



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO VENTA DE ROPA PARA BEBES,
CENTRO COMERCIAL CHIMBOTE, 2014.”

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

AUTORA:

Bach. LUISA RAQUEL LAVADO NARVAEZ

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

Dr. SANTOS FELIPE LLENQUE TUME

PRESIDENTE

Mgr. MIGUEL ANGEL LIMO VASQUEZ

MIEMBRO

Mgr. HECTOR ASCENCION RIVERA PRIETO

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

A mi novio Rudyar Cantinett, por motivarme cada día a seguir luchando por un mejor futuro y demostrar mis conocimientos y habilidades como Lic. En Administración, frente a un entorno empresarial muy exigente.

Al asesor Dr. Centurión Medina Reinerio por la comprensión y el tiempo que me brindo para poder culminar mi Tesis.

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico con mucho cariño, a mis padres Santos Narváez valencia Y Julio Lavado Pardo, puesto que ellos fueron personas grandiosas que me apoyaron constantemente para el logro de cada uno de mis objetivos.

A mis hermanos, por motivarme demostrarme que ellos pueden ser mis mejores amigos, puesto que me brindaron sabios consejos para vencer cualquier problema.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, a una población muestral de 22 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 81,8% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 18 a 30 años. El 77,3% son de género femenino. El 63,6% tienen estudios secundarios El 72,7% son los administradores. El 50,0% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 3 años en el rubro. El 100,0% tienen entre 1 a 5 colaboradores. El 68,2% fueron creadas para generar ganancias. El 63,6% de los representantes no se capacitaron . El 63,6% % de los trabajadores, no han recibido ningún tema de capacitación. El 100%, considera que la capacitación es relevante. El 63,6% consideran que la capacitación es un gasto. Se concluye que: La mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014, no aplican capacitación empresarial, porque lo consideran como un gasto.

Palabras clave: Capacitación, Micro y pequeñas empresas, Representante.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of the Training in micro and small companies in the commerce sector, baby clothes sale, Chimbote shopping center, 2014. The research was quantitative-descriptive, non-experimental design - transversal for the collection of information was chosen in a targeted manner, a sample population of 22 micro and small businesses, to whom a questionnaire of 15 closed questions was applied, using the survey technique. Obtaining the following results. 81.8% of representatives of micro and small businesses are between 18 and 30 years old. 77.3% are female. 63.6% have secondary education 72.7% are administrators. 50.0% of micro and small businesses have between 0 and 3 years in the business. 100.0% have between 1 and 5 employees. 68.2% were created to generate profits. 63.6% of the representatives do not receive trained. 63.6% of workers have not received any training topic. 100% consider that the training is relevant. 63.6% consider that training is an expense. It is concluded that: Most of the micro and small companies surveyed in the sale of baby clothing, Chimbote shopping center, 2014, do not apply business training, because they consider it as an expense.

Keywords: Training, Micro and small businesses, Representative.

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	5
III. Hipótesis	28
III. Metodología.....	29
4.1 Diseño de la investigación	29
4.2 Población y muestra	29
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	30
4.4 Técnicas e instrumentos	33
4.5 Plan de análisis.....	33
4.6 Matriz de consistencia.....	34
4.7 Principios éticos	37
V Resultados	38
5.1 Resultados	38
5.2 Análisis de resultados.....	41
VI. Conclusiones	47
Recomendaciones	48
Referencias bibliográficas	49
Anexos	52

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Pág.

Tabla N° 01: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.....	38
Tabla N° 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.....	39
Tabla N° 03: Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.....	40
Anexos	
Figura N° 1 : Edad.	58
Figura N° 2 : Genero .	58
Figura N° 3 : Grado de instrucción.	59
Figura N° 4 : Cargo	59
Figura N° 5 : Tiempo en el Cargo	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 : Finalidad de la empresa.	62
Figura N° 10 : Recibe capacitación (empresario).	62
Figura N° 11 : Recibieron capacitación este año (personal)	63
Figura N° 12 : Cantidad de cursos este año (personal).	63
Figura N° 13 : Tema de capacitación recibida.	64
Figura N° 14 : La capacitación es relevante	64
Figura N° 15 : Considera a la capacitación como:	65

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día es común ver que una persona busque iniciar su propio negocio, para mejorar sus ingresos, y de esta manera poder apoyar con fuentes de empleo, ya sean a sus familiares u otras personas, a ese tipo de negocios se les conoce como micros y pequeñas empresas, se puede decir que son parte fundamental de la estructura productiva de diversos países subdesarrollados, pero aunque tiene un alto grado de relevancia, muchas de ellas llegan a fracasar por falta de capacitación, por ello el personal no es muy productivo, lo cual no puede tomar sus propias decisiones, pero el problema de la escasa capacitación se da en todas partes del mundo.

En el caso de las micro y pequeñas empresas en la unión europea, estas representan un gran porcentaje de las fuentes de empleo y del crecimiento económico de distintos países, por lo cual los microempresarios buscan mejorar su productividad a través de la capacitación, ya que los países como Holanda y Honduras se preocupan por mejorar la capacitación en las MYPES para que la productividad sea más sostenible, incrementando sus estrategias de promoción, así también mejorar la calidad del producto. **(Torres, 2013)**

En algunos países europeos los microempresarios si se preocupan por la mejora continua de los trabajadores, a diferencia de las micro y pequeñas empresas en el Perú, la falta de capacitación ha traído como consecuencia que los trabajadores no sean eficientes en sus labores, por lo cual siguen en una misma rutina, se puede decir que se encuentran en un ambiente laboral no favorable, en donde no existe una clara motivación, ni satisfacción.

En México las micro y pequeñas empresas, son importantes porque generan diversos tipos de trabajo a la gran parte de la población, pero son muchas las que fracasan, y el principal problema es la falta de capacitación que impide el desarrollo de estos pequeños negocios, por lo cual es importante que el microempresario priorice la capacitación, y que a pesar de que los procesos de

capacitación tienen costos elevados esto a la larga representa una inversión, puesto que se verá reflejado en el incremento de las utilidades. **(Cruz, 2014)**

Los microempresarios en México no están siendo capacitados, por lo cual no han logrado mejorar su productividad ni desarrollo, ellos son conscientes de que la capacitación tiene altos costos, pero si no dedican su tiempo a mejorar la capacidad de ellos ni de su personal, mejorarán en sus utilidades del mismo en el Perú los microempresarios, consideran que la capacitación tiene altos costos, por lo cual no se esmeran en buscar la manera de reservar fondos para algún programa en la empresa.

Por otro lado en Chile las micro y pequeñas empresas son grandes generadoras de empleos, pero estos pequeños negocios muestran gran interés por la capacitación, por lo cual su productividad es relativamente baja, se puede decir que un empresario siempre es alguien que está con la cabeza en la próxima inversión, en cómo hacer más cosas, pero esa inversión se asocia mucho como activo fijo, una máquina más grande, un vehículo, algo de tecnología y no se detiene a ver más allá y considerar la inversión en las personas, en el conocimiento, en el capital humano. **(Berguño, (2010)**

Los microempresarios chilenos no se preocupan por mejorar las habilidades del trabajador, y están más centrados en inversión en los activos fijos, considero que toman esta decisión porque no son conscientes de que el factor humano es el más importante en la empresa, del mismo modo algo similar ocurre en el Perú, las inversiones solo son en compras de más maquinaria, muebles, etc., pero el capital humano se deja de lado.

Por otra parte, en el Perú, las micro y pequeñas empresas son esenciales para el desarrollo social y económico, además el peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero el acceso a capacitación en el segmento MYPE es muy bajo, entre el 15% y 20%. Esto genera una gran brecha porque, actualmente, por lo que el mundo paga más, es por productos con un

factor de innovación y el peruano promedio de la micro y pequeñas empresas no ha llegado a conceptualizar cómo calzar esos elementos dentro de su modelo de negocio. (Terrones, 2014)

El porcentaje de capacitación en el Perú es muy bajo, quizá sea porque los costos son altos, pero es ahí donde el Gobierno debe apoyar con capacitación gratuitas, solo de esa manera los microempresarios podrán adaptarse a los cambios, y ofrecer un producto más innovador, porque si el capital humano está mejor preparado, es lógico que los productos serán de mayor calidad.

Por ultimo a nivel local en el caso del distrito de Chimbote, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro de venta de ropa para bebés, no están implementando un plan de capacitación para el desarrollo de los integrantes de la organización, por lo cual esta ocasionado que los niveles de productividad sean bajos, el personal no está calificado para las ventas, puesto que no dan un trato personalizado al cliente, pero ante este problema la solución sería crear un plan de capacitación, identificado los temas o cursos en el cual el trabajador podría desarrollar fácilmente sus habilidades, por ende el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014?.** Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014; para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014, así mismo, Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014 y Determinar las principales características de la Capacitación en las

Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Finalmente, la presente investigación se justifica porque permite conocer a nivel descriptivo las principales características de la Capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014; es decir conocer las principales características del rubro, las MYPES y de sus representantes. Así también se justifica porque aportará nuevos conocimientos sobre la capacitación, sus tipos, técnicas, y los beneficios que se logran a través de un plan de capacitación. Por último servirá como antecedente para futuros investigadores, así también para los emprendedores de la Región Ancash, ya que podrán observar los errores empresariales, y de esta manera tratar de reducirlos, pudiendo así mejorar el desarrollo de sus micro y pequeñas empresas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Gómez, (2014). En su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro compra/venta de ropa para damas-Trujillo, 2014”, se obtuvo los siguientes resultados. El 71% de los representantes legales de las MYPES son adultos. El 71% de los representantes legales de las MYPES son del sexo femenino. El 34% de los representantes legales de las MYPES poseen grado de instrucción superior no universitaria completa. El 40% de las MYPES posee más de tres años. El 46% las MYPES posee dos trabajadores permanentes. El 71% de las MYPES se formó para obtener ganancias. El 80% del personal de las MYPES si recibió capacitación. El 80% de las MYPES consideran que las capacitaciones son una inversión. El 80% de las MYPES consideran que las capacitaciones son importantes. *Se concluye que* poco más de la mitad (51%) de las MYPES tuvo un curso de capacitación en los últimos dos años y poco menos de 1/3 (31%) de las MYPES no tuvo ningún curso de capacitación en los últimos dos años. Menos de 1/3 (26%) de las MYPES brindó el curso de manejo empresarial; asimismo menos de 1/3 (26%) de las MYPES brindó el curso de administración de recursos humanos. Poco más de 2/3 (80%) de las MYPES si recibió capacitación y menos de 1/3 (20%) de las MYPES no recibió capacitación. Menos de 1/3 (20%) de las MYPES brindaron dos capacitaciones asimismo menos de 1/3 (23%) de las MYPES brindaron tres capacitaciones. Más de la mitad (60%) de las MYPES consideran que brindaron más capacitación el año 2012 y solo menos de 1/3 (20%) de las MYPES consideran que brindaron más capacitación el año 2013. Poco más de 2/3 (80%) de las MYPES considera que las capacitaciones son una inversión y solo menos de 1/3 (20%) de las MYPES no precisan si es una inversión o no. Poco más de 2/3 (80%) de las MYPES consideran que las capacitaciones son importantes y solo menos de 1/3 (11%) de las MYPES consideran que no son importantes las capacitaciones.

Rojas, (2014). En su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina, de la ciudad de Huaral, provincia de Huaral, departamento de lima, periodo 2013 - 2014”, se obtuvieron los siguientes resultados, , el 85.7% son adultos, el 57.1% son del sexo femenino, el 28.6% de los representantes legales de las Mypes poseen instrucción secundaria completa, en la misma proporción Superior universitaria incompleta, El 100% de encuestados manifestaron que las Mypes del sector comercio en el rubro de distribuidoras de útiles de oficina no recibieron capacitación, el 42.9% manifestaron que participaron en dos cursos de capacitación en los dos últimos años, el 28.6% manifestó que participaron en un curso, 71.4% manifestaron que participaron en otros tipos de capacitación que no se mencionan en la encuesta, el 57.1% de las Mypes poseen de dos a siete empleados en sus negocios, El 100% de encuestados manifestaron que el personal de sus Mypes sí recibió algún tipo de capacitación, el 57.1% manifestaron que su personal participó en un curso de capacitación, el 100% de los trabajadores recibieron capacitación, El 100% de los empresarios encuestados manifestaron que las capacitaciones sí son una inversión, El 100% de los empresarios encuestados manifestaron que la capacitación sí es relevante para sus negocios, El 100% de los administradores encuestados manifestaron que las Mypes del sector comercio en el rubro de útiles de oficina se capacitaron en el tema de “Prestación de mejor servicio al cliente, El 100% de los empresarios encuestados manifestaron que la capacitación sí mejora la rentabilidad de su empresa. *Se concluye que*, dado que la capacitación de los microempresarios de las MYPES es regular, se deberían programar una serie de charlas para explicar la importancia que tiene la capacitación en el desarrollo de las MYPES. Así mismo, se deberían empezar a realizar estudios correlacionales entre capacitación y rentabilidad empresarial.

Dioses, (2013). En su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio - rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013 – 2014”, se obtuvieron los siguientes resultados, el

95% son propietarios del negocio, el 70% tiene experiencia en el manejo de Mypes entre 4 a 5 años, el 60% de los propietarios tiene grado de instrucción técnica, el 60% de las MYPES tienen una antigüedad de 4 a 5 años, el 85% de trabajadores recibe capacitaciones, el 85% de trabajadores si practica según la capacitación recibida, el 80% considera a la capacitación como una inversión, el 100% cree que la capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de las Mypes. *Se concluye que*, La mayoría de los micros empresarios encuestados están en el rubro y sector hace más de 3 años, se observa que, la mayoría de los encuestados ocupan el cargo de propietarios de las MYPES, la mayoría de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción superior técnica y solo la minoría tienen estudios secundarios, La mayoría de las MYPES encuestadas sustentó que el personal no recibe ningún tipo de capacitación.

Silva, (2014). En su tesis titulada: “Caracterización de la capacitación, el financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de artículos de ferretería del distrito Sullana, 2014”, se obtuvieron los siguientes resultados, El 85% de los encuestados manifestaron que dentro de su empresa siempre se realiza inducción a su personal ya que es política de la empresa, el 64% nunca realiza capacitación destinada a formar futuros jefes, el 65% siempre considera que la capacitación mejora la competitividad, el 65% siempre considera que la capacitación mejora la productividad, el 72% nunca considera a la capacitación del personal dentro de su presupuesto anual, el 48% casi siempre considera importante enviar al personal a escuchar conferencias en su especialidad, el 35% muy pocas veces lo considera, el 52% nunca cuenta con manuales de capacitación, el 57% nunca invierte en adquirir videos de capacitación. *Se concluye que* se identificó como características de la capacitación que las MYPES del rubro ferreterías si realiza inducción a los trabajadores cuando ingresan a laborar con la finalidad de que conozcan la empresa, las tareas a realizar, los compañeros de trabajo; además se considera que la capacitación puede mejorar la productividad y competitividad de la empresa; por otro lado la mayor parte de

empresarios no capacitan a su personal, es decir a pesar de estar conscientes de los beneficios que la capacitación puede tener dentro de la empresa, en su gran mayoría ellos se niegan a invertir en la capacitación, es por ello que no cuentan con manuales ni videos de capacitación y no se considera a la capacitación dentro del presupuesto anual, lo que confirma la poca importancia dada a la capacitación en las MYPES de este rubro.

Villavicencio, J. (2013). En su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES DEL sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013”, se obtuvieron los siguientes resultados, el 58% son de 31 años a más, el 63% son de sexo masculino, el 39% estudiaron en institutos y el 31% tienen estudios secundarios completos, el 44% son administradores y el 29% contadores, el 42% tiene entre 1 a 5 años de funcionamiento y el 34% tiene entre 6 a 10 años, el 47% tiene por objetivo generar ingresos y el 25% maximizar ganancias, el 95% considera que la capacitación es importante para las MYPES, el 71% se ha capacitado durante el año 2013, el 56% se ha capacitado de 3 a 6 veces durante el año 2013, el 78% considera a la capacitación como una inversión, el 41% ha recibido capacitación sobre temas de almacenes. *Se concluye que*, las MYPES del sector servicio, rubro de ferreterías del distrito de Chimbote, se ha encontrado que la mayoría de personas que administran las MYPES son de sexo masculino, más de la mitad tiene una edad promedio de 31 años a más, y en su mayoría estudiaron en institutos y universidades las carreras de administración y contabilidad. La mayoría de las MYPES han sido formadas hace 1 o 5 años promedio, de los cuales existe una minoría que aún se encuentran trabajando en medio de la informalidad, pero que tienen objetivos claros, como es el de generar ingresos para su empresa y maximizar ganancias. La capacitación de las MYPES en su totalidad es considerada como una herramienta importante, es por ello que más de la mitad de los empresarios encuestados se han capacitado entre 3 a 6 veces durante el año 2013, por lo que la mayoría considera a la capacitación una inversión más que un gasto. Más de la mitad del personal ha recibido capacitación

de 1 a 3 veces durante el año 2013, en su mayoría en temas relacionados a almacenes y marketing – ventas.

Valdarrago, (2013). En su tesis titulada: Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector comercio, compra-venta de artesanía en el distrito de Chanchamayo, 2013”, se obtuvo los siguientes resultados. El 42.11% de los empresarios están entre 20 y 30 años de edad, El 57.89% de los empresarios es masculino. El 47% de los empresarios cuenta con educación básica. El 63.16% de los empresarios consideran que son comerciantes. El 68.42% hace referencia que tiene menos de tres años en el rubro. El 95% tienen entre 1 a 3 trabajadores. El 79% de los empresarios encuestados refieren que iniciaron el negocio por obtener ganancias. El 84% ha de los gerentes han participado en una a tres oportunidades en una capacitación, el 42.11% de los encuestados refieren ha participado en temas de manejo empresarial, mientras que el 26.32% ha participado en temas de marketing. El 68% de las empresas que trabajan con personal hacen referencia que si capacitaron al personal. El 50% de los encuestados refieren que el personal fue capacitado en atención al cliente, mientras que el 33.33% fueron capacitados en otros. El 83.33% ha participado hasta tres veces en una capacitación. El 84.21% de los encuestados refieren que la capacitación eleva el rendimiento de la empresa. El 89.47% refieren que la capacitación que si es importante. *Se concluye que*, el presente estudio se observa que los responsables de las MYPES no recibieron capacitación, los encuestados consideran que la capacitación es importante, considerando desde esa perspectiva, los datos obtenidos durante el estudio, refleja que la mayoría de los representantes participaron durante el año 2013 hasta en tres oportunidades en capacitación, siendo éstas principalmente en manejo empresarial, mercadeo y otros. Las MYPES que laboran con personal han capacitado a su personal principalmente en atención al cliente, éstas del mismo modo fueron capacitados hasta en tres oportunidades en algunos casos.

2.2 Bases teóricas

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 objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Las micro y pequeñas empresas son el motor de desarrollo del país, por lo cual esta ley ayuda a que los microempresarios tomen conciencia de que deben formalizarse, para poder mejorar su competitividad frente a la competencia.

Características de las Micro y pequeñas empresas

Del mismo modo se creó otra ley importante para el desarrollo de las MYPES, para lo cual la nueva **Ley n° 30056, (2013)**, en su artículo n° 5 nos menciona que las micro, medianas y pequeñas empresas, ya no se clasificaran por el número de trabajadores, puesto que ahora 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**)

Esta ley es importante para que los microempresarios puedan contratar a más personal, y de esta forma poder mejorar la productividad de la empresa, ya que mientras más personas se integran a la organización, habrá mayor capacidad para que puedan extenderse en el sector.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Ministerio de Trabajo, (2013), nos dice que las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- 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.

Cabe recalcar que las micro y pequeñas empresas son importantes porque mediante ella se reduce la pobreza en el Perú, considero que permiten mejorar la calidad de vida de miles de personas que tienen escasos recursos económicos.

Capacitación

Para que las micro y pequeñas empresas, puedan mejorar su rendimiento deben aplicar la capacitación a su personal, de acuerdo con **Rosas, (s.f)**, nos dice que “La capacitación es un proceso a través del cual se adquieren, actualizan y desarrollan conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño de una función laboral o conjunto de ellas”. **(p. 2)**

Por su parte **Arzola, (2013)**, nos dice que la capacitación “es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de los trabajadores” en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno. **(p. 6)**

Los autores coinciden en que la capacitación permite mejorar el desempeño laboral de las empresas, en el caso de las micro y pequeñas empresas este es un tema aislado, pues los dueños no se preocupan por invertir en capacitación.

Principios fundamentales de la capacitación

La capacitación es un proceso que lleva a mejorar continuamente las actividades laborales, con el fin de implantar mejores formas de trabajo, pero antes de aplicar la capacitación debemos conocer sus principios fundamentales, según **Delfín, (s.f)**, nos dice que:

- Transmisión de informaciones: Distribuir información entre los entrenados como un cuerpo de conocimientos.
- Desarrollo de habilidades: Destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual. Es una capacitación orientada de manera directa a las tareas y operaciones del trabajador.
- Desarrollo de actitudes: Se refiere al cambio de actitudes negativas por actitudes más favorables entre los trabajadores, aumento de la motivación, desarrollo de la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión.
- Desarrollo de conceptos: la capacitación puede estar conducida a elevar el nivel de abstracción y conceptualización de ideas, ya sea para facilitar la aplicación de conceptos en la práctica administrativa o para elevar el nivel de generalización. **(párr. 17)**

Las micro y pequeñas empresas, no son conscientes de las bases fundamentales de la capacitación, este desconocimiento hace que prefieran seguir laborando en la misma rutina y no investiguen cuales son los grandes beneficios de la capacitación permanente.

Capacitación y desarrollo profesional

Cuando hablamos de capacitación y desarrollo profesional nos referimos a la educación que recibe una persona con el fin de estimular su efectividad en la posición que desempeña dentro de la compañía, de acuerdo con **Pinillos, (2014)**, nos dice que “normalmente la capacitación tiene objetivos a corto o mediano plazo, busca desarrollar una capacidad específica, ejemplo: un curso de Excel. En contraste, el desarrollo profesional busca formar a mediano o largo plazo, líderes y ejecutivos con conocimientos y talentos específicos”. **(párr. 10)**

Del mismo modo **Pinillos, (2014)**, nos dice que para tomar las decisiones correctas en cuanto a que programas de capacitación requieren nuestros colaboradores, y con la finalidad de no convertir a la capacitación en un gasto sino en una inversión, debemos realizar previamente las siguientes actividades:

- Elabore una descripción de todos los puestos de su compañía. Realice una "Detección de Necesidades de Capacitación".
- Determine cual o cuales cursos de entrenamientos son necesarios para mejorar el desempeño de su empresa en general y después seleccione que empleados son los adecuados para adquirir esa capacitación.
- Establezca los objetivos que quiere alcanzar con la capacitación y determine de qué forma recuperará el dinero que invierta (retorno sobre inversión). Por ejemplo, si contrato un curso profesional de ventas para todos mis vendedores, y si después de tomar este curso mis vendedores incrementan sus ventas en un 30%, esto generaría utilidades por X cantidad y por lo tanto recuperaría mi inversión en Y meses.**(párr. 10)**

Está claro que la capacitación mejora el rendimiento del trabajador y los hace más expertos en sus funciones, para ellos es importante analizar a los trabajadores, para identificar en que están fallando y de acuerdo a ellos prepara un plan de capacitación.

Las tendencias actuales en la capacitación

Las tendencias en entrenamiento están cambiando rápidamente. Los gerentes y los empresarios ahora buscan que los resultados de lo aprendido se traduzcan de modo visible en mejoras en el desempeño de sus equipos de trabajo, de acuerdo con **Frigo, (s.f)**, no dice que las tendencias para capacitar son:

- En primer lugar, las empresas más exitosas no se basan en personas brillantes: se basan en equipos de trabajo muy adiestrados y competentes.

Para mejorar la eficacia de la empresa, entonces, no es suficiente "mandar a hacer un curso" a dos o tres personas. En general hace falta reentrenar a equipos completos, sobre todo cuando hablamos del equipo directivo de la empresa.

- En segundo lugar, las empresas exitosas no buscan aumentar la cultura general de sus gerentes. Buscan lograr que sus gerentes mejoren la forma de hacer su trabajo cotidiano.
- En tercer lugar, se fijan prioridades estrictas de capacitación no solo en lo referente a los temas abordados, sino también en a quien se entrena. Se invierten más recursos en capacitar a la gente que afecta los procesos principales del negocio. Y se busca que su entrenamiento se difunda a lo largo de toda la línea.
- En cuarto lugar, la capacitación tiene un lugar cada vez más importante en el presupuesto de la organización. En los países avanzados, los presupuestos de capacitación aumentan un 3 a 5 % por año.
- En quinto lugar, disminuye el tiempo en el aula. Los cursos externos de dos o más días completos son reemplazados por actividades cortas, de una mañana de duración.
- Y finalmente, está cayendo en desuso el modelo tradicional de entrenador. Hasta hace poco el entrenamiento era dirigido por un instructor que enseñaba a los participantes. Ahora, en cambio, los

instructores eficaces se han transformado en facilitadores del aprendizaje, y ya no enseñan, ayudan a los asistentes a aprender a mejorar su desempeño en el trabajo. **(párr. 1)**

Objetivos de la capacitación

se deben fijar objetivos de naturaleza histórica o estadística para asuntos como la capacitación de inducción de los trabajadores que entran a la compañía, capacitar a los nuevos supervisores, a los vendedores en nuevos productos o a nuevos vendedores en ventas al detalle, de acuerdo con **Jamaica, (2015)**, nos dice que los objetivos principales de la capacitación son:

- ***Promover el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.*** Se debe considerar en primera medida que la organización más allá de la búsqueda de dinero como resultado de su actividad económica, requiere una sustentabilidad en el tiempo para que permita proveer ingresos permanentes para todos los integrantes de la organización. Esto se consigue principalmente por la mano directa de los colaboradores y su desempeño en un lapso de tiempo, en tal caso será conveniente identificar todos los factores personales y profesionales que determinan el rendimiento del trabajador en su área de responsabilidad.
- ***Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.*** Es necesario que la mediana y pequeña empresa tenga estudios detallados de los perfiles laborales con los que cuenta en materia de selección de personal, de tal modo que se puedan identificar los conocimientos técnicos que deben tener los colaboradores en cada una de las áreas. Así, se generarán los planes de capacitación específica que permiten la renovación y actualización de conocimientos en las áreas que se requieran.

- **Perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo.** La rotación de personal ha sido un aspecto de variados estudios en el ámbito organizacional, sin embargo, bajo el punto de vista de la capacitación, se hace conveniente perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, buscando potenciar a este en todos los aspectos posibles para que su rendimiento sea el esperado y el óptimo. Es por ello que los planes de capacitación organizacional están enfocados a garantizar que los procesos se ejecuten de acuerdo a los planes estratégicos y operacionales de la empresa, y allí no cabe la posibilidad de efectuar cambios drásticos de personal. **(p. 5)**

Los objetivos de la capacitación son distintos, dependiendo de lo que quiera lograr la empresa, para establecer estos objetivos, se debe hacer un análisis del perfil de cada trabajador, este concepto resulta difícil de entender por las micro y pequeñas empresas, ya que no se enfocan en mejorar el capital humano, sino solo priorizan sus actividades en tratar de vender, pero no se dan cuenta que mejorarían sus ventas si se aplicara la capacitación.

Los planes de capacitación

De acuerdo con **Martínez, (2009)**, nos dice que la “planificación de la capacitación, enmarcada en las políticas de desarrollo de sus recursos humanos, es una función esencial para asegurar la ejecución coordinada de todas las acciones de capacitación que lleva a cabo la empresa”. **(p.99)**

Es importante resaltar, que los principales referentes para diseñar un plan de capacitación son las políticas de desarrollo del capital humano de la empresa, el inventario de las necesidades de capacitación y la disponibilidad de servicios formativos fuera o dentro de la empresa para atender dichas necesidades.

Desarrollo del plan de capacitación

La realidad empresarial implica la búsqueda de alternativas que permitan fortalecer las competencias de los trabajadores de tal manera que su desempeño contribuya significativamente a la hora de marcar la diferencia, por lo cual **Vecino, (2017)**, nos dice que para fortalecer las competencias del trabajador es importante que la empresa desarrolle un plan de capacitación, para ello se debe considerar los siguiente puntos:

- ***Elaborar el diagnóstico*** del estado actual del proceso de capacitación y entrenamiento con el fin de ajustar la propuesta de intervención a la realidad de la organización.
- ***Desarrollar un plan de formación y entrenamiento*** práctico en gerencia de la capacitación a los responsables de los procesos de entrenamiento, capacitación y desarrollo.
- ***Diseñar, de manera conjunta, un plan de trabajo*** de mediano plazo que permita operacionalizar los conceptos trabajados con los participantes en el proceso y establecer mecanismos de seguimiento y evaluación al plan formulado. (párr. 30)

Pasos para desarrollar un plan de capacitación exitoso

De acuerdo con **Keathly, (2015)**, nos menciona algunos pasos para implementar un plan de capacitación:

- Comienza con el final en mente. Tal vez tu empresa está implementando un nuevo software y necesita una transición sin problemas, con muy poco tiempo de inactividad. Tal vez estás a cargo de una capacitación en el área de seguridad exigida por la empresa donde se espera que el resultado sea cero lesiones en el área de trabajo.
- Ten en cuenta tu audiencia. Es importante adaptar el mensaje y el estilo general de la capacitación de acuerdo a tu público específico. No

hablarías en una sala llena de ejecutivos de alto nivel de la misma manera en la que te dirigirías a tus pasantes. Si estás a cargo de crear un programa de orientación general que incluye un grupo de empleados de diferentes niveles, entonces tu mensaje y estilo de capacitación debe ser un poco más genérico para atraer a todos. (Sin embargo, “genérico” nunca debe significar “aburrido”).

- Sé creativo. Todos alguna vez nos hemos sentado en sesiones de capacitación totalmente aburridas. Por lo general, esto sucede cuando la persona que imparte la capacitación lo ha hecho tantas veces que sólo se dejan llevar por inercia. No les emociona lo que hacen, entonces ¿por qué nosotros sí deberíamos emocionarnos?
- Que sea interactiva. Las personas aprenden haciendo, no viendo. Es una total pérdida de tiempo de la empresa y del empleado el sentarlo y ver un video de capacitación por horas. Un mejor enfoque es incluir cuestionarios interactivos, juegos y una sesión de capacitación donde tenga que hacer algo en el equipo, de hacer que los empleados completen tareas en tiempo real, lo cual aumenta la tasa de retención de los conocimientos del curso.
- Mide los resultados. El último paso para un programa de capacitación exitoso es medir los resultados. Tener una encuesta al final de una sesión de entrenamiento para preguntar a los participantes su opinión del curso y del instructor están bien en lo que a retroalimentación se refiere. Pero es necesario planear una “examen” de seguimiento para tener una idea real del éxito de la capacitación. Al ver los resultados reales y las estadísticas te ayudará a ajustar y afinar el programa general de capacitación para sesiones futuras.

Considero que, para una correcta implementación de la capacitación, es fundamental utilizar una buena técnica, para que los participantes no se aburran,

es decir hay que ser muy creativos para que el personal pueda captar muchos mejor algún tema de capacitación.

Evaluación de los resultados de la capacitación

Tanto el proceso de selección como el de capacitación del personal dependen en gran medida de factores como el análisis de puestos, el plan de recursos humanos, y la oferta y calidad del mercado de trabajo, de acuerdo con **Guiarratana, (2008)**, nos dice que existen cuatro categorías básicas de resultados o efectos de la capacitación que se pueden evaluar:

- **reacción:** primero, se deben evaluar las reacciones de los empleados ante el programa (¿les gusto?, piensan que es valioso?)
- **aprendizaje:** segundo, es posible evaluar mediante pruebas a los empleados para determinar si aprendieron los principios, habilidades y hechos que tendrían que haber asimilado
- **conducta:** posteriormente, se debe observar si la conducta en el trabajo de las personas en entrenamiento cambio debido al programa de capacitación
- **resultados:** ¿al final, se debe preguntar “que resultados finales se lograron en términos de los objetivos de capacitación previamente fijados?, ¿descendió el número de quejas de los clientes con relación a los empleados?, ¿mejoro la tasa de rechazo?, ¿descendió el costo de los desperdicios?, se cumple con las metas de producción? **(párr. 7)**

Evaluar la capacitación es básico y fundamental para lograr el desarrollo del capital humano, es de esta manera como vamos a lograr tener una retroalimentación cierta y útil para la consecución de los objetivos de aprendizaje que deben estar diseñados para cada persona dentro de una organización.

Tipos de capacitación

Según **Esmith, (s.f)**, nos dice que la capacitación es como un bus con muchas ruedas, de las cuales hay tres que deben estar en continuo movimiento en cualquier momento en una empresa u organización; ella asegura que una empresa siempre debe estar ocupándose de alguna de las tres:

- ***Capacitación para el desarrollo de los empleados.*** Este punto es esencial en cualquier organización y que jamás debe ignorarse por cuestiones de presupuesto, ya que los empleados necesitan sentir que la empresa sigue invirtiendo en cada uno de ellos, que su contribución profesional sigue siendo importante y que sus habilidades se están desarrollando de acuerdo con los objetivos globales de la organización. Así mismo, invertir en los empleados, genera varios tipos de lealtad como el compromiso con la calidad de los servicios que estos prestan, así como con los clientes internos y externos, los cuales son indicadores de las habilidades del negocio para continuar siendo relevante.
- ***Capacitación para el desarrollo de las habilidades del trabajo.*** Las organizaciones con planes que incluyen crecimiento, productividad, calidad y satisfacción de los empleados, este tipo de capacitación no es algo negociable para quienes trabajan en ellas, sino que se trata de una estrategia que poco a poco irá mejorando las habilidades profesionales de los empleados –permitiendo además medir los cambios- de manera que no se intenten solucionar las necesidades de los clientes con el mínimo de recursos, sino con empleados que están siendo capacitados para ello.
- ***Capacitación para nuevos supervisores.*** Este es un punto en el que la mayoría fallan ya que, por lo general, las empresas no ofrecen ningún tipo de capacitación que ayude en el período de transición a aquellos empleados estrellas que son ascendidos a supervisores. Ella habla de tres pecados que se cometen comúnmente en esta situación: Primero,

que la productividad se ve afectada porque ese excelente empleado ya no está aportando como lo hacía antes; segundo, se ha creado un problema para los demás empleados al asignarles un líder que no está preparado para serlo; y tercero, el entusiasmo y la seguridad del nuevo supervisor disminuye y no es tan efectivo como antes. **(párr. 4)**

Considero que el tipo de capacitación que las micro y pequeñas empresas puedan poner en práctica es, en el desarrollo de su personal ya que es importante proporcionar conocimientos al personal para el continuo desarrollo en sus cargos actuales o prepararlos para otras funciones.

Técnicas de capacitación

De acuerdo **Pérez, (2013)**, menciona que las siguientes técnicas de capacitación para el personal pueda tener una mayor iniciativa a captar el programa:

- Conferencia y presentación de vídeos. Las conferencias personales impartidas por expertos, la exhibición de videos, películas, audiovisuales, etc., depende más de la comunicación y menos de la imitación y la participación activa. Por lo general las conferencias permiten economizar tiempo y recursos; los otros métodos pueden requerir lapsos de preparación más amplios y presupuestos más considerables.
- Entrenamiento vesicular. A fin de evitar que la instrucción interfiera con las operaciones normales de la organización, algunas empresas utilizan instalaciones que simulan las condiciones de operación real.
- Role Playing y dramatización. La técnica del Role playing o dramatización obliga al capacitado a desempeñar diversas identidades.
- Estudio de Casos. Mediante el estudio de una situación específica real o simulada la persona en capacitación aprende acerca de las acciones que es deseable emprender en circunstancias análogas a las que le han sido presentadas.

- Estudio individual y aprendizaje programado. Los materiales de instrucción para el aprendizaje individual resultan de gran utilidad en circunstancias de dispersión geográfica del personal, por ejemplo, o de gran dificultad para reunir a un grupo de asistentes a un programa de capacitación. Asimismo, estas técnicas se emplean en casos en que el aprendizaje requiere poca interacción.
- Capacitación en laboratorio. La capacitación en laboratorio constituye una modalidad de la capacitación en grupo. Se emplea en primer lugar para desarrollar las habilidades interpersonales. Puede utilizarse también para el desarrollo de conocimientos, habilidades y conductas adecuadas para futuros responsabilidades laborales.
- Aprendizaje mediante la práctica. En ciertos campos profesionales solo la exposición directa a las condiciones de trabajo real permite capacitar al personal. **(párr. 9)**

Parte del éxito en toda empresa es la aplicación de las técnicas de capacitación para los empleados, ya que una vez que se ha logrado una buena detección de necesidades, se obtiene información mínima necesaria para tomar decisiones precisas que ahorren tiempo, dinero y esfuerzo.

Importancia de la capacitación

Los trabajadores son los pilares fundamentales de toda organización. Esto hace que la selección de personal sea un proceso difícil y muchas veces de larga duración, ya que los postulantes deben superar diversas etapas hasta encontrar al más idóneo para el cargo en cuestión, por lo cual la Empresa **Seminarium, (2013)**, nos dice que, la capacitación es una herramienta que no sólo beneficia a los colaboradores, es también un beneficio para la empresa, ya que al tener dentro de sus propias filas a profesionales competitivos y capaces, es posible realizar planes

de sucesión con colaboradores que ya conocen las políticas y objetivos de la compañía. Esto se traduce en grupos de trabajos duraderos y leales con la organización.

Se puede decir que las micro y pequeñas empresas está afrontando tiempos de cambios constantes e implementación de nuevas tecnologías, por ello es importante que los colaboradores estén en permanente perfeccionamiento para no ser superados por la competencia.

Ventajas de la capacitación

Aunque para algunos sólo sea una pérdida de tiempo, esfuerzo y recursos, capacitar al talento humano significa ofrecerles nuevos conocimientos que elevarán las habilidades de los colaboradores, permitiendo impulsar su desarrollo profesional, de acuerdo con **García, (2016)**, nos dice que la capacitación siempre es una inversión rentable, ya que entre mayor sea el grado de formación, más alto será el nivel de productividad, además la capacitación conlleva a lograr ventajas como:

- Especialización. Parece que no todas las empresas lo saben, pero te puedes ahorrar más dinero contratando a un trabajador por cada actividad a realizar que por un multiusos. Y es que éste último, por el exceso de trabajo, terminará enfermándose y ausentándose de la oficina. Contrario a mantener a un grupo de individuos que se concentren en un solo proyecto y aseguren resultados satisfactorios.
- Actitud. Modificar las actitudes de los empleados incidirá directamente en el clima laboral, y qué mejor manera de trabajar que rodearse de un ambiente receptivo, adaptativo y motivado.
- Crecimiento. Siempre es mejor apostar por desarrollar las habilidades de los empleados y que sean ellos, que ya conocen la forma de trabajar de la empresa, los que se conviertan en los líderes de la compañía, permitiendo continuar con las metas a alcanzar.

- Sin supervisión. El líder puede dedicarse 100% a sus actividades, debido a que los monitoreos se habrán reducido. Todos los empleados saben lo que deben hacer y lo realizan de la mejor manera posible. No hay necesidad de que alguien esté detrás de ellos todo el tiempo.
- Identificación. Nadie se pone la camiseta de una empresa donde en vez de tratarlos como seres humanos, se apuesta por máquinas de trabajo. Ofrece oportunidades de crecimiento y desarrollo, y fomentará la lealtad en el equipo.
- Rendimiento. Conocer de qué consiste un puesto y las actividades a desarrollar en éste, no sólo hace más sencillo el objetivo a alcanzar, sino que elevan el rendimiento de trabajo.
- Superación de crisis. Ninguna empresa capacitada y preparada se hunde ante una crisis. Los colaboradores sabrán perfectamente cómo actuar ante una situación de emergencia.

Del mismo modo **Infantino, (2015)**, nos menciona algunos beneficios de la capacitación del personal:

- Todos tenemos puntos fuertes y otros que podríamos mejorar en relación con nuestros trabajos. La formación es el elemento básico para resolver este inconveniente, permitiendo que los empleados trabajen de una manera más independiente y reduciendo la necesidad de supervisión.
- Cuanto más capacitado está en un recurso, mayores posibilidades tienes de ser considerado para un ascenso. Y en caso de generarse esta oportunidad, mejor podrá resolver los desafíos que se le presenten si cuenta con los conocimientos adecuados.

- Produce actitudes más positivas, mejora la relación con sus compañeros y facilita que el personal se identifique con la empresa, creando un clima de trabajo mucho más ameno y productivo.
- Contar con un equipo correctamente capacitado logra entregar un servicio más profesional, actualizado con las últimas tendencias y altamente competitivo. **(párr. 3)**

Por último, se puede decir que la capacitación asegura la ejecución satisfactoria del trabajo y constituyen una herramienta para adaptarse a los cambios originados por nuevas tecnologías, también permite al personal de la empresa desempeñar sus actividades con el nivel de eficiencia requerida por sus puestos de trabajo, lo que consecuentemente contribuye al logro de los objetivos organizacionales y a la autorrealización personal del trabajador.

2.3 Marco teórico y conceptual

Historia de la venta de ropa para bebés

La venta de ropa para bebés, es un negocio que se inició en Chimbote hace más de 18 años, sus microempresarios observaron que existía una oportunidad de vender en grandes cantidades sus productos, puesto que la población ha crecido, las familias siguen extendiendo, y esto da lugar a que los padres tengan la necesidad de querer vestir adecuadamente a sus bebés, en la actualidad este negocio ha crecido, dando lugar a una competencia exhaustiva, donde el que mejor preparado y capacitado este lograra mantenerse en el sector.

Venta de ropa para bebés en el Perú

En el Perú existe una creciente preocupación por parte de los padres jóvenes, en su mayoría por la salud de sus hijos, y es por ello que suelen gastar más dinero en prendas fabricadas con los mejores insumos del mercado, como aquellas elaboradas con algodón pima orgánico, el crecimiento de la venta de ropa de bebés en el Perú es significativo ya que El 65% de las exportaciones peruanas de confecciones para niños y bebés van a EE.UU.

Micro y pequeñas empresas de venta de ropa para bebés

Este negocio consiste en la compra y venta de todo tipo de prendas de vestir para bebés, las telas son de la más alta calidad, para cuidar la salud de los más pequeños, se puede decir que este negocio requiere de mucha disciplina, puesto que los niños son vulnerables a muchas enfermedades, para la cual debe ofrecer ropa adecuada.

Productos

- Polos
- Pantalones
- Ajuares
- Chompas
- Piyamas

Capacitación en las micros y pequeñas empresas de venta de ropa para bebés

Las micro y pequeñas empresas en este rubro no prestan mucho interés a mejorar su capital humano, no se muestran preocupados por mejorar su productividad, y se sienten satisfechos con tener un mínimo nivel de ventas que les permita subsistir, pocos son los que consideran que la capacitación es una inversión, pero no lo implementan porque desconocen de qué manera hacerlo.

Capacitación

La capacitación es el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa, del mismo modo la capacitación les permite a los empleados poder tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se plantea una hipótesis dado que es una investigación descriptiva ya que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

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 de ropa para bebés, centro comercial 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 de ropa para bebés, centro comercial 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 de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014

4.2 Población y muestra.

a) Población

La población del estudio estuvo conformada por 22 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. La cual se obtuvo mediante un sondeo. (Ver anexo n°3)

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por la totalidad de la población, es decir 22 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial 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		Ordinal
		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 pequeñas empresas.	MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	6.Cuantos años tiene la MYPE.	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 años a mas	Razón
		7.N°trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 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 en las MYPES	La capacitación son conocimientos teóricos y prácticos que incrementan el desempeño de las actividades de un colaborador dentro de una organización.	10. Se capacita	a) Sí b) No	Nominal
		11. Se capacita (personal)	a) Sí b) No	Nominal
		12. Cuantos cursos de capacitación recibió este año(personal)	a) Ningún curso b) 1 c) 2 d) 3 e) 4 a mas	Razón
		13. Temas de capacitación recibidas (personal)	a) Competitividad y emprendimiento b) Seguridad y primeros auxilios c) Dirección d) Otros e) Ningún curso	Nominal
		14. La capacitación es relevante	a) Sí b) No	Nominal
		15. La capacitación es:	a) Inversión b) Gasto	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos

En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta (técnica), mediante un cuestionario (instrumento) estructurado por 15 preguntas relacionadas a los Aspectos generales de la empresa y al empresario (7) y a las variables en estudio: capacitación (7).

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; 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 pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014?	<p>Objetivo general</p> <p>Describir las principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>. Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de</p>	<i>C a p a c i t a c i ó n</i>	<p>Población:</p> <p>La población del estudio estuvo conformada por 22 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. La cual se obtuvo mediante un sondeo.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra estuvo conformada</p>	<p>Diseño</p> <p>El diseño de la investigación fue no experimental – transversal-descriptivo</p> <p>Fue no experimental, porque se utilizó sin manipular deliberadamente la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014, es decir</p>	<p>Técnica</p> <p>La técnica utilizada es la encuesta. Instrumentos</p> <p>En el estudio se utilizó el 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.</p>

	<p>las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.</p> <p>Determinar las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.</p> <p>Determinar las</p>		<p>a por la totalidad de la población, es decir 22 micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.</p>	<p>se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p>Fue transversal, porque el estudio Caracterización de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014, se realizó en un espacio de tiempo definido en el año 2014.</p> <p>Fue descriptivo,</p>	
--	---	--	---	--	--

	<p>principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.</p>			<p>porque solo se describió las partes más relevantes de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014</p>	
--	--	--	--	--	--

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 01. Características del representante de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.

Datos generales:	Numero de MYPES	Porcentajes
Edad (años)		%
18 – 30	18	81,8
31 – 50	4	18,2
51 años a más.	0	0,0
Total	22	100,0
Sexo		
Femenino	17	77,3
Masculino	5	22,7
Total	22	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	14	63,6
Superior no universitaria	8	36,4
Superior universitaria	0	0,0
Total	22	100,0
Cargo		
Dueño	6	27,3
Administrador	16	72,7
Total	22	100,0
Tiempo en el Cargo		
0 a 3 años	0	0,0
4 a 6 años	18	81,8
7 años a más	4	18,2
Total	22	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.

Tabla 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.

De la Empresa:	Número de MYPES	Porcentajes
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		%
0 a 3 años	11	50,0
4 a 6 años	7	31,8
7 años a más	4	18,2
Total	22	100,0
Numero de colaboradores		
1 a 5	22	100,0
6 a 10	0	0,0
11 a más	0	0,0
Total	22	100,0
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	2	9,1
Personas no familiares	20	90,9
Total	22	100,0
Objetivo de la empresa		
Generas ganancias	15	68,2
Subsistencia	7	31,8
Total	22	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.

Tabla 03: Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.

Capacitación	Número de MYPES	Porcentajes
Recibe capacitación		
		%
Si	8	36,4
No	14	63,6
Total	22	100,0
Recibieron capacitación este año (personal)		
Si	8	36,4
No	14	63,6
Total	22	100,0
Cuantos cursos de capacitación recibió este año(personal)		
1	8	36,4
2	0	0,0
3	0	0,0
4 a más.	0	0,0
Ninguno	14	63,6
Total	22	100,0
Tema de capacitación recibida		
Competitividad y emprendimiento	0	0,0
Seguridad y primeros auxilios	6	27,3
Dirección	2	9,1
Ningún curso	14	63,6
Total	22	100,0
La capacitación es relevante		
Si	22	100,0
No	0	0,0
Total	22	100,0
La capacitación es una		
Inversión	8	36,4
Gasto	14	63,6
Total	22	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.

5.2 Análisis de Resultados:

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

- El 81,8% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 18 a 30 años, esto parcialmente coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 42.11% de los empresarios están entre 20 y 30 años de edad. Por otra parte, esto contrasta con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 58% tienen más de 31 años de edad. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Son personas jóvenes con actitud positiva para mejorar el rendimiento del negocio.
- El 77,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, esto coincide con (Gómez, 2014), el cual menciona que, el 71% son de género femenino. Por otra parte, esto contrasta con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 63% son de sexo masculino, del mismo coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 57.89% de los empresarios son de género masculino. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Son mujeres emprendedoras que cada día se esfuerzan por mejorar sus habilidades en las ventas.
- El 63,6% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios secundarios, esto parcialmente coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 47% de los empresarios cuenta con educación básica. Por otra parte, esto contrasta con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 39% estudiaron en institutos, del mismo se contrasta con (Dioses, 2013), el cual muestra que, el 60% de los propietarios tiene grado de instrucción técnica, de la misma manera se contrasta con (Gómez, 2014), el cual menciona que, el 34% de los representantes legales poseen grado de

instrucción superior no universitaria completa. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Tienen estudios secundarios completos, porque no tienen suficiente capital para sus estudios superiores.

- El 72,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los administradores, esto coincide con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 44% son administradores. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Son los administradores encargados de la dirección del personal, de esta manera con la experiencia que los caracteriza saben cómo motivar al personal, para una mejor atención personalizada.
- El 81,8% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo entre 4 a 6 años. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Llevan en el cargo un buen tiempo, puesto que se quedaron por sus grandes logros en la empresa.

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

- El 50,0% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 3 años en el rubro, esto parcialmente coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 68.42% hace referencia que tiene menos de tres años en el rubro. Por otra parte, esto contrasta con (Dioses, 2013), el cual muestra que, el 60 % de las MYPES tienen una antigüedad de 4 a 5 años, de la misma manera se contrasta

con (Gómez, 2014), el cual muestra que, el 40% de las MYPES posee más de tres años. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. La mitad de las empresas tienen poco tiempo en el rubro, debido a que observaron muy tarde esta gran oportunidad en el negocio de venta de ropa para bebés.

- El 100,0% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 colaboradores, esto parcialmente coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 95% tienen entre 1 a 3 trabajadores. Por otra parte, esto contrasta con (Gómez, 2014), el cual muestra que, el 46% de las MYPES poseen dos trabajadores permanentes. Esto demuestra que actualmente la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Tienen pocos trabajadores, ya que para las ventas no se necesita mucho personal.
- El 90,9% de las micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores a personas no familiares. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Tienen a personas no familiares, porque creen que es mejor trabajar con personas desconocidas, puesto que ello si se esmeran por conservar su trabajo y buscan la manera de ser más efectivos en las ventas.
- El 68,2% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, esto parcialmente coincide con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 47% tiene por objetivo generar ingresos y el 25% maximizar ganancias, del mismo modo parcialmente coincide con (Gómez, 2014), el cual muestra que, el 71% de las MYPES se formó para obtener ganancias, así mismo coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 79% de los empresarios encuestados refieren que iniciaron el negocio por obtener

ganancias. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés,

centro comercial Chimbote, 2014. Se formaron para generar ganancias, por lo cual consideran que es una oportunidad para mejorar la calidad de vida de sus parientes.

Tabla 03: Características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas

- El 63,6% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no se capacitan, esto contrasta con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 84% de los gerentes han participado en una a tres oportunidades en una capacitación. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. El personal no muestra interés por capacitarse debido a que no tienen tiempo suficiente para elaborar algún programa de capacitación.
- El 63,6% de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas no reciben capacitación, esto contrasta con (Silva, 2013), el cual muestra que, el 85% de los encuestados manifestaron que dentro de su empresa siempre se realiza inducción a su personal, así mismo coincide con (Gómez, 2014), el cual muestra que, el 80% del personal de las MYPE si recibió capacitación, así mismo coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 68% del personal si se capacitaron. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. El personal no recibe capacitación, por consideran que el administrador no se preocupa por mejorar sus capacidades en las ventas.
- El 63,6% % de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, no han recibido cursos de capacitación este último año, esto contrasta con

(Villavicencio, 21013), el cual menciona que, el 56% se ha capacitado de 3 a 6 veces durante el año 2013. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. El personal no ha recibido ningún tipo de capacitación, aunque tiene la oportunidad de capacitarse en algún programa del municipio, no lo hacen porque no los consideran muy importante.

- El 63,6% % de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, no han recibido ningún tema de capacitación, esto contrasta con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 41% ha recibido capacitación sobre temas de almacenes, del mismo modo esto parcialmente coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 50% de los encuestados refieren que el personal fue capacitado en atención al cliente. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. El personal no ha recibido ningún tema, pero consideran que, si el administrador realizara un plan de capacitación, si pondrían todo su esfuerzo por aprender los temas asignados.
- El 100% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas, considera que la capacitación es relevante, esto coincide con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 95% considera que la capacitación es importante para las MYPES, así mismo coincide con (Gómez, 2014), el cual muestra que, el 80% considera que la capacitación es importante, del mismo modo esto coincide con (Valdarrago, 2013), el cual muestra que, el 89.47% refieren que la capacitación que si es importante. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial

Chimbote, 2014. Los representantes consideran que la capacitación es muy importante, para que el personal mejore su rendimiento, a la vez, puede reducir algunos costos como la supervisión, pero en este caso no se percibe aquello, puesto que no se aplica una capacitación.

- El 63,6% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas consideran que la capacitación es un gasto, esto contrasta con (Dioses, 2013), el cual muestra que, el 80% considera a la capacitación como una inversión, del mismo modo con (Villavicencio, 2013), el cual muestra que, el 78% considera a la capacitación como una inversión, del mismo con (Gómez, 2014), el cual muestra que, el 80% considera a la capacitación como una inversión. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Consideran que la capacitación es un gasto, y que requiere de mucho tiempo para poner en práctica algún programa, además se puede decir que ellos no han evaluado cuales serían los grandes resultados de capacitar a su personal.

VI. CONCLUSIONES

- La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Son los administradores del negocio, tienen una edad promedio de 18 a 31 años, son de género femenino, cuentan con estudios secundarios, y llevan en el cargo entre 4 a 6 años.
- La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Tienen en el rubro entre 0 a 3 años, cuentan con 1 a 5 trabajadores no familiares, y se formaron para generar ganancias.
- La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014. Los administradores no se han capacitado, tampoco el personal a cargo ha recibido capacitación, pero consideran importante capacitar al personal, por último, consideran que la capacitación es un gasto, ya que no se han informado de los beneficios ni de la manera de cómo se debe aplicar un plan de capacitación.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que los dueños de las micro y pequeñas empresas, busquen mejorar sus conocimientos empresariales a través de seminarios que brindan algunas universidades, del mismo modo se pueden capacitar a través del internet, buscando páginas web con información útil sobre las técnicas de capacitación.
- Del mismo modo es importante que apliquen una capacitación constante en donde se aborde el tema atención al cliente, solo de esta manera podrán mejorar el prestigio de la empresa, conllevando a que se incremente significativamente las ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Terrones, M. (2014). Menos del 20% de MYPES acceden a capacitación. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, <https://gestion.pe/empresas/menos-20-mypes-acceden-capacitacion-segun-cofide-2111038>
- Cruz, J. (2014). Falta de capacitación del personal, impide el desarrollo de las empresas. Recuperado el 15 De noviembre del 2014 de, http://www.milenio.com/hidalgo/Falta-capacitacion-desarrollo-Cruz-Cureno_0_272373304.html
- Berguño, J. (2010). Falta mayor interés de las Pyme por capacitarse. Recuperado el 15 De noviembre del 2014 de, <http://www.propymechile.com/entrevistas/780-jose-miguel-berguno.html>
- Rosas, G. (Sf). Implementación de los procesos capacitador. Recuperado el 14 de Noviembre del 2014 de, http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitación/La_funcion_de_la_capacitacion.pdf
- Vecino, P. (2017). Cómo desarrollar un plan de capacitación empresarial. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, <https://www.gestiopolis.com/develop-plan-capacitacion-empresarial/>
- Keathly, S. (2015), 5 Pasos Para Implementar un Programa de Capacitación Exitoso. Recuperado el 15 De noviembre del 2014 de, <http://es.customguide.com/5-pasos-para-implementar-un-programa-de-capacitacion-exitoso/>
- Garcia, N. (2016). 7 Ventajas de la Capacitación de Personal. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, <http://blog.people-cloud.com/7-ventajas-de-la-capacitacion-de-personal>
- Infatino, M. (2015). Beneficios de la capacitación para las empresas. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de,

<https://www.licenciasonline.com/uy/es/noticias/beneficios-de-la-capacitacion-para-las-empresas>

Seminarium, A. (2013). Capacitación laboral. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, <http://www.seminarium.com/capacitacion-laboral-beneficio-para-la-empresa-trabajadores/>

Friego, E. (s.f). Las seis tendencias actuales en capacitación. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7016.htm>

Guiarratana,F. (2008). Cómo capacitar a su personal. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, <https://www.gestiopolis.com/como-capacitar-a-su-personal/>

Dioses, J. (2014). “Caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio - rubro ferreterías del distrito de nuevo Chimbote, periodo 2013 – 2014”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Gómez, S. (2014). “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro compra/venta de ropa para damas-Trujillo, 2014. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Rojas, R. (2014). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina, de la ciudad de Huaral, provincia de Huaral, departamento de lima, periodo 2013 – 2014”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Silva, L. (2014). “Caracterización de la capacitación, el financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de artículos de ferretería del distrito Sullana, 2014”. (Tesis post grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

- Valdarrago, L. (2013). “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector comercio, compra-venta de artesanía en el distrito de Chanchamayo, 2013”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Villavicencio, J. (2013). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Chimbote, 2013”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Pinillos, A. (2014). Capacitación al personal. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, <http://www.monografias.com/trabajos89/capacitacion-al-personal/capacitacion-al-personal2.shtml>
- Delfin, O. (s.f). Proceso de capacitación y adiestramiento. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, <http://www.monografias.com/trabajos82/proceso-capacitacion-adiestramiento/proceso-capacitacion-adiestramiento.shtml>
- Smith, L. (s.f). La capacitación, una inversión necesaria y estratégica. Recuperado el 15 De Noviembre del 2014 de, http://www.tendencias21.net/La-capacitacion-una-inversion-necesaria-y-estrategica_a4317.html
- Pérez, M. (2013). 5.5 técnicas modernas de capacitación. . Recuperado el 15 De noviembre del 2014 de, <http://mari4la12.blogspot.pe/2013/06/55-tecnicas-modernas-de-capacitacion.html>

ANEXOS

Anexo N°1

Cronograma de actividades

	SESIONES														
ACTIVIDADES PROGRAMADAS	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 Resultados de Investigación.									x	x	x				
Conclusiones y Recomendaciones												x	x		
Referencias Bibliográficas.														x	
Anexos.															x

Anexo N°2

Recursos Necesarios

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

Presupuesto

Concepto	Valor
Pasajes	S/. 150.00
Internet	S/. 40.00
Impresión del proyecto	S/. 15.00
Taller de tesis	S/. 1,800.00
Empastado del informe	S/. 69.00
Otros	S/. 30.00
Total	S/. 2. 104.00

Financiamiento:

Autofinanciado por el estudiante

Anexo N°3

Cuadro de sondeo:

N°	Razón social o nombre de la MYPE	Representantes	Dirección
1	Novedades " Ben hur " n°475	Mari Angulo honores	Av Gálvez
2	Novedades el sueño de Carmencita n° 472	Anónimo	Av Gálvez interior mercado modelo
3	comercial " Josberth" n° 438	Anónimo	Av Gálvez interior mercado modelo
4	Comercial " Josberth" n° 440	Anónimo	Av Gálvez interior mercado modelo
5	Novedades "peques" n°424 interior	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
6	Novedades Jalixon n° 422	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
7	Novedades Jalixon n° 421	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
8	Novedades mechita n° 111	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
9	Novedades "baby's " n° 190	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
10	Bazar cindy n° 105	Cindy	Av. Gálvez interior mercado modelo
11	Creaciones Lucía n° 108	De Jesús Mendoza flores	Av. Gálvez interior mercado modelo
12	Bazar Mila	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
13	Novedades Roxanita	Roxana	Av. Gálvez mercado modelo
14	Novedades Bazar kukuli	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
15	n° 198	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
16	n° 188	Anónimo	Av. Gálvez interior mercado modelo
17	n° 189	Anónimo	Av. Gálvez mercado modelo
18	n° 202	Anónimo	Av. Gálvez mercado modelo
19	n° 206	Anónimo	Av. Gálvez mercado modelo
20	n° 306	Anónimo	Av. Gálvez mercado modelo
21	n° 309	Anónimo	Av. Gálvez mercado modelo
22	n° 315	Anónimo	Av. Gálvez mercado modelo

Anexo N°4

Encuesta validada y aprobada



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Encuesta dirigida a los y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.

El siguiente trabajo tiene como finalidad recabar información de las Mypes del sector comercio, rubro venta de ropa para bebés, centro comercial Chimbote, 2014.

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE ROPA PARA BEBÉS, CENTRO COMERCIAL CHIMBOTE, 2014.”

La información que usted proporcionará 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. Recibe capacitación empresarial (Empresario)

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

11. Recibieron capacitación este año (personal)

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

12. Cuantos Cursos de capacitación recibió usted durante este último Año.

- a) 1 ()
- b) 2 ()
- c) 3 ()
- d) 4 a más ()

13. Temas de capacitación que recibió

- a) Competitividad ()
- b) Seguridad y primeros auxilios ()
- c) Dirección empresarial ()
- d) Otros ()
- e) Ninguno ()

14. La capacitación es relevante

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

15. ¿Cómo considera a la capacitación?

- a) Inversión ()
- b) Gasto ()

Anexo N° 05

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

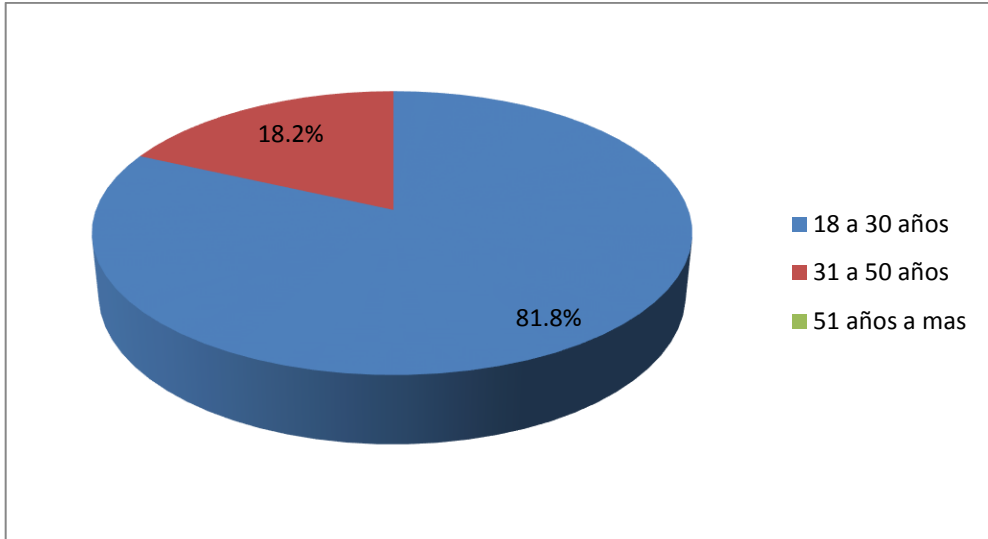


Figura. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

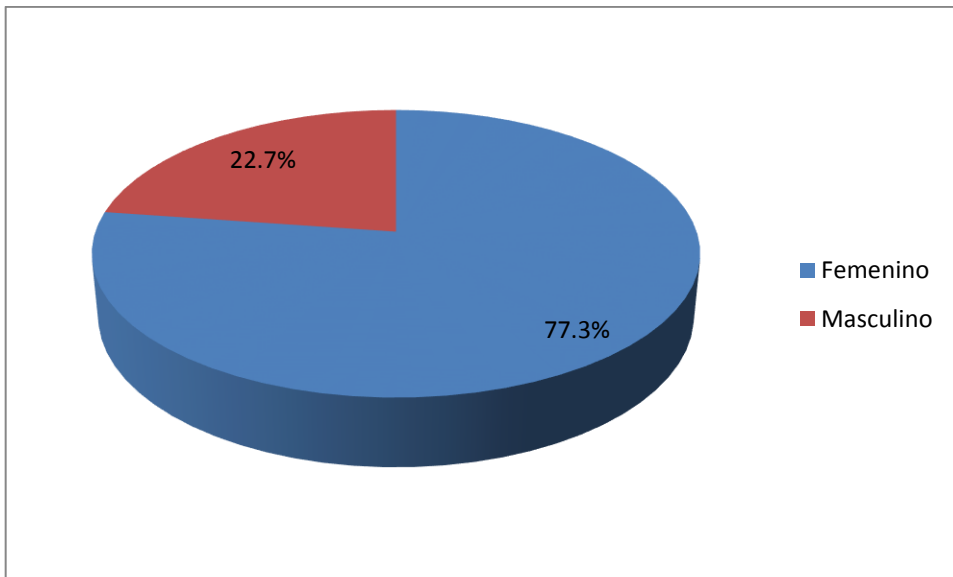


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

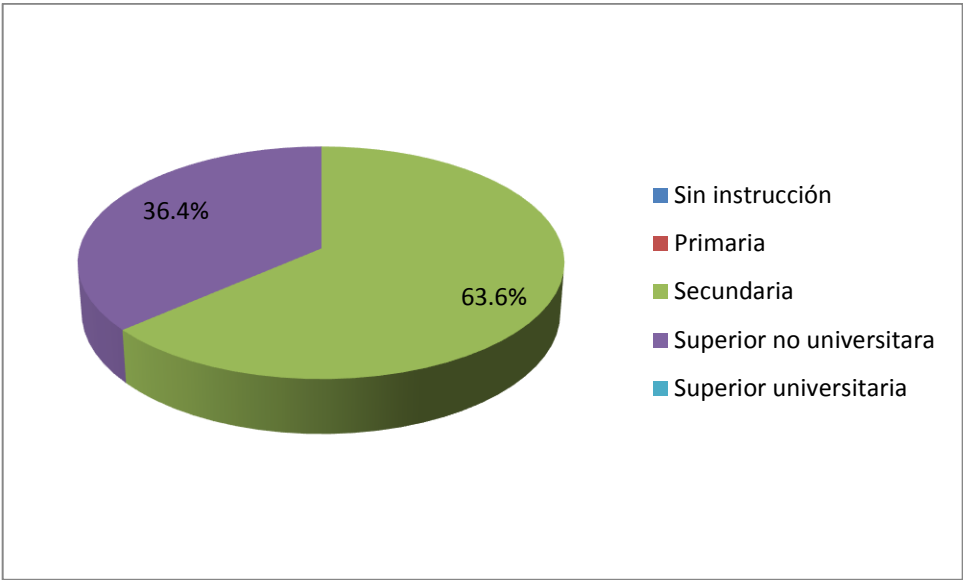


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

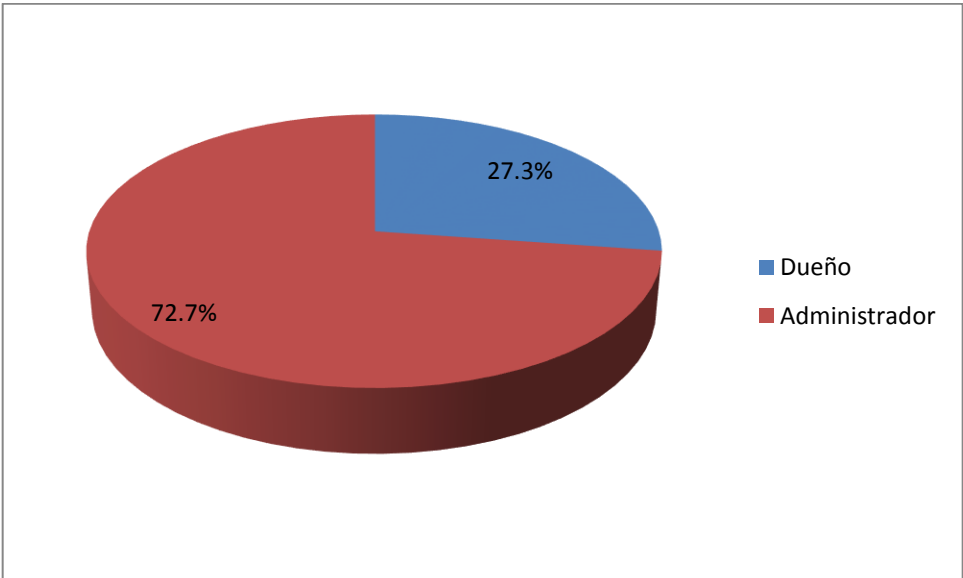


Figura 4. Cargo/Profesión

Fuente: Tabla 1

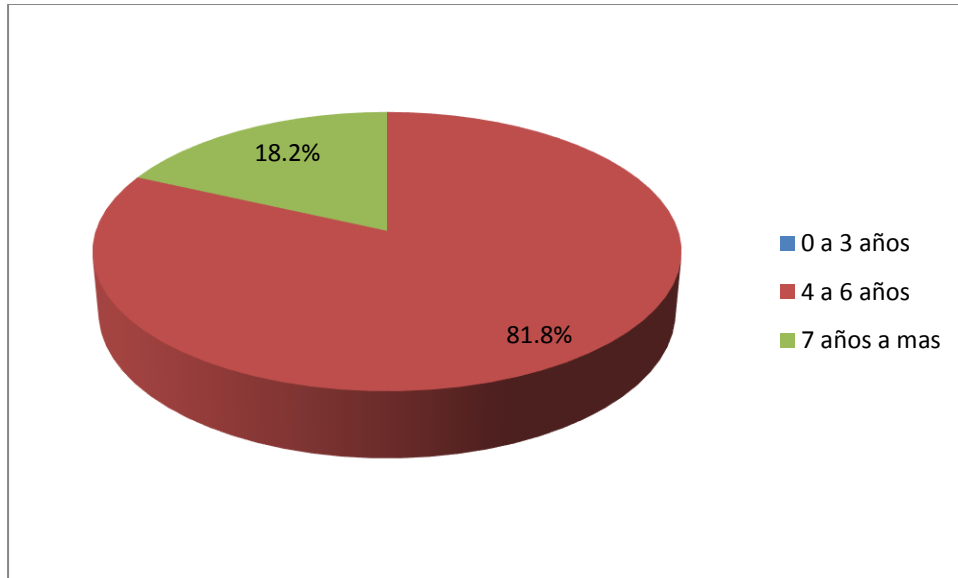


Figura 5. Tiempo en el Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

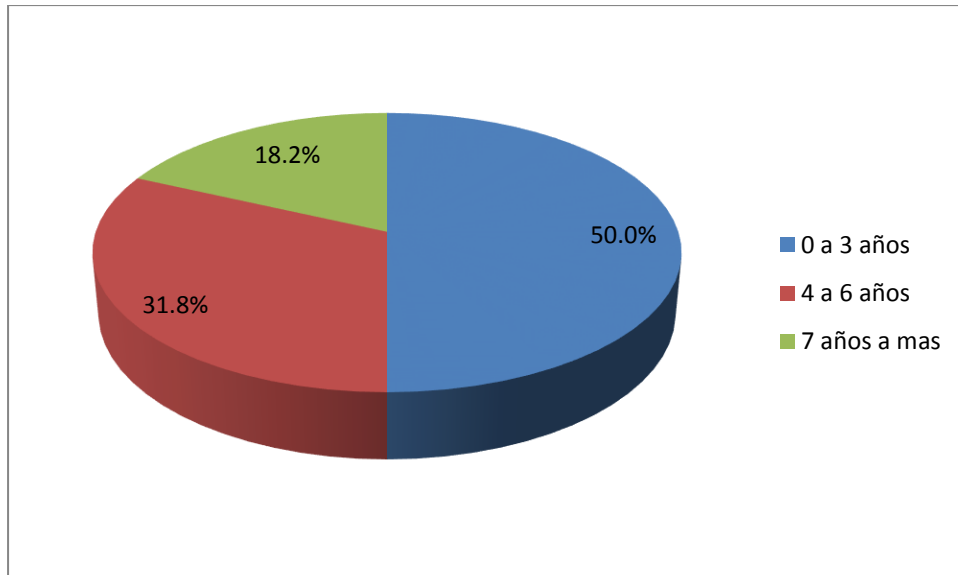


Figura 6. Años en el rubro/mercado.

Fuente: Tabla 2

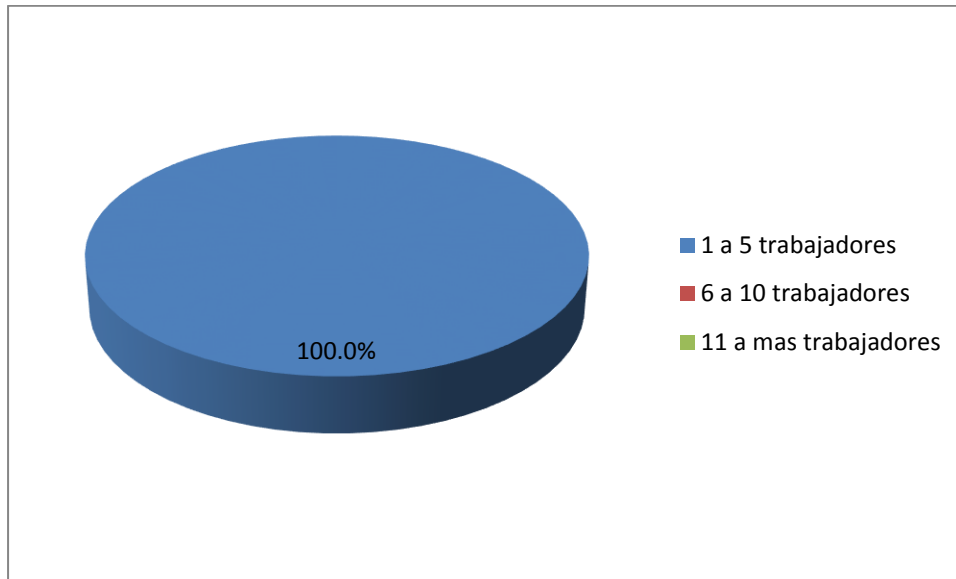


Figura 7. Número de colaboradores

Fuente: Tabla 2

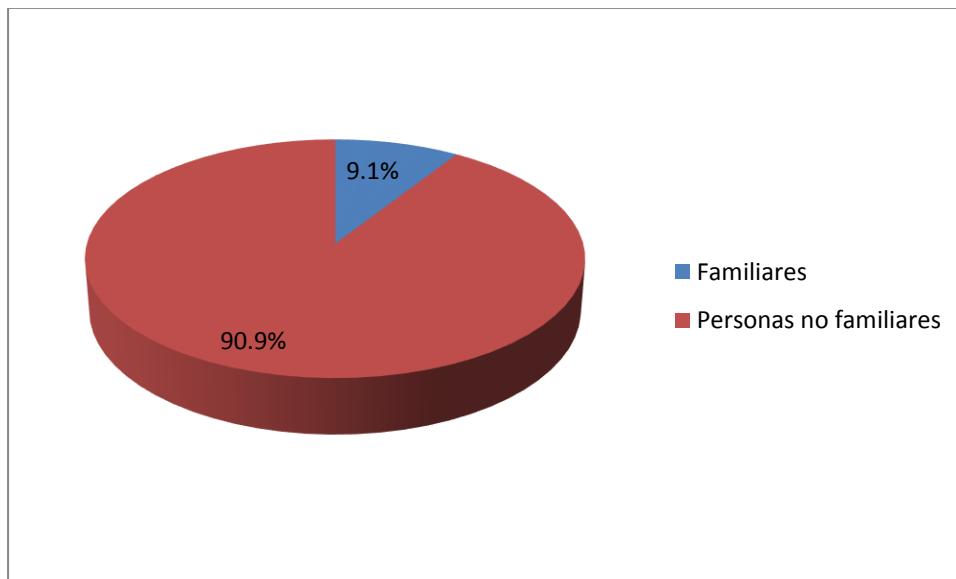


Figura 8. Personas que trabajan en la empresa

Fuente: Tabla 2

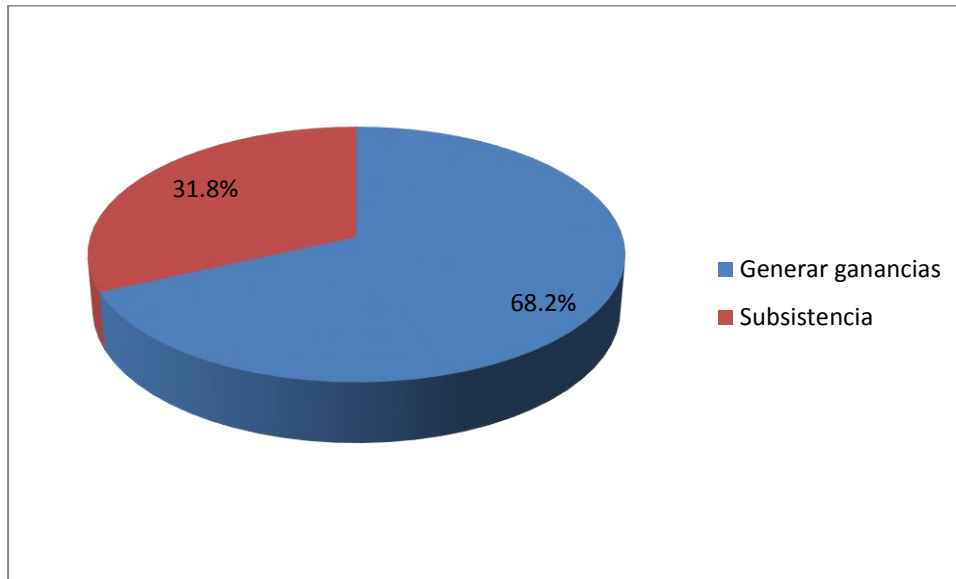


Figura 9. Finalidad /Objetivo principal de la empresa.

Fuente: Tabla 2

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

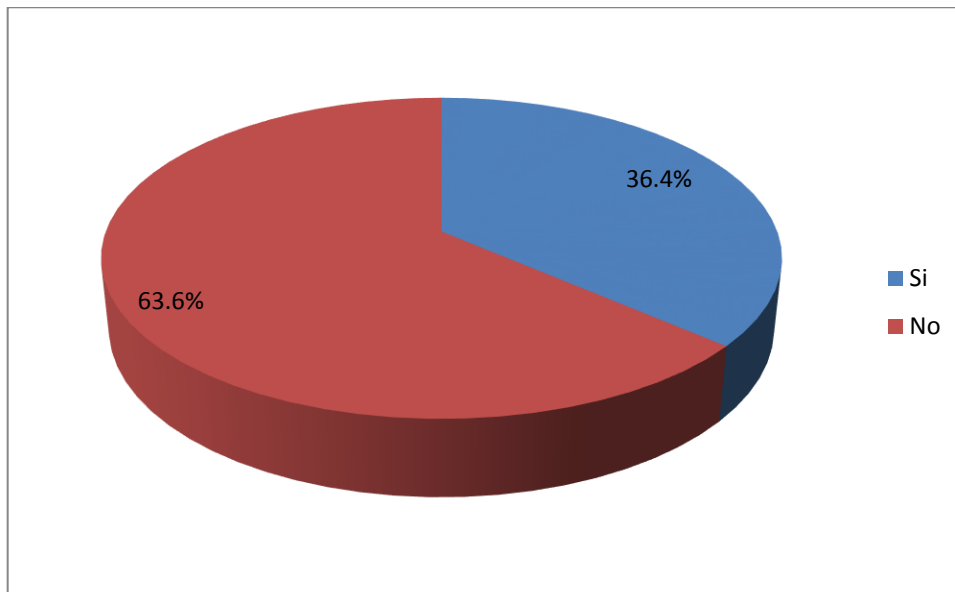


Figura 10. Recibe capacitación (empresario)

Fuente: Tabla 3

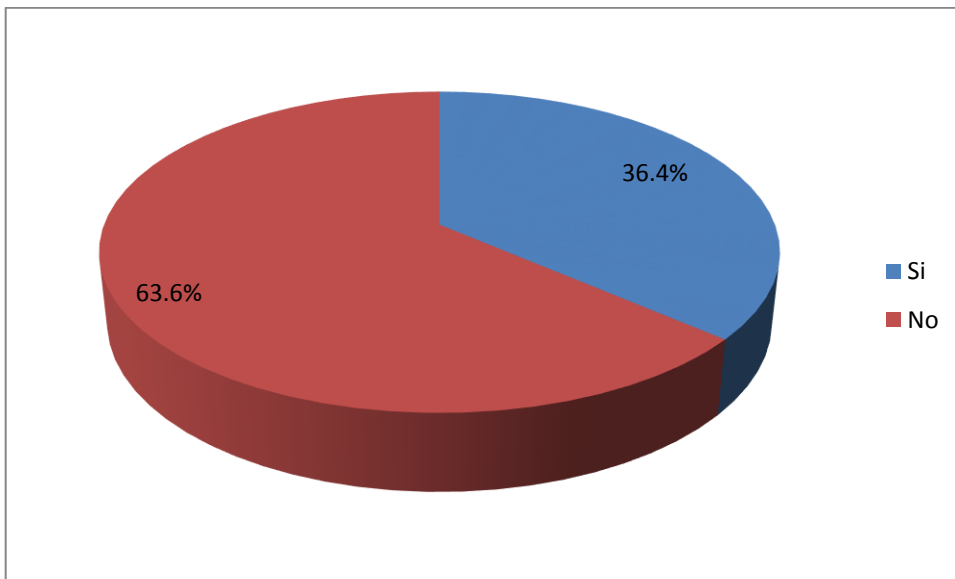


Figura 11. Recibe capacitación (personal)

Fuente: Tabla 3

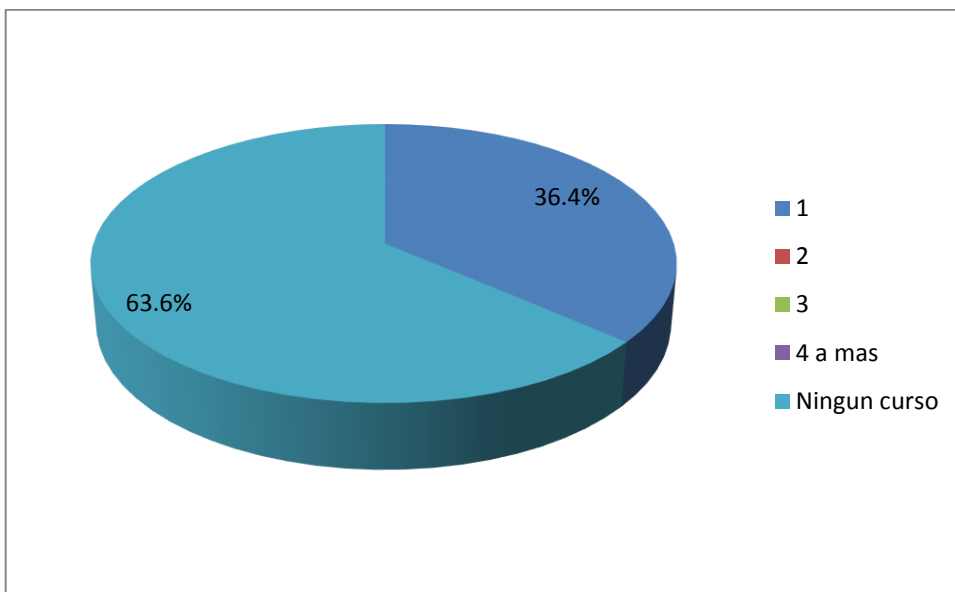


Figura 12. Cursos de capacitación recibidas en este año (personal)

Fuente: Tabla 3

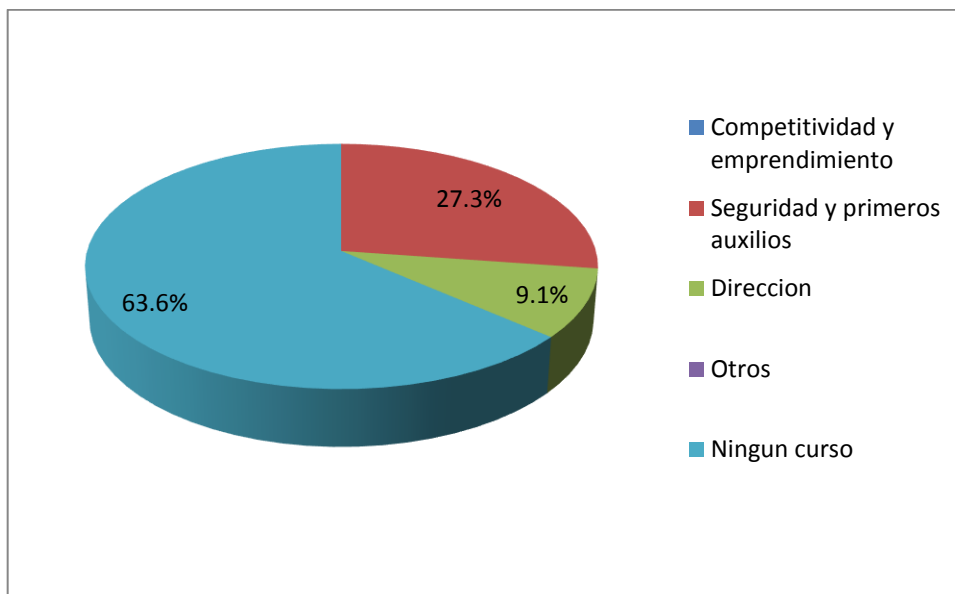


Figura 13. Tema de capacitación recibida en este año (personal)

Fuente: Tabla 3

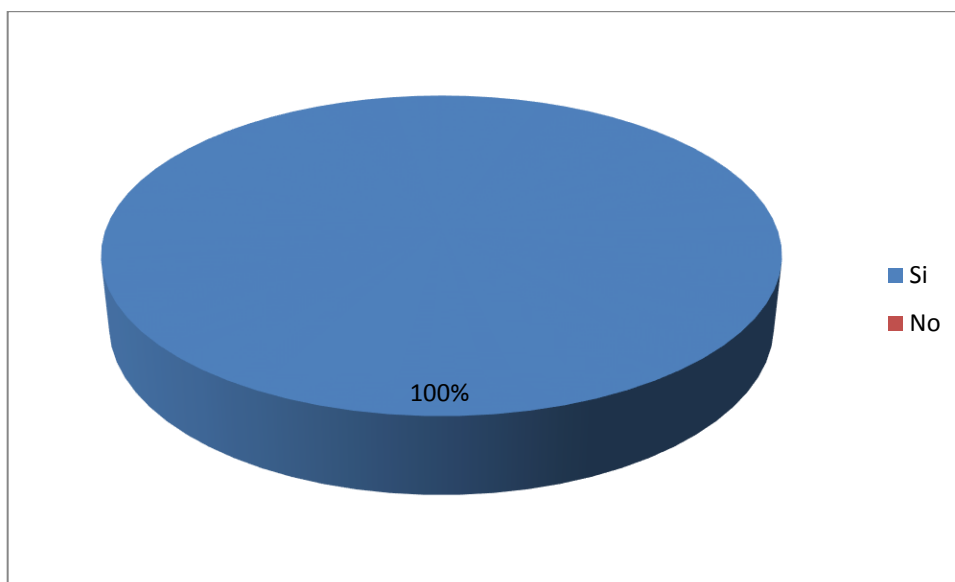


Figura 14. La capacitación es relevante

Fuente: Tabla 3

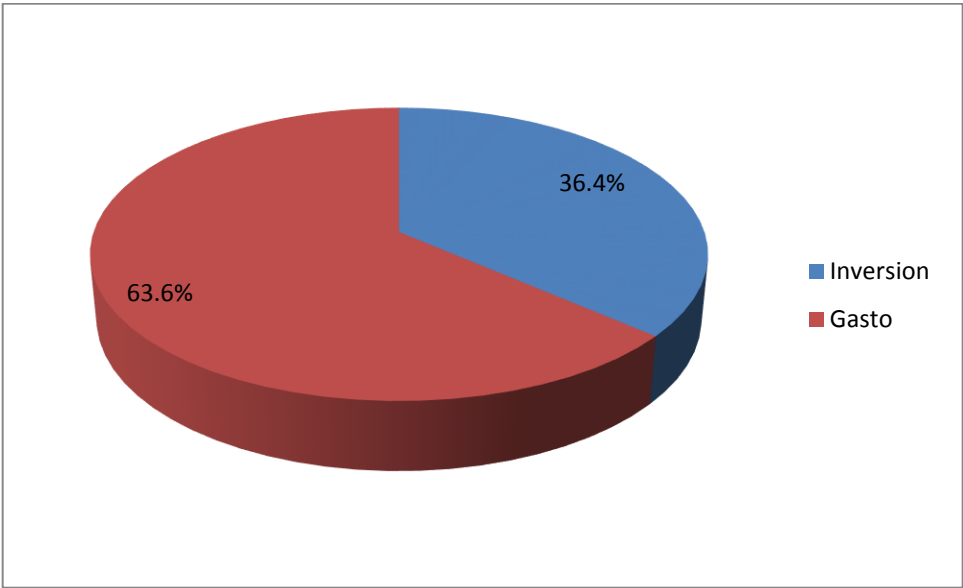


Figura 15. Considera a la capacitación como:

Fuente: Tabla 3