”, explica Terrones. Otro factor importante es la participación peruana dentro de la *Alianza del Pacífico*, que abre un mercado de más de 200 millones de personas para los empresarios peruanos. Sin embargo esta apertura comercial supone a la vez un reto para nuestros emprendedores, ya que los pone a competir con sus pares extranjeros en la Alianza (Chile, México y Colombia), quienes nos llevan la delantera en la ejecución de esfuerzos activos a favor del desarrollo de sus industrias.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

En la actualidad las Mypes representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, según el Ministerio de Trabajo, (2013), nos dice que las microempresas representan el 95,9% del total de

establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, del mismo modo brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, así también se puede decir que son importantes por las siguientes razones:

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

La micro y pequeñas empresas es importante para nuestro País por su contribución a la producción, a la generación de empleo y los ingresos económicos, asimismo la Mype emplea la fuerza laboral del País como también aporta la riqueza obtenida.

Tipos de Micros y pequeñas empresas

En la actualidad existen tipos de micro y pequeñas empresas, que van de acuerdo a los objetivos del microempresarios, de acuerdo con **Gilman, (2013)**, nos dice que las MYPES se pueden clasificar en 3 grupos:

- **Mype de Subsistencia.** Las Mypes de subsistencia son las unidades económicas que no poseen capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o que deben ejecutar dicha transformación con tecnología artesanal. Estas empresas disponen de un “flujo de caja vital”, pero no impactan de manera significativa en la generación de empleo debidamente remunerado. *Este tipo de MYPE nos habla que cuentan un escaso activo fijo, esto genera que no haiga una variedad de transformaciones en los que*

son las tecnologías como los materiales, por tanto el nivel de ventas por empleado es relativamente muy bajos.

- **Mype de Emprendimiento.** Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. Se enfatiza el hecho que los emprendimientos se orientan hacia a la innovación, creatividad y transformación hacia una situación económica saludable y más deseable ya sea para iniciar un negocio o como para mejorar y hacer más competitivas las empresas. *La MYPE de emprendimiento aprovechan en cualquier momento las oportunidades de mercados ya que esto implica la conducción de que las empresas sean más consolidadas y asimismo la incrementación de crecimiento.*
- **Mype de Acumulación.** Las MYPES de acumulación, poseen la capacidad de generar utilidades para conservar su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado. *Este tipo de MYPE nos dice que para poder obtener un nivel alto de productividad lo que tenemos que hacer es evidenciar de una manera específica mediante la capacidad de generación para así poder tener lo que sería el empleo para beneficio del empleador que lleva a sacar un provecho de una fuente de ingresos constantes para el trabajador. Asimismo esta MYPE lo que pretende es el crecimiento de sus actividades económicas ya sea con el apoyo de Recursos Humanos como también una mejora continua en los que es asesoramiento mediante la Capacitación.*

La Capacitación

Por otro lugar la capacitación en las MYPES es fundamental para que los trabajadores tengan una mayor productividad en sus labores, según **Mundo MYPE, (2016)**, nos dice que la función de capacitación es una técnica de

formación, que se le brinda a una persona o individuo para que desarrolle sus conocimientos, habilidades y actitudes, de manera más eficaz a fin de mejorar su rendimiento presente o futuro, del mismo modo nos dice que un programa de capacitación implica brindar conocimientos, que luego permitan al empresario en la medida necesaria desarrollar su labor y sea capaz de resolver los problemas que se le presenten durante su desempeño, de manera sistemática y organizada en función de objetivos definidos.

La Capacitación mejora el desempeño en aspectos técnicos y habilidades como son la comunicación, el liderazgo, asimismo generando un buen clima laboral dentro de la organización, ya que capacitación significa una efectividad positiva dentro de la empresa ya sea para la incrementación como también para el beneficio de ella.

Objetivos de la Capacitación

De acuerdo con Villareal, (s.f), nos dice que los objetivos de la capacitación son:

- Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.
- Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.
- Lograr que se perfeccionen los ejecutivos y empleados en el desempeño de sus puestos tanto actuales como futuros.
- Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.
- Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

(párr. 12)

Siempre la capacitación busca beneficiar a la empresa como a nosotros mismos y esto lo hace mediante una buena preparación al personal ejerciendo diversas tareas para aplicarlas de manera eficiente en la empresa. Asimismo ayuda a mejorar los procedimientos o métodos de trabajo obteniendo así una mayor concentración y buena comunicación.

Capacitación para mejorar la Calidad

De acuerdo con **Gooder, (2012)**, nos explica que la capacitación de los empleados es una parte integral de los programas exhaustivos de administración de la calidad. Aunque la administración de la calidad se ocupa de máquinas, materiales, procesos y mediciones, también se practica en el desempeño humano.

Se puede diseñar programas de capacitación para promover una mano de obra de alta calidad. La conexión entre los programas eficaces de administración de calidad y la Capacitación de los empleados ha sido demostrada por investigación de una pequeña empresa. Un programa de capacitación bien planeado comenzara en el primer día de trabajo y será multidimensional. Para empezar, usted debe definir con claridad lo que la calidad significa en su empresa y explicar cómo se mide. Pero también ayudara a describir algunos de los problemas pasados de la empresa, describir las acciones correctivas que se emprendieron y resumir la forma en que en la actualidad alcanza sus metas de calidad. Por último, es mejor ir paso más allá y hacer la capacitación personal. **(p.85)**

Es cierto que para un buen desempeño en el campo laboral depende mucho si se recibe Capacitación, es por ello que hoy en día las empresas solicitan y aprueban la capacitación del personal porque saben que es de beneficio y de mejora para dicha organización ya que contribuye a la mejora continua y al crecimiento de la empresa

Importancia de Capacitación

En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, de acuerdo con **Thompson, (2014)**, nos dice que:

La obsolescencia, también es una de las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a sus colaboradores, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia, del mismo modo se puede decir que para las empresas u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundará en beneficios para la empresa.

(párr. 3)

La capacitación es importante ya que ayuda a la mejora continua de cada trabajador para el desempeño en el campo laboral, por tanto capacitarse es importante porque beneficia tanto al empleador como también a la organización, por eso capacitando obtendremos aumentación en la productividad y asimismo prevenimos una baja estabilidad de pérdidas dentro de la organización.

Tipos de Capacitación

Es necesario conocer los tipos de capacitación, ya que de acuerdo a ellos podremos evaluar en qué temas o de qué forma se dará el programa de capacitación, según **Galván, (2013)**, nos menciona los tipos de capacitación:

a) Por su formalidad

- **Capacitación Informal.** Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos.
- **Capacitación Formal.** Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica Pueden durar

desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc. *Estas capacitaciones se pueden relacionar con las modalidades de Capacitación que pueden tener las organizaciones, ya sea para poder capacitar a su personal de una manera formal como informal.*

b) Por su naturaleza

- ***Capacitación de Orientación:*** Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo en caso de los colaboradores ingresantes. Esta capacitación lo que pretende es que se familiaricen los colaboradores entre sí, ya que como se sabe los nuevos ingresantes pueden sentir un poco de aislamiento por lo mismo que son nuevos entonces de esto trata esta capacitación de agruparse a los demás colaboradores de la empresa.
- ***Capacitación Vestibular:*** Se asigna un espacio dentro o fuera de la empresa para que los trabajadores reciban un programa completo sobre las diversas áreas de trabajo y apliquen las funciones que se pretenden desarrollar con estos programas. Esta capacitación lo que busca en sí, es obtener las ventajas estipuladas de la capacitación en el trabajo, ya que a veces resulta demasiado costoso como también peligroso capacitar a los empleados.
- ***Capacitación de Talleres, Seminarios:*** Según la duración y las características del puesto de trabajo en virtud de su actualización se contratará especialistas que los preparen en temas de vanguardia dentro de su área de trabajo. Este tipo de capacitación es importante ya que dentro de los Talleres y seminarios que se asiste para obtener una capacitación con respecto a un tema específico, podemos obtener mayor eficiencia y capacidad para demostrar lo aprendido ya sea en el campo laboral o en nuestra vida profesional y personal.

Proceso de capacitación

El proceso capacitador requiere de una organización que permita el cumplimiento de los objetivos. De acuerdo a la **Delegación Federal del Trabajo en el Estado de Guanajuato, México, (2014)**, nos dice que dicho proceso consta de cinco etapas interactuantes con acciones específicas:

- **Análisis situacional.** La capacitación es una alternativa fundamental para apoyar el crecimiento de las unidades productivas, sobre todo cuando para ello se realizan esfuerzos planeados y dirigidos en base a situaciones reales, por lo que es importante una revisión de la empresa, en cuanto a sus objetivos, metas y políticas laborales, recursos humanos, técnicos, materiales y financieros, etc., así como la determinación de problemas reflejados en cada puesto de trabajo, todo esto con la finalidad de disponer de los elementos informativos reales para la adecuada toma de decisiones y así garantizar el éxito en la preparación integral de los trabajadores.
- **Detección de necesidades.** La detección de necesidades de capacitación, consiste en desarrollar un estudio de la problemática identificada en el análisis situacional, que abarque cada nivel de ocupación laboral, para ubicar los problemas que serán resueltos con capacitación y los que requerirán de una atención distinta por parte de la empresa
- **Plan y programas.** En esta etapa, las necesidades de capacitación se van a reflejar en un proyecto denominado Plan de Capacitación, que involucra todas las áreas de oportunidad de la empresa, que se ajusta a las características y necesidades reales detectadas en esta, detalla el presupuesto y las inversiones que son destinadas a la preparación integral del personal. Como uno de los aspectos más relevantes del Plan se destaca su contribución al cumplimiento, de propósitos, políticas y objetivos de los trabajadores y de la propia organización.

- **Operación de las acciones.** Etapa del proceso capacitador en la que se lleva a la práctica del programa de capacitación. En una empresa, ejecutar acciones de capacitación significa realizar el proceso de formación de su personal. Para el éxito en el desarrollo del programa de capacitación, es importante la consideración de las siguientes técnicas.
- **Evaluación y seguimiento.** Aplicados los programas de capacitación, las acciones de la empresa deberán orientarse a determinar el aprendizaje logrado por los participantes en el curso así como la tarea realizada por los instructores. **(párr. 3)**

Los objetivos de la capacitación apuntan a que la empresa obtenga mayor rentabilidad y a que los trabajadores tengan una actitud más positiva, mejorar el conocimiento del puesto a todos los niveles, ayudar al personal a identificarse con los objetivos de la empresa, obtener una mejor reputación, fomentar la confianza y apertura, mejorar la relación jefe – colaborador, agilizar la toma de decisiones, contribuir a la formación de líderes, incrementar la productividad, calidad del trabajo y reducir la tensión.

Componentes Básicos de la Capacitación y el Desarrollo

De acuerdo con **Gooder, (2012)**, nos dice que aunque los términos con frecuencia se combinan, un programa de capacitación y desarrollo puede separarse en estos dos componentes básicos.

- **La Capacitación de empleados** se refiere a los esfuerzos planeados para ayudar a los trabajadores a dominar el conocimiento, las habilidades y las conductas que necesitan para desempeñar las labores para las cuales fueron contratadas.
- *Asimismo la capacitación de personal ayuda a aumentar el nivel de satisfacción del empleado y el buen desempeño, como también ayuda a disminuir la incompetencia y la ineficiencia, asimismo se evita los conflictos laborales.*
- **El Desarrollo Gerencial** está más enfocado en preparar a los empleados para roles futuros en la empresa y enfatiza la educación

formal, la experiencia laboral, la construcción de relaciones y la evaluación de desempeño necesaria para llegar a metas profesionales a largo plazo y satisfacer el potencial gerencial. Mientras que los dos componentes son diferentes, es evidente que están relacionados. (p. 593)

El Desarrollo Gerencial se enfoca mayormente en la preparación de los empleados, ósea que de un nivel mínimo puedan superarse y subir poco a poco hasta llegar a un nivel adecuado demostrando desempeño y talento dentro y fuera de la Organización.

De la Capacitación a la Implementación

Sin importar en nivel de la posición que se trate, la meta de un programa de capacitación es enseñar a los empleados nuevos conocimientos, habilidades y conductas que lleven, a su vez a un mejor desempeño laboral, de acuerdo con **Gooder, (2012)**, nos dice que:

La capacitación no solo requiere más que solo aprendizaje, a la capacitación también se le debe dar uso. Sin embargo, la investigación indica que solo entre 10 y 40% de la capacitación que se proporciona a los empleados cada año se aplica en realidad alguna vez es el trabajo. En otras palabras, la mayor parte de las decenas de miles de millones de dólares que las empresas gastan en capacitación cada año simplemente se desperdicia. Estas barreras para la implementación de la capacitación en el lugar de trabajo son muchas, pero gran parte de esto está arraigado en la naturaleza humana. Para empezar, la capacitación sugiere que los cambios son necesarios, pero muchas personas encuentran que el cambio provoca ansiedad, así que con frecuencia recaen en métodos más familiares. Los viejos hábitos y rutinas son difíciles de romper y las presiones en el lugar de trabajo o las demandas en el tiempo puedan fácilmente llevar a los empleados a apelar a los enfoques ya probados. (p. 596)

Para poder tener una buena Capacitación y pasar airoosamente a la implementación de capacitaciones se debe tener en cuenta la eficiencia y eficacia del aprendizaje y de la enseñanza que brinda el ser capacitados para poder obtener un diagnostico favorable en cuanto en nosotros como colaboradores y la empresa.

Técnicas de capacitación

Según **Carlos, (2011)**, existen diversas técnicas como:

- **Capacitación en el puesto:** En este método la persona aprende una tarea o una destreza mediante su desempeño real. Consiste en asignar a nuevos empleados a los trabajadores o a los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real. Existe varios tipos de capacitación en el puesto los más conocidos son:
Instrucción directa en el puesto: En la que el trabajador recibe la capacitación en el puesto de parte de un trabajador experimentado o el supervisor mismo. Se busca que los nuevos trabajadores adquieran la experiencia para manejar la maquina o a ejecutar varias tareas observando al supervisor. Este método se aplica más para capacitar maquinistas y operarios.
Rotación de puesto: En la que el empleado pasa de un puesto a otro en periodos programados para conocer las diferentes actividades que se desarrollan en el proceso general, ya sea productivo o administrativo. Este método es más aplicable para capacitar supervisores y administrativos.
- **Conferencias:** Las conferencias o exposiciones constituyen métodos prácticos y fáciles de ejecutar, es una manera rápida y sencilla de proporcionar conocimientos a grupos grandes de personas, se puede acompañar de materiales impresos para facilitar el aprendizaje asimismo se pueden usar proyectores para presentar imágenes, gráficos, fotografías, grabaciones de videos o películas para facilitar el aprendizaje.
- **Juego de roles:** Se utiliza esta técnica en la capacitación para enseñar técnicas de venta, de entrevista, para dirigirse a grupos,

resolver conflictos y lograr negociaciones o desempeñar cargos de más responsabilidad como jefes o supervisores. Consiste en hacer que los profesionales desarrollen roles de acuerdo al cargo o tareas que desempeñaran.

- **Técnicas audiovisuales:** La presentación de información a los empleados mediante técnicas audiovisuales como películas, circuito cerrado de televisión, cintas de audio o de video puede resultar eficaz, en la actualidad estas técnicas se utilizan con mucha frecuencia. Los audiovisuales son más costosos que las conferencias convencionales. (párr. 10)

Del mismo modo **Gonzales, (2014)**, nos dice que existen diferentes tipos de necesidades en la empresa, individuales, grupales, proyectos a futuro, entre otros, es imprescindible dejar de utilizar las técnicas de capacitación, las cuales, pueden ser las que a continuación se definen:

- **Observación directa:** del lugar del trabajo, del operario, de los resultados de la ejecución del trabajo.
- **Reuniones de grupo:** los jefes exponen las necesidades generales e individuales de su sector.
- **Entrevistas:** Para detectar las dificultades, buscar causas y determinar si están relacionadas a la falta de capacitación. Pueden realizarse incluso con el mismo trabajador.

Es importante resaltar que la capacitación vestibular busca obtener las ventajas de la capacitación en el trabajo sin colocar realmente en el puesto a la persona en capacitación. Esta técnica es casi una necesidad en los puestos donde resulta demasiado costoso o peligroso capacitar a los empleados directamente en el puesto..

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, de acuerdo con la **Cámara de Comercio de Medellín, (2015)**, nos dice que los beneficios de la capacitación son:

- Aumenta el rendimiento laboral de los empleados.
- Incentiva la labor de todas las áreas de la compañía.
- Crea redes de trabajo y permite alinear los objetivos de la empresa con todas las áreas.
- Mejora el clima organizacional.
- Favorece la competitividad empresarial.
- Aumenta la satisfacción de los empleados. **(párr. 7)**

Para finalizar, considero que la capacitación, en la actualidad es indispensable, para que las empresas sobresalgan, y se posicionen en la industria, puesto que el capital humano pueda llegar a ser un 50% más efectivo en sus actividades diarias.

2.3 Marco Conceptual

Origen de las Ventas Minoristas de alimentos y bebidas

Estas micro y pequeñas empresas se iniciaron en el Mercado Miramar Bajo, hace más de 25 años, dando lugar muchas fuentes de trabajo, del mismo modo junto con el apoyo de sus familiares, esto microempresarios lograron salir adelante, por lo cual, ahora se encuentran muy posicionados, pro que este Mercado, es una zona muy comercial, se puede decir que estas empresas han alcanzado un alto grado rentabilidad, pero hoy en día la crisis económica ha ocasionado que reduzcan un poco en sus utilidades, pero estos no es un problemas que los microempresarios no han sabido sobrellevar, sino que se han vuelto más creativos en el momento de ofrecer un producto, además de que saben ofrecer sus precios de acuerdo al poder adquisitivo del cliente.

Micro de pequeñas empresas de venta minorista de alimentos y bebidas en el Perú

En el mundo la gran mayoría de ventas minoristas son denominadas Mypes. Como se sabe las Micro y pequeñas empresas de ventas minoristas han ido aumentando favorablemente los últimos años, generando ingresos económicos a familias de bajos recursos. Sin embargo, pese que ha ido aumentando su ingreso, su capacidad para seguir creciendo como empresa es des confortablemente mínima, ya que no suelen capacitar a su personal. Y por tanto generaría riesgos en el negocio, como pérdida de clientes, por la mala atención que darían. Por lo general se contrata a familiares y amigos, gente sin experiencia, con la finalidad de darles un puesto de trabajo como también de no invertir en pagar a personas que capaciten el negocio para que siga funcionando adecuadamente.

Micro de pequeñas empresas de venta minorista de alimentos y bebidas

Las ventas minoristas son los establecimientos donde se realizan ventas al por menor, como también sabemos que la venta o distribución al por menor es la que se desarrolla de una empresa comercial al consumidor final. Esto incluye todas las actividades relacionadas con la venta directa de bienes y servicios al consumidor final para un uso personal no comercial. Un minorista o establecimiento al detalle es toda aquella empresa cuyo volumen de ventas procede, principalmente, de la venta al menudeo. Entre los principales tipos de minoristas tenemos: Establecimientos especializados, almacenes departamentales, supermercados, establecimientos de conveniencia, establecimientos de descuento, minoristas de precios bajos, minimarket y tiendas catálogo.

Clientes:

- Bodegas
Consumidor final

Capacitación en las Micro de Pequeñas Empresas de venta minorista de alimentos y bebidas

Es muy común que estas empresas se deje de lado la importancia de la capacitación, puesto que los que las dirigen no son cuentan con capacidades

administrativas, para mejorar el rendimiento de sus trabajadores, por ende solo dedican a vender y no preparan el mejoramiento de sus habilidades.

Capacitación

La capacitación es aquel método que se utiliza mediante programas para obtener un mejor conocimiento y un buen desempeño y así podamos brindar buenos aportes que sean de utilidad y de beneficio para una organización, y así lograremos conseguir el éxito que necesitamos para ser eficientes e imprescindibles en lo que hacemos.

III. HIPOTESIS

En la presente investigación titulada: *Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014*, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

En la presente investigación se utilizó el diseño *no experimental-transversal-descriptivo*.

Fue no experimental, porque se utilizó sin manipular deliberadamente la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Fue transversal, porque el estudio Caracterización de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014, se realizó en un espacio de tiempo definido en el año 2014.

Fue descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.

4.2 Población y muestra.

a) Población

La población del estudio estuvo conformada por 7 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014. La información se obtuvo a través de un conteo de cada empresa en estudio. (Ver anexo n°3)

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por la totalidad de la población, es decir por 7 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014. (Ver anexo n°3)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa.	1. Edad	a) De 18 a 30 años b) De 31 a 50 años c) De 51 años a más	Razón
		2. Genero	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		3. Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria.	Razón
		4. Cargo	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		5. Tiempo en el Cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 años a mas	Razón

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y	MYPE es una unidad económica constituida por	6. Cuantos años tiene la MYPE	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 años a mas	Razón

pequeñas empresas	una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	7.N° trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores.	Razón
		8.Personas que trabajan en la empresa	a) Personas familiares b) Personas no familiares	Nominal
		9.Finalidad	a) Generar ganancias b) Subsistencia	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Capacitación	La capacitación es aquel método que se utiliza	10. Conoce la capacitación	a) Si b) No	Nominal
		11. Recibió capacitación antes de crear	a) Si b) No	Nominal

mediante programas para obtener un mejor conocimiento y un buen desempeño y así podemos brindar buenos aportes que sean de utilidad y de beneficio para una organización, y así lograremos conseguir el éxito que necesitamos para ser eficientes e imprescindibles en lo que hacemos.	su MYPE		
	12. Se capacito en los últimos años	a) Si b) No	Nominal
	13. Cuantas veces se ha capacitado	a) 1 a 02 veces b) 2 a más veces c) Nunca	Razón
	14. Tipo de capacitación recibida	a) Curso en TICs b) Marketing c) Atención al cliente d) Ninguna	Nominal
	15. ¿Cómo considera a la capacitación?	a) Inversión b) Gasto	Nominal
	16. La capacitación eleva su eficiencia	a) Si b) No	Nominal
	17. La capacitación permite el desarrollo de su empresa	a) Si b) No	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue: La encuesta, porque es una técnica destinada a obtener los datos más relevantes de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la capacitación.

El instrumento, que se utilizó para registrar la información fue: El Cuestionario, que consta de es un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación, la cual está estructurada por 17 preguntas relacionadas a los Aspectos generales de la empresas y al representante (9) y la Capacitación (8).

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de la capacitación; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: *Microsoft Word*: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. *Acrobat Reader XI*: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. *Microsoft Excel*: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
¿Cuáles son las principales características de la Capacitación en las micro y	Objetivo general Describir las principales características de la Capacitación	<i>C</i> <i>a</i> <i>p</i> <i>a</i> <i>c</i> <i>i</i> <i>t</i>	Población: La población estuvo conformada por 7 micro y pequeñas	Diseño El diseño de la investigación fue no experimental —	Técnica La técnica utilizada es la encuesta. Instrumentos En el estudio se utilizó el

<p>pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014?</p>	<p>en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>.Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado</p>	<p><i>a</i> <i>c</i> <i>i</i> <i>ó</i> <i>n</i></p>	<p>empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra estuvo conformada por 7 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.</p>	<p>transversal-descriptivo</p> <p>Fue no experimental , porque se utilizó sin manipular deliberadam ente la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p>	<p>instrumento del cuestionario</p> <p>Plan de análisis de los datos</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel y para el procesamiento de los datos el Software SPSS versión 18 (Programa de estadística para ciencias sociales).</p>
--	---	---	--	--	--

	<p>Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.</p> <p>Determinar las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.</p> <p>Determinar las principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector</p>			<p>Fue transversal, porque el estudio Caracterización de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014, se realizó en un espacio de tiempo definido en el año 2014.</p> <p>Fue descriptivo, porque solo se describió las partes</p>	
--	---	--	--	---	--

	comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.			más relevantes de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.	
--	---	--	--	--	--

4.7 Principios éticos:

- **Confiabilidad:** La investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fiabilidad porque se buscó y ubicaron datos reales para posteriormente tomarlas como fuentes 100% confiables. Así mismo se respetó el derecho de autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.
- **Respeto a la dignidad humana:** Se respetó la dignidad humana de todos los involucrados directos e indirectos en el desarrollo del trabajo de investigación, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social. Todo aporte requerido y ubicado es valioso e inviolable.

- **Confidencialidad:** Se respetó el derecho de confidencialidad de los encuestados, asegurándoles que no habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente a los representantes de las MYPES encuestadas.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla N° 01: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del Mercado Miramar Bajo, Ciudad de Chimbote, 2014.

Representantes	Numero de MYPES	Porcentaje %
Edad		
18 – 30	0	0,0
31 – 50	3	42,9
51 años a más.	4	57,1
Total	7	100,0
Sexo		
Femenino	4	57,1
Masculino	3	42,9
Total	7	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	5	71,4
Superior no universitaria	1	14,3
Superior universitaria	1	14,3
Total	7	100,0
Cargo		
Dueño	7	100,0
Administrador	0	0,0
Total	7	100,0
Tiempo en el Cargo		
0 a 3 años	0	0,0
4 a 6 años	0	0,0
7 años a más	7	100,0
Total	7	100,0

***Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresa del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del Mercado Miramar Bajo, Ciudad de Chimbote, 2014.*

Tabla N° 02: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del Mercado Miramar Bajo, Ciudad de Chimbote, 2014.

De la Empresa:	Número de MYPES	Porcentaje %
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
0 a 3 años	0	0,0
4 a 6 años	0	0,0
7 años a más	7	100,0
Total	7	100,0
Numero de colaboradores		
1 a 5	7	100,0
6 a 10	0	0,0
11 a más	0	0,0
Total	7	100,0
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	2	28,6
Personas no familiares	5	71,4
Total	7	100,0
Objetivo de la empresa		
Generas ganancias	5	71,4
Subsistencia	2	28,6
Total	7	100,0

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del Mercado Miramar Bajo, Ciudad de Chimbote, 2014.

Tabla N° 03: Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del Mercado Miramar Bajo, Ciudad de Chimbote, 2014.

Capacitación	Numero de MYPES	Porcentaje %
Conoce el termino capacitación		
Si	4	57,1
No	3	42,9
Total	7	100,0
Capacitación antes de crear su MYPE		
Si	4	57,1
No	3	42,9
Total	7	100,0
Se capacito en los últimos años		
Si	4	57,1
No	3	42,9
Total	7	100,0
Cuántas veces se ha capacitado		
01 – 02 veces	2	28,6
03 a más veces	2	28,6
Nunca	3	42,8
Total	7	100,0
Tipo de capacitación recibida		
Marketing	0	0,0
Atención al Cliente	4	57,1
Ninguna	3	42,9
Total	7	100,0
La capacitación es una:		
Inversión	4	57,1
Gasto	3	42,9
Total	7	100,0
La capacitación eleva su eficiencia		
Si	4	57,1
No	3	42,9
Total	7	100,0
La capacitación permite el desarrollo		
Si	4	57,1
No	3	42,9
Total	7	100,0

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del Mercado Miramar Bajo, Ciudad de Chimbote, 2014.

5.2. Análisis de Resultados

Tabla N° 01. Características generales de los representantes legales de la micro y pequeña empresa.

- El 57,1 % de los representantes tienen de 51 a más años, esto resultados contrastan con **Martínez, (2011)**, menciona el 60% de los representantes su edad fluctúa entre los 45 – 64 años, del mismo modo con **Cifuentes (2011)** indica el 60% de edad 26 a 60 años, así mismo con **Ramírez, (2011)** menciona el 50% de la edad fluctúa entre los 18 – 29 años, así también con **Mendoza (2013)** indica que el 57,14% de su edad fluctúa entre los 31-40 años, de la misma manera con **Gutiérrez, (2013)** menciona que el 50% de su edad es de 30 – 49 años respectivamente. La mayoría están siendo dirigidas por personas mayores, por lo que se deduce que cuentan con más experiencia en el campo laboral, y como consecuencia en la actualidad siguen progresando para mejoramiento de la empresa.

El 57,1 % de los representantes son de género femenino, estos resultados coinciden con **Pinedo (2011)** menciona el 88% son del género de masculino, del mismo modo con **Mendoza, (2013)** indica que 71.43% son del género de masculino. Por otra parte esto contrasta con **Gutiérrez (2013)** en el cual menciona que el 100% son género es femenino, así mismo contrasta con **Ramírez (2011)** indica que el 60% son de sexo femenino, así también con **Cifuentes (2011)** menciona que el 80% son de sexo femenino. Esto quiere decir que la mayoría están siendo dirigidas por mujeres luchadoras, es decir que han optado por crear sus propios negocios, para poder salir adelante y sacar lograr mayores beneficios para sus familias.

- El 71,4 % de los representantes tienen grado de instrucción secundaria, estos resultados coinciden con **Mendoza, (2013)**

menciona el grado de secundaria completa, del mismo modo con **Pinedo (2011)** el cual nos muestra que, el 50% tienen grado de instrucción secundaria completa. Por otra parte esto contrasta con **Martínez, (2011)** el cual muestra que el 60% tienen grado de instrucción universitaria. **Cifuentes (2011)** menciona que el 90% tienen grado de instrucción no universitaria completa, de la misma manera con **Ramírez (2011)** menciona el 50% tienen grado de instrucción superior universitario, así mismo con **Gutiérrez (2013)** menciona que el 80% tiene estudio superior no universitario. Esto quiere decir que la mayoría no han recibido una educación especializada porque sus padres o familiares no pudieron apoyarlos con estudios superiores y solo se quedaron con conocimientos muy precarios, por lo cual no han podido desarrollarse potencialmente en sus capacidades.

- El 100% de los representantes tienen el cargo de dueños, estos resultados coinciden con **Mendoza, (2014)** el cual indica que el 85.71% tienen el cargo de dueños. Por otra parte esto contrasta con **Gutiérrez, (2013)** menciona que el 100% son gerente general. Esto quiere decir que la totalidad son los propios fundadores de las empresas, y han optado por ser ellos quienes tomen las decisiones, puesto que son los indicados para generar mayor desarrollo a la empresa, gracias a la experiencia que han logrado durante sus largos años en el mercado empresarial.
- El 100% de los representantes se desempeñan en el cargo de 7 más años, estos resultados coinciden con **Mendoza, (2013)** que menciona que el 57.14% tienen de 6-10 años que desempeña en el cargo. Esto quiere decir que la totalidad tienen un buen tiempo emprendiendo en su negocio, y esto los ha formalizado, para poder competir mucho mejor en el sector, y de esta manera mejorar el rendimiento de la empresa.

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

- El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años en el rubro, estos resultados contrastan con **Cifuentes, (2011)** en cual menciona que el 40% tienen 2 años en el rubro, asimismo con **Pinedo, (2011)** indica que 100% tienen 3 años en el rubro, de la misma manera con **Mendoza, (2013)** que 71.43% determina que tiene 1 a 5 años. Esto quiere decir que la totalidad, tienen un significativo tiempo en el rubro, por lo cual ellos han logrado mejorar su comercio, a través de una buena planificación de compras y ventas, y de esta manera lograr una mejor posición en el sector.
- El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, esto contrasta con **Cifuentes, (2011)** el cual muestra que, el 75% manifestaron que poseen dos trabajadores eventuales dentro de su negocio, del mismo modo con **Martínez, (2011)**, el cual muestra que, el 90% manifestaron que poseen de dos a siete trabajadores dentro de su empresa, de la misma manera con **Pinedo, (2011)** el cual muestra que, el 100% de los encuestados no poseen ningún trabajador permanente. Esto quiere decir que la totalidad de las empresas aún no están aptas para incrementar el nivel de trabajadores, puesto que el negocio aún no ha logrado la productividad necesaria para generar más empleo.
- El 71,4% de las micro y pequeñas empresas considera que su empresa fue creada para generar ganancias, estos resultados coinciden con **Cifuentes, (2011)** el cual menciona que el 100% se creó para obtener ganancias, de la misma manera con **Mendoza, (2013)** menciona que el 100% se creó para obtener ganancias, asimismo con **Gutiérrez, (2013)** indica el 100% determina que su empresa fue creada para obtener ganancias.

Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas crearon su empresa para generar ganancias y así, obtener buenos resultados de ingresos para favorecimiento de la empresa.

Tabla 04: Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas

- El 57,1% de los representantes si conocen el término de capacitación y el 42,9% no lo conocen. Esto quiere decir que la mayoría si conocen el termino capacitación, puesto que algunos de su familiares que cuentan con estudios superiores les mencionaron la importancia de la capacitación en el desarrollo de las empresas.
- El 57,1% de los representantes no han recibido ningún tipo de capacitación antes de crear su empresa y el 42,9% sí. Esto quiere decir que la mayoría no se capacitaron antes de crear sus empresas, porque antiguamente no había mucha competencia, y no se requería de grandes habilidades empresariales.
- El 57,1 % de los representantes si se ha capacitado en los últimos años, estos resultados coinciden con **Mendoza, (2013)** menciona el 57.14% si se capacito en los últimos años. Esto quiere decir que la mayoría reconocen la importancia que es capacitarse, por lo cual han decidido buscar personas que conocen temas de importancia para que la empresa mejore su productividad a través de una personas bien entrenado
- El 57,2 % de los representantes se capacitaron entre 01 a 02 veces y de 03 a más veces y el 42,8% nunca se han capacitado. Esto quiere decir que la mayoría se encuentran en constante capacitación de 01 a más veces por año, con los cual los microempresarios y trabajadores, han logrado mejorar sus

actividad, ya que se encuentran con más entusiasmo y mayor fuerza de voluntad para seguir mejorando la productividad de la empresa.

- El 57,1% % de los representantes han recibido el tipo de capacitación en atención al cliente, estos resultados contrastan con **Martínez, (2011)** menciona que el 50% tuvieron capacitación en manejo empresarial, así mismo con **Cifuentes, (2011)** indica que 40% tuvieron capacitación en Manejo Empresarial, de la misma manera con **Ramírez, (2011)** menciona 70% participo en otros cursos de capacitación, así también con **Pinedo, (2011)** indica que el 100% no precisaron el tipo de curso en que participaron. Esto quiere decir que la mayoría han recibido capacitación en el tema atención al Cliente ya que es importante atender de una manera muy cordial y acertada de modo que el visitante o interesado en conocer tenga más interés sobre esta Entidad.
- El 57,1% de los representantes considera que la capacitación es una inversión, estos resultados coinciden con **Cifuentes, (2011)** menciona que el 80% consideran que la capacitación es una inversión, asimismo con **Pinedo, (2011)** indica que el 88% consideran que la capacitación si es una inversión, así también con **Mendoza, (2013)** menciona el 100% que la capacitación es una inversión. Esto quiere decir que la mayoría consideran que capacitarse es una inversión, y se obtiene grandes beneficios como un personal más motivado, más eficiente y muchos más preparado para la toma de decisiones en la empresa.
- El 57,1% de los representantes considera que la capacitación si eleva la eficiencia, esto coincide con **Pinedo, (2011)** menciona el 88% si eleva la eficiencia. Por otra parte esto contrasta con **Cifuentes, (2011)** el cual menciona el 90% que la capacitación es relevante

para su empresa. Esto quiere decir que la mayoría considera que la capacitación permite mejorar eficiencia en las funciones de los trabajadores, son muchos más activos, y proponen nuevas estrategias para mejorar el trato hacia los clientes.

- El 57,1% de los representantes si cree que la capacitación permite el desarrollo de su empresa, estos resultados contrastan con **Mendoza,(2013)** indica el 71.43% mejora la rentabilidad . Esto quiere decir que la mayoría consideran que la Capacitación si es de utilidad, ya que mediante un buen entrenamiento la empresa puede mejorar sus ventajas competitivas y de esta manera generar mucha más seguridad y confianza con los clientes.

VI. CONCLUSIÓN

- El 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen edad de 51 a más y son de género femenino, tienen un grado de instrucción de educación secundaria, tienen el cargo de dueños, llevan 7 años en el cargo.
- El 100% de las micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias, cuentan con 1 a 5 trabajadores, tienen a personas no familiares trabajando en la empresa y llevan de 7 a más años en el rubro.
- El 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, no conocen el término capacitación, no ha recibido ningún tipo de capacitación antes de crear su negocio, pero si se han capacitado en los últimos años, recibiendo capacitación en el tema de atención al cliente, del mismo modo consideran que la capacitación es una inversión, así mismo aseguran que la capacitación si eleva la eficiencia y que permite el desarrollo de la empresa.

RECOMENDACIONES

- Considero que este tipo de negocios, es sumamente importante marcar la diferencia por servicios, puesto que los productos son similares a la competencia, en este sentido los representantes deben capacitarse en el tema de Marketing, para que puedan utilizar de una manera eficiente las estrategias de promoción, como son los regalos, descuentos, ofertas, etc., a sus mejores clientes, de esta manera se creara una mejor imagen y prestigio frente a la competencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Cámara de Comercio de Medellín, (2015). Capacitación del personal: la clave para el desarrollo empresarial. Recuperado de, <http://www.camaramedellin.com.co/site/ServiciosEmpresariales/Herramientas-Empresariales/Administracion/La-clave-para-el-desarrollo-empresarial.aspx>
- Cifuentes, F. (2011) “Caracterización del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– rubro boticas, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Delegación Federal del Trabajo en el Estado de Guanajuato, (2014). El proceso de capacitación organizado en cinco etapas. Recuperado de, <http://www.revistaseguridadminera.com/capacitacion/proceso-de-capacitacion-organizado-en-cinco-etapas/>
- Galván, B. (2013). Tipos de capacitación. Recuperado el 23 de Junio del 2014 de, <http://barbaragalvangnz.blogspot.pe/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>
- Gooder, A. (2012). Administración de Pequeñas Empresas lanzamiento y crecimiento iniciativas de emprendimientos. Monterrey, MEXICO. Editorial Impresos en Cosegraf. Edición 16.ed.
- Gutiérrez, J. (2013). “Caracterización del financiamiento y la capacitación en las mype del sector comercio- rubro manualidades, del distrito de Chimbote, periodo 2009-2010”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Ley 28015 (2003): Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Recuperado de, http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Martínez, G. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro compra-venta de café

del distrito del Cercado de la provincia de Satipo de la región Junín, periodo 2009- 2010”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Mendoza, J. (2013). “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio – rubro pollerías del distrito de Coishco, periodo 2009-2010”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Ministerio de Trabajo, (2013). Importancias de las MYPES en el Perú. Recuperado de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Mundo MYPE (2016). Importancia de la capacitación para las MyPE. Recuperado de, <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167>

Pinedo, F. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería - provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Ramírez, B. (2011) En su trabajo de Investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación de las Micros y pequeñas empresas sector comercio rubro mueblería del distrito de Manantay-periodo 2009 – 2010”.

Thompson, K. (2014). La capacitación de los recursos humanos. Recuperado de, <http://www.monografias.com/trabajos11/mocapac/mocapac2.shtml>

Villareal, M. (s.f). Importancia del proceso de capacitación. Recuperado de, <http://www.monografias.com/trabajos29/importanciacapacitacion/importancia-capacitacion.shtml#implant>

ANEXOS

Anexo N°1

Cronograma de actividades

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

Anexo N°2

Presupuesto

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Bienes de consumo			
Lapiceros	2	S/. 0.70	S/. 1.40
Hojas	33	S/. 0.10	S/. 3.30
Lápiz	1	S/. 0.50	S/. 0.50
Folder manila	3	S/. 0.70	S/. 2.10
Cuaderno chico	1	S/. 4.30	S/. 4.30
USB 2 Gb	1	S/. 19.30	S/. 19.30
Servicios			
Impresiones	12	S/. 0.20	S/. 2.40
Copias	12	S/. 0.10	S/. 1.20
Horas de Internet	30Hrs.	S/. 1.00	S/. 30.00
Movilidad	250 Hrs.	S/. 1.30	S/. 325.00
Total			S/. 389.50

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

Anexo N°3

CUADRO DE SONDEO

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION	DUEÑOS DEL NEGOCIO
01	ABARROTOS Y EMBUTIDOS “BEATRIZ”	Psje. D 15 – Mercado Miramar	Melva Portocarrero
02	ABARROTOS “CALIN”	Psje. D 18 – Mercado Miramar	Carlos Llontop Ramírez
03	ABARROTOS “LLONTOP”	Psje. G 07 – Mercado Miramar	José Llontop Ramírez
04	ABARROTOS Y LOCUTORIO “PAMELA”	Psje. F 26 – Mercado Miramar	Oscar Huamán Villacorta
05	ABARROTOS “VELA”	Psje. E 34 – Mercado Miramar	Nepwin Coral Poma
06	ABARROTOS Y EMBUTIDOS “CERNA”	Psje. D 13 – Mercado Miramar	Carolina de Cerna
07	ABARROTOS “	Psje D 10 – Mercado Miramar	Genara León Narváez

Anexo N°4

Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Encuesta dirigida a los y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.

El siguiente trabajo tiene como finalidad recabar información de las Mypes del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas del mercado Miramar bajo, ciudad de Chimbote, 2014.

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL MERCADO MIRAMAR BAJO, CIUDAD DE CHIMBOTE, 2014”

La información que usted proporcionara será utilizada solo con fines académicos e investigación, por lo que se agradece su información colaboración.

I. GENERALIDADES

1.1.REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2.Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

1.3.REFERENTE A LA CAPACITACIÓN

10. Conoce el termino capacitación

- a) Si ()
- b) No ()

11. Recibió capacitación antes de crear su MYPE

- a) Si ()
- b) No ()

12. Se capacito en los últimos años

- a) Si ()
- b) No ()

13. Cuantas veces se ha capacitado

- a) 01 a 02 veces
- b) 03 a más veces
- c) Nunca

14. Tipo de capacitación recibida

- Curso en TICs
- Marketing
- Atención al cliente
- Ninguna

15. ¿Cómo considera a la capacitación?

- a) Inversión
- b) Gasto

16. La capacitación eleva su eficiencia

- a) Si
- b) No

17. La capacitación permite el desarrollo de su empresa

- a) Si
- b) No

Anexo N° 05

a) Referente al representante de la micro y pequeñas empresa:

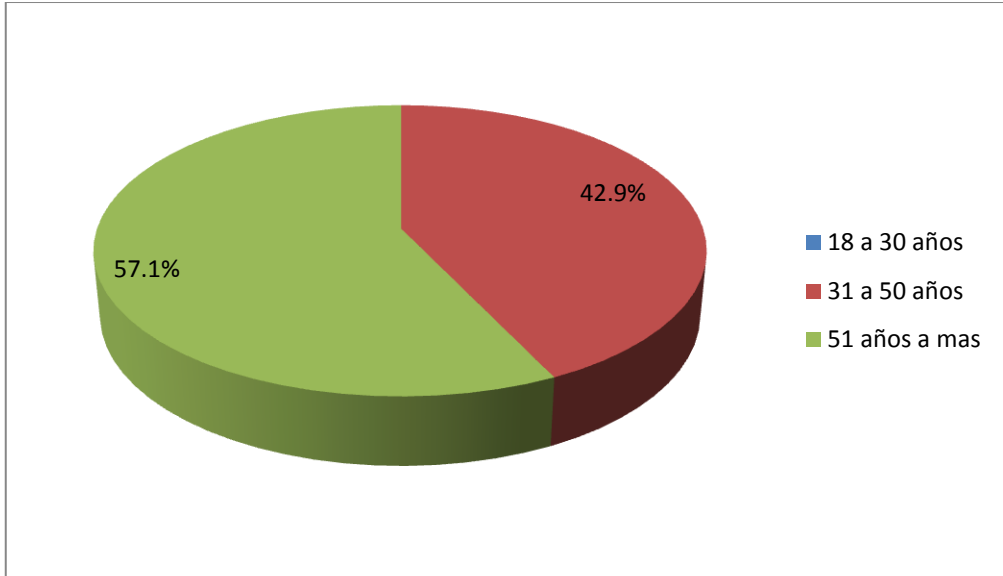


Figura. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

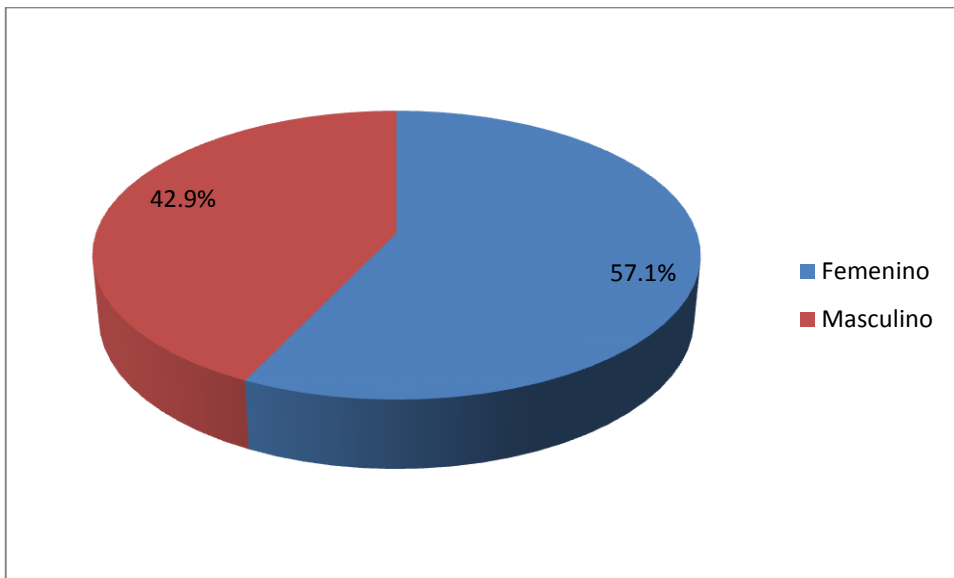


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

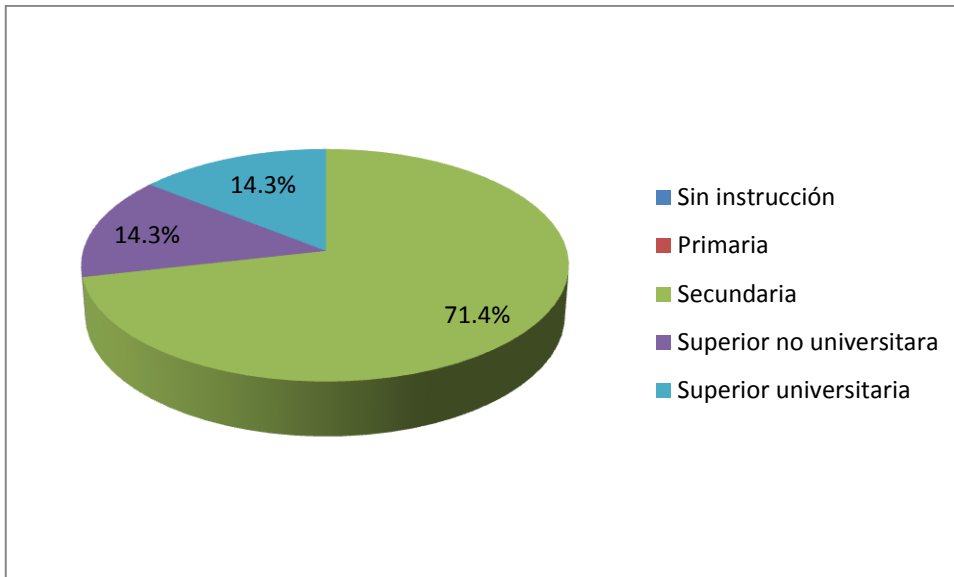


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

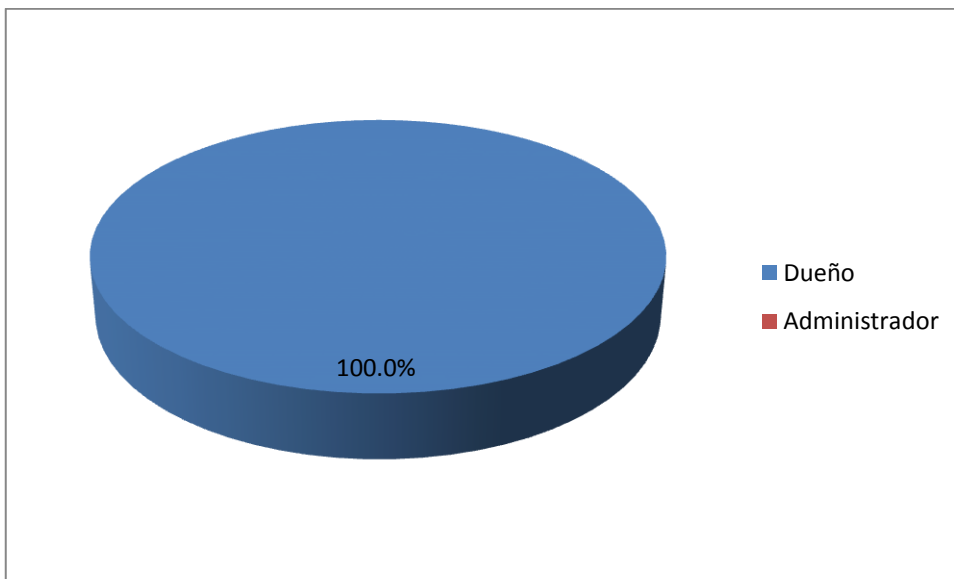


Figura 4. Profesión

Fuente: Tabla 1

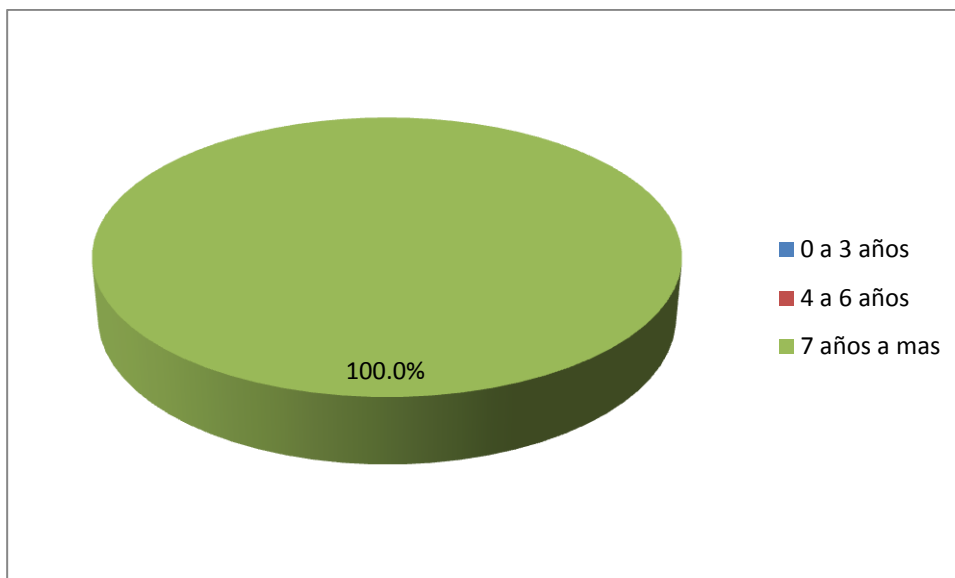


Figura 5. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

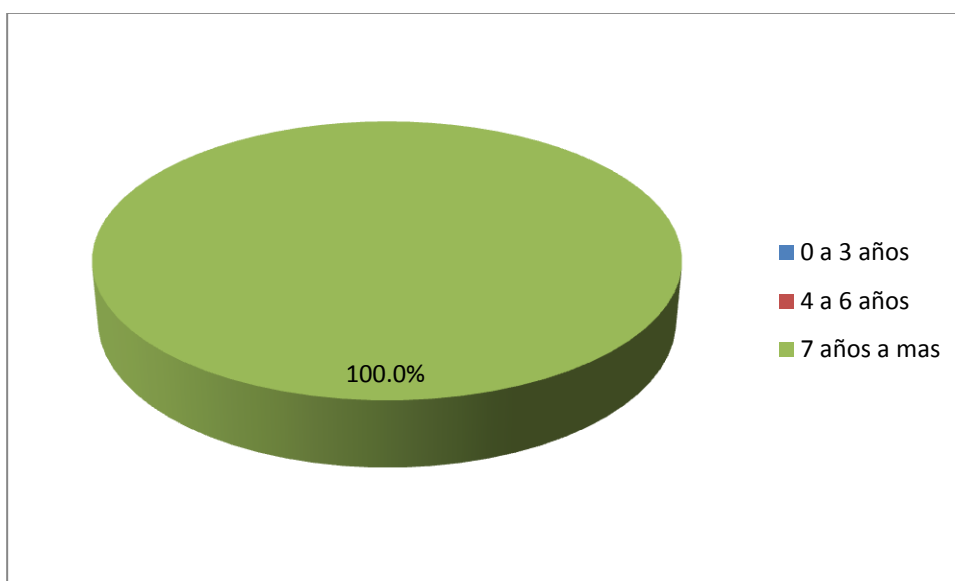


Figura 6. Años en el mercado

Fuente: Tabla 2

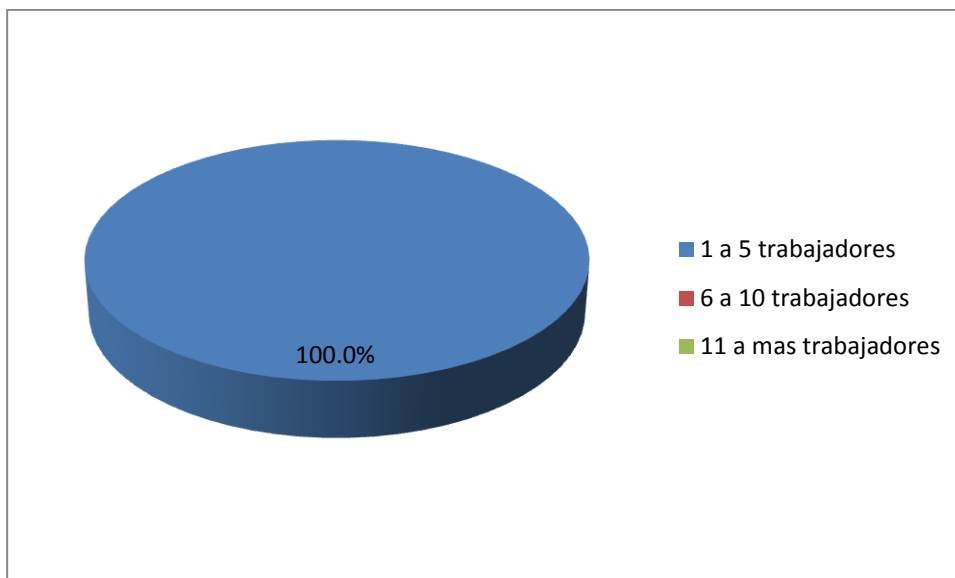


Figura 7. Número de colaboradores

Fuente: Tabla 2

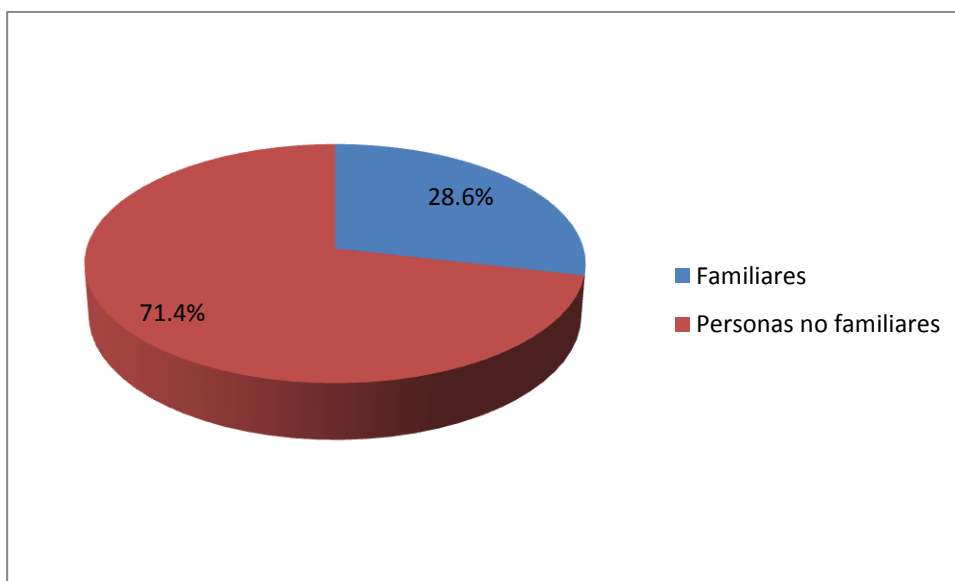


Figura 8. Personas que trabajan en la empresa

Fuente: Tabla 2

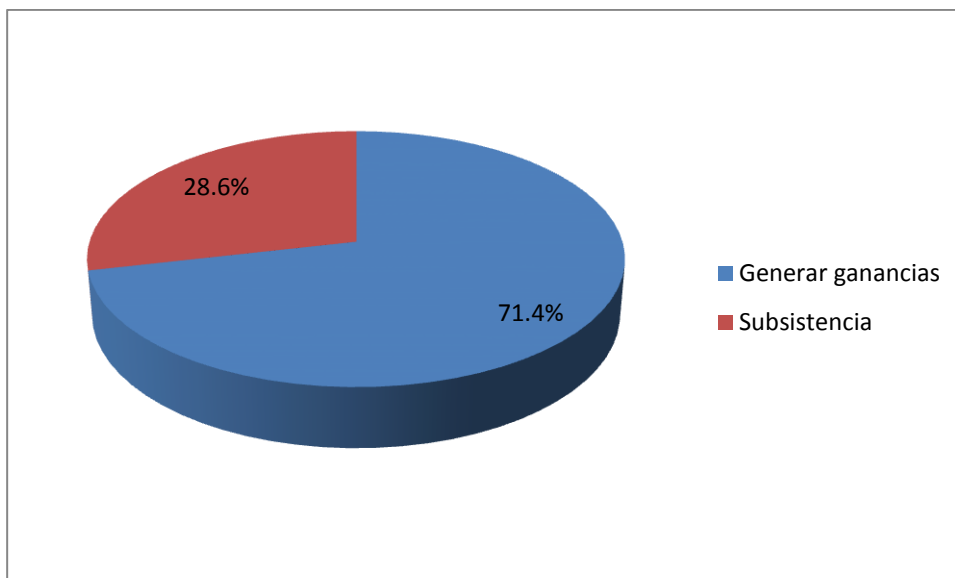


Figura 9. Objetivo principal

Fuente: Tabla 2

c) Referente a la capacitación en las micros y pequeñas empresas:

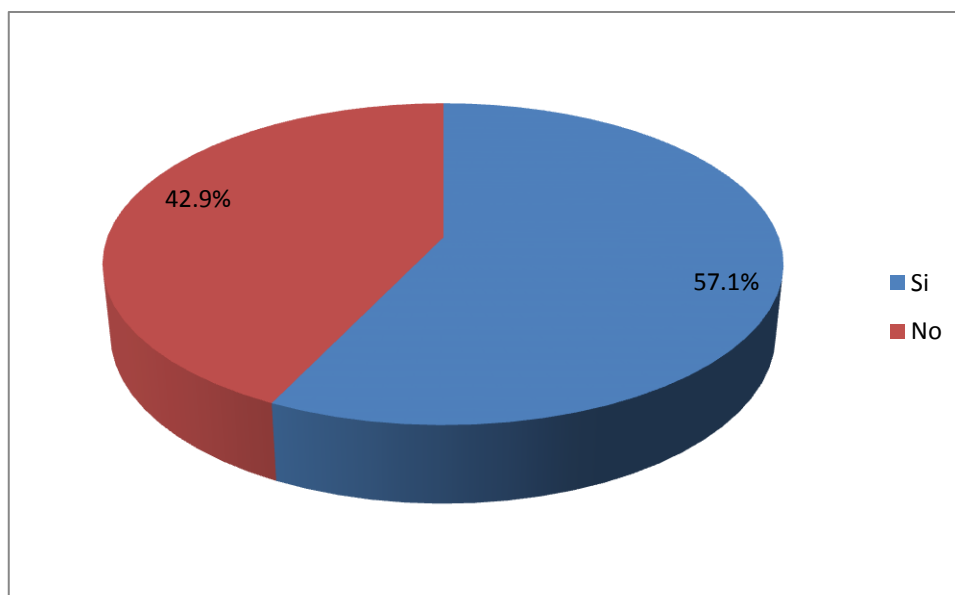


Figura 10. Conoce el término capacitación

Fuente: Tabla 3

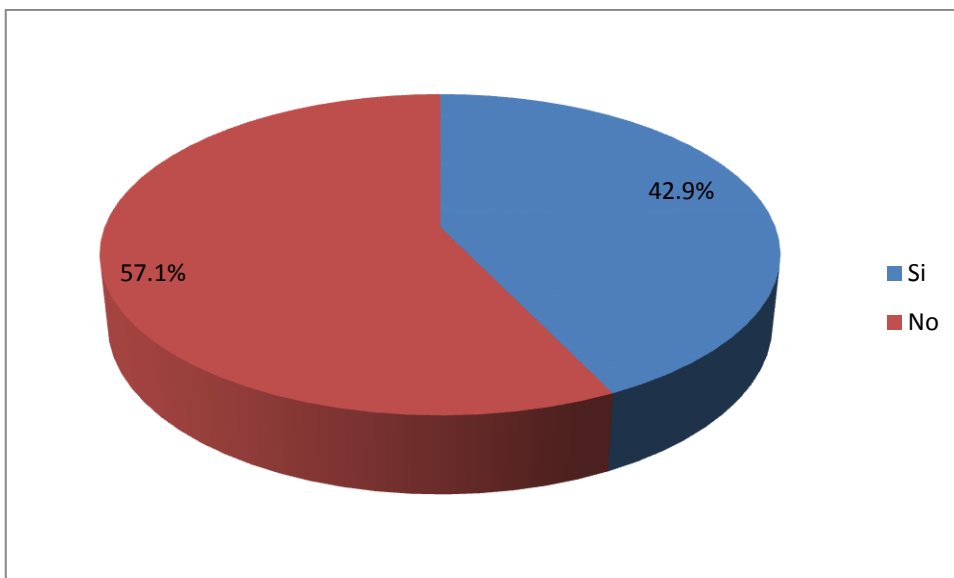


Figura 11. Recibió capacitación antes de crear su MYPE

Fuente: Tabla 3

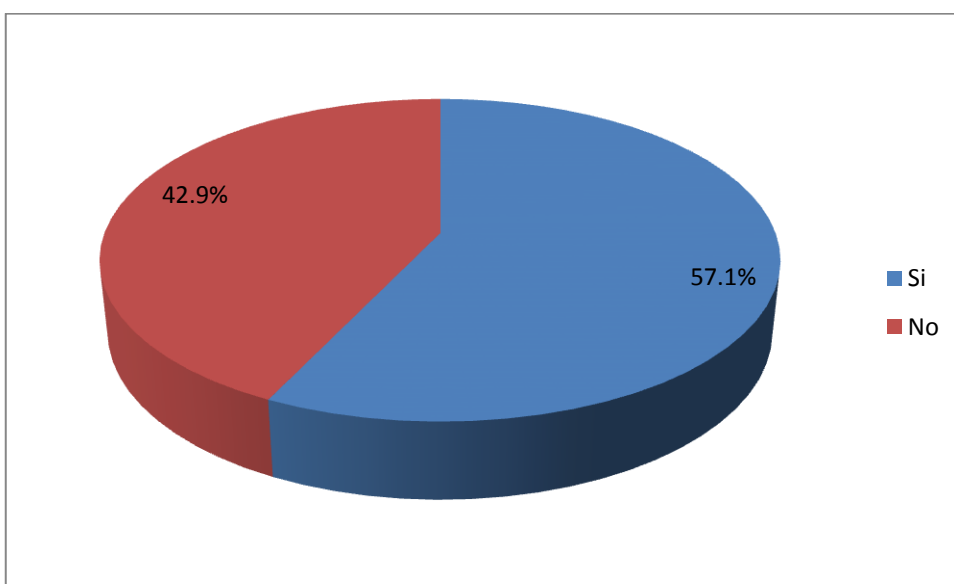


Figura 12. Se capacito en los últimos años

Fuente: Tabla 3

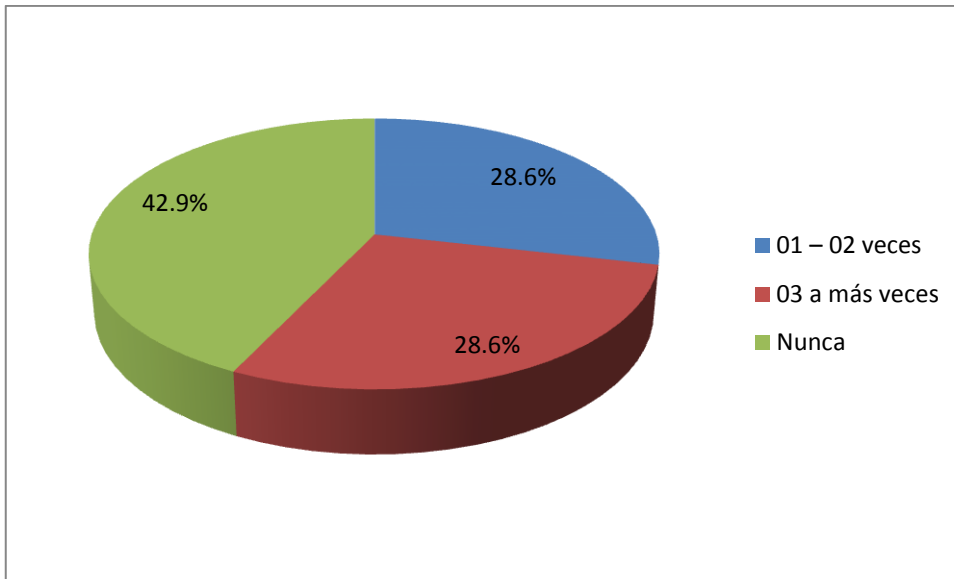


Figura 13. Cuantas veces se ha capacitado

Fuente: Tabla 3

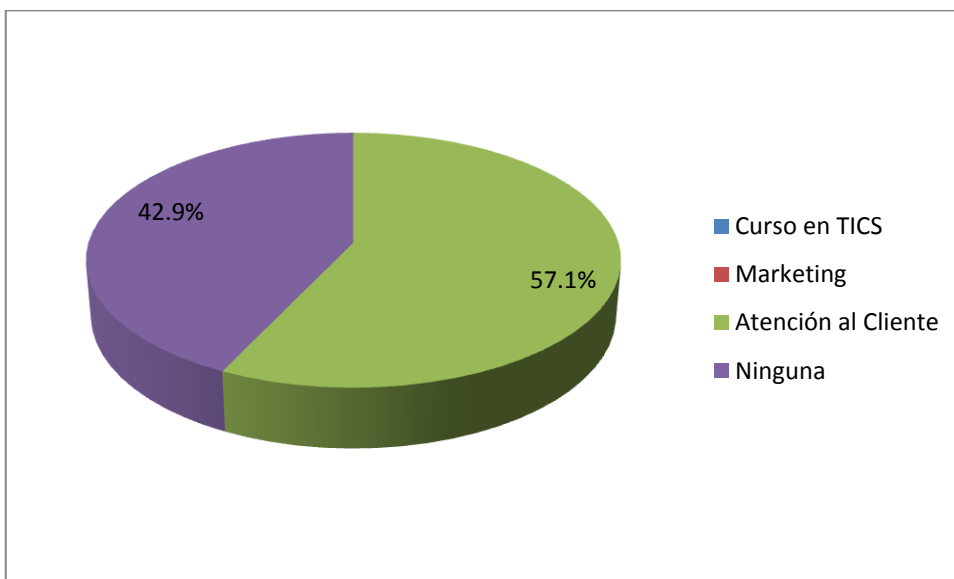


Figura 14. Tipo de capacitación recibida

Fuente: Tabla 3

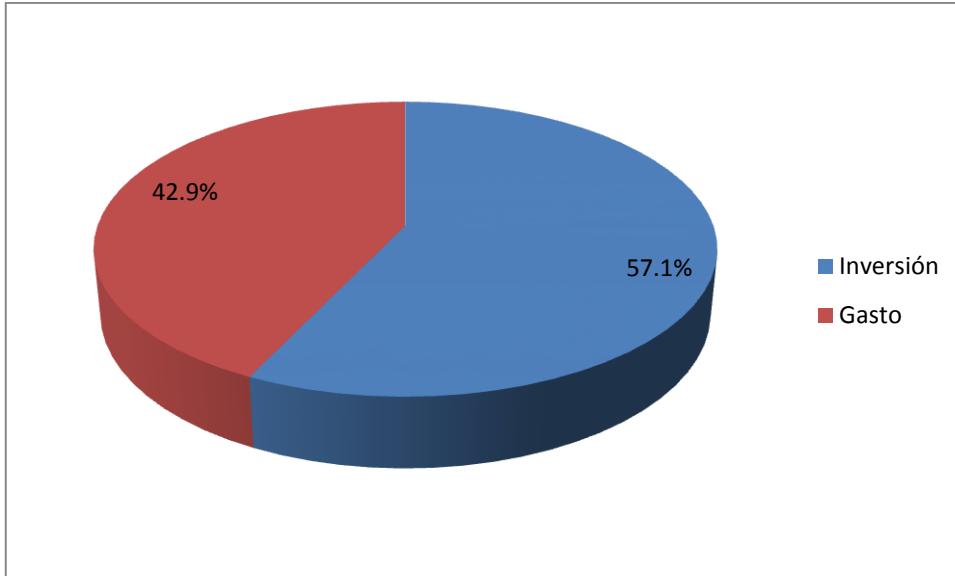


Figura 15. ¿Cómo considera a la capacitación?

Fuente: Tabla 3

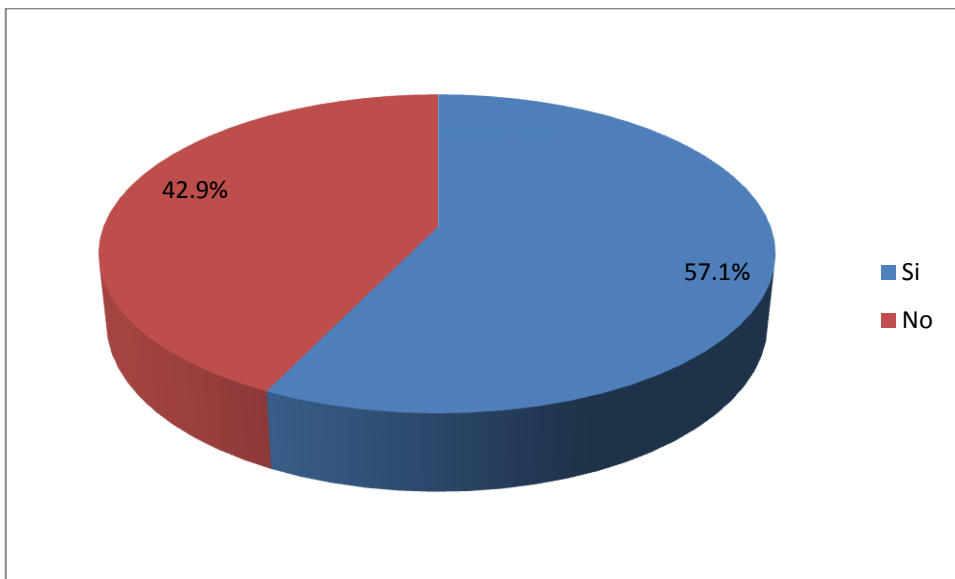


Figura 16. La capacitación eleva su eficiencia

Fuente: Tabla 3

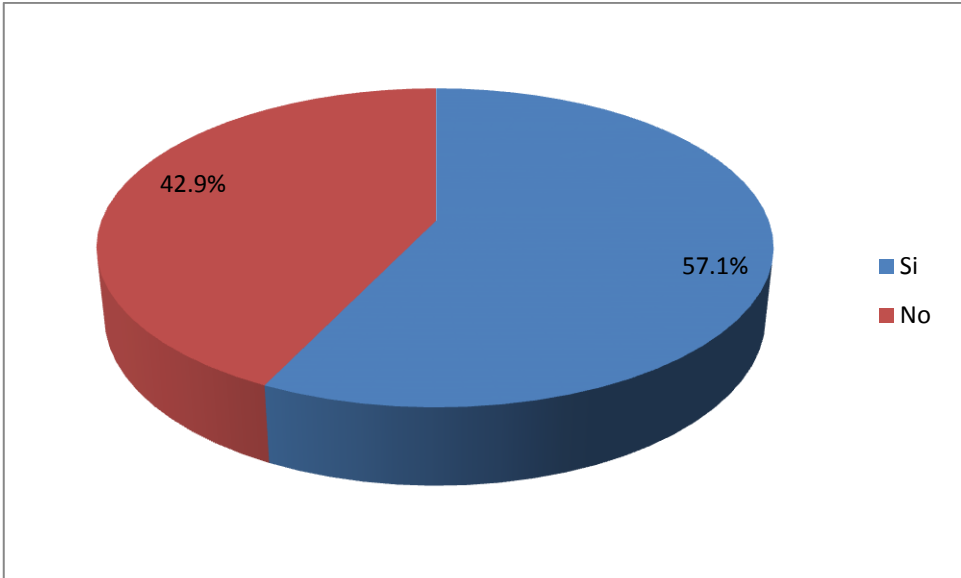


Figura 17. La capacitación permite el desarrollo de su empresa

Fuente: Tabla 3