

---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO  
RESTAURANTES, CIUDAD DE CHIMBOTE, 2014.

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

**AUTORA:**

Bach. JUSTO TRUJILLO TATIANA SOLEDAD

**ASESOR:**

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2017**

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Dr. Santos Felipe Llenque Tume

**Presidente**

Mgtr. Hector Ascención Rivera Prieto

**Secretario**

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

**Miembro**

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios, por permitirme vivir y darme salud para valorar cada instante de mi vida. Por darme experiencias que permitan que aprenda y a la vez me fortalezca, ser mi guía en cada paso que doy. De igual forma por poner a personas maravillosas en mi camino, que me escuchan, comprenden y de las cuales recibo mucho apoyo.

Agradezco a mis padres, Francisco Justo Sánchez y Ángela Trujillo Pomaquispe, a quienes admiro, respeto y amo, por darme lecciones de vida y el apoyo que necesito para no rendirme a pesar de las dificultades, por el esfuerzo que pusieron para darme bienestar y educación, enseñarme de valores que contribuyan a que sea una persona íntegra, pero sobre todo por el amor y confianza que depositan en mí. Se han convertido en mi motor y motivo para seguir adelante.

Por último agradecer a mis profesores, por el apoyo, la orientación y la experiencia, permitiéndome enriquecer de conocimientos muy útiles para mi vida profesional. Quiero dar un especial agradecimiento al Dr. Centurión Medina Reinerio Zacarías y a la Jefa de Práctica, la Srta. Estrada Díaz Elida Adelia quienes compartieron conmigo sus conocimientos, su tiempo, dedicación y tolerancia, sin ellos no habría sido posible la elaboración de este trabajo de investigación.

## DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado la vida, ser mi guía y protector en cada paso que doy, confío plenamente en él y en su infinito amor. Además es quien me da la fortaleza para enfrentar cada situación difícil que se presenta en mi vida.

A mis padres, quienes me aconsejan y apoyan en cada decisión que tome, me han mostrado su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, dándome bienestar y educación, han hecho de mí una persona con valores y principios.

A mis profesores, quienes son las personas que me enseñan e instruyen con la finalidad de ser una excelente profesional. Del mismo modo a mis amigos, con quienes compartía de horas educativas, me brindaron su amistad, creyeron en mí y me aconsejaron para tomar mejores decisiones.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo determinar las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la Ciudad de Chimbote, 2014. Fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño No experimental/transversal, se hizo uso de una muestra dirigida de 22 Micro y pequeñas empresas. Aplicándose un cuestionario estructurado de 16 preguntas, mediante la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 54,5% tienen entre 31 a 50 años. El 59,1% son féminas. El 54,5% tienen grado universitario. El 54,5% son dueños. El 45,4% están 7 a más años. El 50% de las Micro y pequeñas empresas tienen 7 a más años. El 51,1% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 59,1% son permanentes. El 90,9% creada para generar ganancias. El 90,9% conocen la capacitación. El 72,7% se capacitó en los últimos años, El 45,5% de 3 a más veces. El 100% lo considera una inversión. El 86,4% capacitan a su personal. El 68,2 en Atención al cliente. El 100% piensan que mejora el desempeño. Concluyendo que: La mayoría de representantes tienen de 31 a 50 años, son féminas, con grado universitario, dueños y están de 7 a más años. La totalidad de las Micro y pequeñas empresas tienen 7 a más años, con 1 a 5 trabajadores, son permanentes y creadas para generar ganancias. La mayoría de representantes conocen la capacitación, lo hicieron en los últimos años, de 3 a más veces, lo consideran una inversión, capacitan a su personal en Atención al cliente y piensan que mejora el desempeño de su empresa.

**Palabras clave:** Representante, Micro y pequeñas empresas, capacitación.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to determine the main characteristics of microenterprises and small businesses in the restaurant services sector of the City of Chimbote, 2014. It was a quantitative type, descriptive level, non-experimental / transversal design, a directed sample was used of 22 Micro and small businesses. Applying a structured questionnaire of 16 questions, using the technique of the survey, obtaining the following results: 54.5% have between 31 to 50 years. 59.1% female children. 54.5% have a university degree. 54.5% are owners. 45.4% are 7 or more years old. 50% of Micro and small companies have 7 more years. 51.1% have 1 to 5 workers. 59.1% are permanent. 90.9% created to generate profits. 90.9% know the training. 72.7% were trained in recent years, 45.5% from 3 to more times. 100% consider it an investment. 86.4% train their staff. 68.2 in Customer Service. 100% think it improves performance. Concluding that: The majority of people are between the ages of 31 and 50, a female child, with a university degree, owners and are 7 or more years old. All of the Micro and small companies are 7 years older, with 1 to 5 workers, they are permanent and created to generate profits. Most people know what they think, they have done it in recent years, sometimes 3, consider it an investment, train their staff in customer service and think they improve the performance of your company.

**Keywords:** Representative, Micro and small companies, training.

## CONTENIDO

1. Título de Tesis .....	i
2. Hoja de firma de jurado y asesor... ..	ii
3. Agradecimiento y/o Dedicatoria.....	iii
4. Resumen y abstract... ..	v
5. Contenido... ..	vii
6. Índice de tablas y figuras .....	viii
I. Introducción .....	01
II. Revisión de Literatura.....	09
2.1. Antecedentes .....	09
2.2. Bases Teóricas .....	13
2.3. Marco conceptual .....	26
III. Hipótesis.....	29
IV. Metodología.....	30
4.1. Diseño de la investigación.....	30
4.2. Población y muestra .....	30
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	34
4.5. Plan de análisis .....	34
4.6. Matriz de consistencia .....	35
4.7. Principios de éticos.....	36
V. Resultados .....	37
5.1. Resultados .....	37
5.2. Análisis de resultados.....	41
VI. Conclusiones... ..	48
Referencias bibliográficas .....	49
Anexo .....	54

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS:

<b>Tabla 01:</b> Características de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.....	37
<b>Tabla 02:</b> Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.....	38
<b>Tabla 03:</b> Características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014....	39

### FIGURAS (Anexos)

<b>Figura N° 1:</b> Edad de los representantes.....	62
<b>Figura N° 2:</b> Género de los representantes.....	63
<b>Figura N° 3:</b> Grado de instrucción de los representantes.....	63
<b>Figura N° 4:</b> Cargo de los representantes.....	64
<b>Figura N° 5:</b> Tiempo que desempeña en el cargo.....	64
<b>Figura N° 6:</b> Tiempo de permanencia de su empresa en el rubro.....	65
<b>Figura N° 7:</b> Número de trabajadores de su Micro y pequeña empresa.....	65
<b>Figura N° 8:</b> Tipo de trabajadores de su Micro y pequeña empresa .....	66
<b>Figura N° 9:</b> Motivo principal de creación de su Micro y pequeña empresa.....	66
<b>Figura N° 10:</b> Conoce el término capacitación.....	67
<b>Figura N° 11:</b> Se ha capacitador en los últimos años.....	67
<b>Figura N° 12:</b> Cantidad de veces en las que se ha capacitado.....	68

<b>Figura N° 13:</b> Para el representante, la capacitación es.....	68
<b>Figura N° 14:</b> Capacita a su personal.....	69
<b>Figura N° 15:</b> Tipo de capacitación que recibió el personal.....	69
<b>Figura N° 16:</b> Considera que la capacitación mejora el desempeño de su empresa.....	70

## I. INTRODUCCIÓN

El progreso económico y social de un país, a partir de sus habitantes, descansa en la creación continua de nuevas empresas y en el crecimiento y la consolidación de las existentes. Dentro de este contexto, las Micro y pequeñas empresas tienen particular importancia, no sólo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por el gran potencial de generación de empleos, lo que representa el medio ideal para distribuir la riqueza y el bienestar. En términos de empleo, las Micro y pequeñas empresas ocupan el 72,9% de la planta laboral y contribuyen con el 52% de Producto Bruto Interno. **(Julio, Millán & 2012)**. Es oportuno mencionar ahora, que el Producto Bruto Interno o también conocida como PBI, mide el valor total en la producción de bienes y/o servicios de cada país y en cada cierto periodo. Por lo tanto, el 50% constituye un margen equilibrado, que permite que la mayoría de Micro y pequeñas empresas puedan mantenerse en el mercado, a un ritmo considerable en producción, ventas, compras y ganancias. Cabe resaltar en este contexto, que cada año se crean miles de Micro y pequeñas empresas, que contribuyen al crecimiento del Producto bruto interno, lo cual permite que se generen empleos para más personas. Sin embargo; no todo es tan positivo, pues tras la aparición de estas Micro y pequeñas empresas, se crea un ambiente más competitivo, debido a ello muchas otras se ven forzadas a desaparecer del mercado. Por otro lado, las que quedan logran consolidarse y generan mayor producción y ganancias, lo que hace posible; que personas sin empleo puedan insertarse en el mercado laboral y generar sus propios ingresos. De este modo, la economía se mantiene dinámica y equilibrada.

Adviértase que, las Micro y Pequeñas empresas presentan dificultades debido a faltas y/o carencias en su entorno tanto externo como interno, que impiden su desenvolvimiento y desarrollo en un mercado demasiado competitivo,

siendo una de ellas la falta de capacitación, pues uno de los problemas más latentes en las organizaciones es el desconocimiento de ciertos procesos y/o funciones que no son llevados adecuadamente, haciendo que esto influya en muchos otros aspectos de la organización, dejando notar la falta de profesionalismo, competitividad y compromiso de la empresa con sus clientes. Esto contribuye a la desconfianza de los mismos, compras, ventas y baja producción y en el peor de los casos la disolución de la empresa. Cabe señalar que esta situación no solo ocurre en nuestro país, sino también a nivel internacional, como se menciona a continuación. En China, la mayoría de las PYMES existentes solo pueden realizar actividades de innovación de nivel bajo o intermedio, además hay una escasez de mano de obra cualificada. Por esta razón, la Oficina de la propiedad Intelectual menciona que se debe ofrecer cursos de capacitación para atender a necesidades específicas de las PYMES. Es preciso mencionar que para las PYMES preocupadas por la protección de sus secretos comerciales, la capacitación debe centrarse en los mecanismos de protección correspondientes. Como es sabido, las PYMES tienden a emplear menos personal que las grandes empresas, debido a su tamaño y capacidad limitada de producir, los empresarios chinos no son capaces de gastar más de lo que ganan, y no pueden contratar a profesionales altamente cualificados porque su condición no les permite pagar sueldos altos. China se ha caracterizado por ofrecer mano de obra barata, este es uno de los factores que no ha dejado desarrollarse completamente a las Micro y pequeñas empresas de dicho país y por lo que muchos no han sido capaces de brindar capacitaciones correspondientes a sus empleados sobre distintos temas que ayuden a mejorar las funciones y/o procedimientos. Por otro lado, los países como Honduras y Alemania decidieron unir fuerzas y crear una alianza que beneficie a PYMES y lo hacen mediante talleres. Se trata de una alianza entre GIZ (Cooperación Alemana), Fundahrse (Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial), Gremype (Gremio de la Micro y Pequeña empresa) y la CCIC. Según, Carranza, V. presidente de Gremype, informó que se desarrolló unos 10 talleres, en el periodo de seis meses, que

benefició a 250 Micros, pequeñas y medianas empresas. Esta alianza con el Gobierno de Alemania fue una de las grandes prioridades del plan 2013 para el fortalecimiento de las PYMES. Además añadió que la idea es tomar grupos para dar seguimiento antes, durante y después. Los expertos certificaron después a los entrenadores: “Lo importante es que se lleven los conocimientos y que eso produzca un efecto multiplicador en sus familias y en sus empresas”. Del mismo modo Alvarado, M. (vocal de Gremype), mencionó que el fracaso de la microempresa ha sido la falta de capacitación y educación. **(Carranza, Alvarado & 2013)**. Esta alianza muestra la preocupación y compromiso de instituciones con las faltas y carencias que presentan las Micro y pequeñas empresas del país antes mencionado. Nótese entonces que esta alianza benefició a los empresarios a tener mayores y mejores conocimientos, sobre distintos temas de interés empresarial, que a su vez permiten una mejor dirección de la empresa y un mayor grado de tolerancia del empleador al empleado. Además los trabajadores pudieron ser parte de estos talleres que les ayudó a ser más eficientes en su lugar de trabajo; sin duda, una iniciativa que muchos países y sus gobernantes deben adoptar. Por el contrario, en el Salvador, el tema de la capacitación en las Micro empresas quizás es uno de los problemas más latentes de ese país, ya que la mayoría de personas son cerradas al cambio y no consideran importante la capacitación y la diversificación de su actividad (ya sea en producción, comercio o servicios). Más abiertas a todo esto, están las pequeñas empresas, que incluso pueden buscar la capacitación por su propia cuenta, como idealmente debería de ser. **(Aguilar, 2008)**. Como es sabido el mercado, las tendencias, herramientas administrativas, la tecnología, todo está en constante avance y evolución, por tanto las empresas deben ser capaces de adaptarse a todo esto. Por consiguiente el mundo global hizo de la capacitación su herramienta perfecta para adaptarse a todos estos cambios y no morir en el intento. Los clientes son cada vez más exigentes y las Micro y pequeñas empresas necesitan a personal capaz de atender y satisfacer estas exigencias; por lo tanto, los empresarios salvadoreños deben empezar por tener en cuenta estos aspectos de nuestro

mundo global. Muy similar es la situación en México, pues cabe señalar que el problema más resaltante en las Micro y pequeñas empresas es la falta de reinversión en las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción. Es difícil contratar personal especializado y capacitado, debido a la incapacidad y desactualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado. Otros problemas derivados de la falta de organización son: ventas insuficientes, mal servicio, mala atención al público, precios altos o mala calidad, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios y problemas de impuestos. **(Gutiérrez, Sapién, Piñón & 2013)**. Es entendible la incertidumbre de los empresarios por no arriesgar su dinero en capacitación, debido a innumerables riesgos. Sin embargo la capacitación no solo trata de educar a empleados en ciertos procesos productivos, la capacitación debe ir de la mano con la integración, misión, visión y cultura de la empresa. El empresario debe capacitarse para ser líder, capaz de entender, guiar a sus colaboradores y mantenerlos motivados. Es importante recalcar que el mundo empresarial es amplio y por consiguiente, existen diversos cursos de capacitación para el desarrollo de las empresas y quienes laboran en ella, de tal forma que estos puedan sentirse como parte prioritaria de la empresa, es decir sentir una identificación con ella. Por otro lado, en América Latina, las Micro y pequeñas empresas representan alrededor del 95% de todas las empresas. Sin embargo, su aporte al producto bruto interno y al crecimiento de los diversos países es inferior al de las grandes empresas. Muchas son las causas que se indican al respecto: 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 planeación y control, la ineficiencia de sus operaciones normales, la falta de incorporación de nuevas tecnologías, la falta de preparación del personal, la fuerte competencia 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)**. Mediante este contexto, es preciso

mencionar que en los últimos años, gobiernos e instituciones de diferentes países de América Latina, se han centrado en mejorar este aspecto del mundo empresarial o como se mencionó anteriormente, forman alianza para brindar talleres, y de ese modo; muchos pobladores puedan capacitarse y desarrollarse en ciertos ámbitos. A pesar de este importante progreso y compromiso por parte de estas instituciones, las Micro y pequeñas empresas de esta parte del mundo, no han conseguido dar mayor aporte al Producto Bruto interno, pues siguen siendo inferiores al de países desarrollados. Siendo una de las razones, la proporción en la que se brinda la capacitación. En efecto, muchas Micro y pequeñas empresas centran sus esfuerzos en capacitar a su personal la mayor cantidad de veces posibles y en distintos temas, de este modo poder dar respuesta rápida y oportuna a distintas situaciones en las que se requiera algún conocimiento en específico. Cabe señalar que, el Perú no es ajeno a esta coyuntura pues el empresario tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero el acceso a capacitación en el segmento de Micro y pequeñas empresas 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 pequeña empresa no ha llegado a conceptualizar cómo calzar esos elementos dentro de su modelo de negocio. (*Huaruco, 2014*). En cuanto a la falta de conceptualización, el empresario peruano suele abarcar distintas situaciones de manera intuitiva, más no con un razonamiento profesional; esto conlleva a que se realicen diversos procedimientos y/o funciones bajo mucha incertidumbre. Es necesario en esta medida, tomar conciencia, capacitarse para plantear métodos estratégicos y trabajar arduamente para alcanzar la diferenciación y consolidación de la empresa en el mercado. Por otro lado y con el objetivo de impulsar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del país con la capacitación y profesionalización del recurso humano, Perú y Estados Unidos suscribieron un memorándum de intención en materia de Cooperación Técnica y Promocional para el Fortalecimiento de Capacidades en Facilitación del Comercio. A través del convenio se promovió

e implementó actividades de facilitación del comercio, programa de fortalecimiento de capacidades, así como intercambio de información en temas de interés mutuo, con énfasis en aquellas que generen impacto en beneficio de las PYMES. (*Paz, 2014*). Por consiguiente, este convenio a permitido que el recurso humano de muchas Micro y pequeñas empresas peruanas de diversos rubros hayan sido beneficiadas con nuevos conocimientos para el fortalecimiento y la eficiencia de sus labores diarias. Es oportuno mencionar que a pesar de este convenio, no todas las regiones han se han visto beneficiadas; como es el caso de la Región Ancash. En contraste con lo mencionado anteriormente, la falta de capacitación abarca desde el mismo empresario y la desproporcionada forma de apoyar del Estado a todas las regiones del país. Debido a ello, los empresarios de la región Ancash capacitan a su personal por sus propios medios sobre temas específicos, pero son muy pocos los que se suman a realizar esta actividad que beneficie a su profesionalización. En definitiva, estos temas pasan de apercibido entre las principales noticias de la región, cuando se debería dar prioridad a ello, y donde el Estado debería tallar para apoyar a esos empresarios a poder capacitarse, ya que esto conlleva a que muchos otros factores se movilicen y se logre un mayor crecimiento económico en la región. De manera semejante, el rubro de Restaurantes, es un tema complejo y difícil de tratar, debido a existen muchos factores que no permiten al empresario poder capacitar a su personal. Para empezar, los empresarios no se atreven al cambio, ni mucho menos a capacitar, al ser negocios pequeños se asume que las reglas o funciones son menores. Por consiguiente; se ha visto titulares sobre el cierre de algunos restaurantes, producto de no haber recibido capacitaciones sobre salubridad e higiene, o por empleados irrespetuosos y poco eficientes que hacen que el cliente se aleje. Todas estas acciones son responsabilidad del empresario por no capacitar a sus trabajadores, dejando notar la ineficiente atención frente al cliente.

En la Ciudad de Chimbote donde se desarrolló la investigación, la mayoría de Micro y pequeñas empresas del rubro de restaurantes conocen el gran valor que aporta la capacitación. Sin embargo hay un gran número de ellas que aún no le presta el debido interés, dejando clientes insatisfechos que no retornan al local, ineficiencia o demora en el servicio, entre otras. Por lo tanto se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general:

- Determinar las principales características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los representantes en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio –rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.
- Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.
- Determinar las principales características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.

La investigación se justifica en la medida que permite conocer las principales características de la capacitación aplicado a la Micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro restaurantes, ubicadas en la ciudad de Chimbote, en tal sentido que permite conocer desde un contexto general si los empresarios acceden a capacitar o no a su personal.

De igual manera los resultados obtenidos de esta investigación permiten a los empresarios y trabajadores analizar y determinar el tipo de capacitación que necesitan en sus distintas áreas (Atención al cliente, área de Marketing, área de producción, Área de Recursos Humanos, etc.///); tomar mejores decisiones que permitan un mayor desempeño de su personal, Incrementando la eficiencia y calidad de trabajo, de esta manera mejorando la relación que existen entre empleado – empleador.

Finalmente, la presente investigación sirve para realizar otros estudios similares en otros sectores empresariales de la Ciudad de Chimbote y otros ámbitos geográficos de la región y el país.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes:

**Dezar, (2013).** En su estudio de investigación titulado: “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de Talara Alta, periodo 2011*”. Se obtuvo los siguientes resultados: El 55% de los representantes tienen entre 40 a 50 años de edad. En cuanto al sexo del representante legal, el 75% está representado por el género masculino. En cuanto al grado de instrucción, el 45% de los representantes cuentan con educación superior universitaria. Referente al cargo, el 45% de los representantes legales son propietarios de su negocio. El año de permanencia en las Micro y pequeñas empresas, el 90% permanece por más de 5 años. El 75% de los trabajadores son permanentes. El 45% de las Micro y pequeñas empresas se crearon con la finalidad de generar ganancias. Con respecto a la capacitación, el 10% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas han recibido por lo menos una capacitación. El 70% de los representantes consideran a la capacitación como un gasto. El 45% de ellos menciona que las Micro y pequeñas empresas brindaron capacitación a su personal sobre atención al cliente.

Se concluye que: Los Propietarios y/o Representantes Legales de la MYPE tienen una edad entre 40 a 50 años, cuenta con formación académica universitaria, se mantienen en el mercado por más de 05 años, sin embargo no existe suficiente productividad porque el personal operativo no ha recibido la debida capacitación en las diferentes áreas que componen un restaurante, no capacitan a su personal por cuenta de la empresa para realizar labores en sus diferentes áreas porque consideran a la capacitación un gasto, más no una inversión.

**Anticona, (2013).** En su estudio de investigación titulado: “*Caracterización del financiamiento y la capacitación, de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes, del distrito de Conchucos, provincia de Pallasca, periodo 2010 – 2011*” llegó a los resultados: Con respecto a los representantes de las Micro y pequeñas empresas, el 80% de sus representantes tienen de 20 a 26 años. En cuanto al sexo del representante legal, el 80% son del género femenino. El 40% de los representantes cuenta con un grado de instrucción secundaria. Con respecto a las Micro y pequeñas empresas, el 60% permanece más de 3 años en el mercado. El 45% de las Micro y pequeñas empresas se crearon con la finalidad de generar ganancia. Respecto a la capacitación, el 60% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas han recibido por lo menos una capacitación. El 60% mencionan que la capacitación es una inversión.

Se concluye que: La mayoría de los propietarios y/o representantes legales de las Mypes son del sexo femenino, su edad oscila entre los 26 y 60 años, y tienen grado de educación secundaria. La mayoría de las Mypes que se dedican al rubro restaurantes tienen más de 3 años, y se constituyeron con la finalidad de generar ganancias. La mayoría de las Mypes encuestadas recibió 1 vez algún tipo de capacitación, lo consideran como una inversión, y que la capacitación de su personal si es relevante. La totalidad de los encuestados recibieron otros tipos de cursos (Ejm.: Manipulación de alimentos, etc.///). Que se les brindó el área de salud con municipalidad distrital.

**Gómez, (2014).** En su estudio de investigación titulado: “*Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las Mypes, rubro Restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013*”. Se obtuvo los siguientes resultados: Con respecto a los representantes, el 56% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen de 25 a 35 años. En cuanto al sexo de los representantes legales, el 67% es del género masculino. El 45% de los representantes cuenta con educación superior universitaria. En cuanto a las Micro y pequeñas empresas, el 67% permanece menos de 10 años. El 62% de

los trabajadores son permanentes. En cuanto a la finalidad, 100% consideran que sus empresas se crearon para generar ganancias.

Se concluye que: Las características de la capacitación en los restaurantes de la ciudad de Chulucanas, se basan en su mayoría a la experiencia diaria de venta, donde el servicio al cliente se basa en el esfuerzo del mozo, por utilizar sus recursos de la mejor manera, según indicaciones del dueño o administrador, por lo tanto se nota que el personal requiere de un programa de capacitación de atención al cliente. Los medios utilizados para capacitar al personal de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas en su totalidad se basan en indicaciones u orientaciones al personal por parte del dueño, ya que no existe una planificación para capacitar o brindar medios de inducción al nuevo personal. Las características del servicio al cliente, se basan en la actitud y disposición del mozo y del personal por atender al cliente, utilizando gran parte de su esfuerzo físico para, lograr la satisfacción del cliente. Los factores primordiales para el cliente en cuanto al servicio al cliente, se basan en el producto mismo, por su sazón de las comidas y por la presentación de los platos, el valor agregado es la disposición de los mozos, por tratar de brindar un buen servicio. Los dueños de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas solo ofrecen capacitación de tipo informal, es decir se dan al ingresar al restaurante como instrucciones para su desempeño laboral de manera general, sin contar con una programación.

**Muñoz, (2013).** En su estudio de investigación titulado: *“Caracterización del financiamientos, la capacitación de las MYPES del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Sullana periodo 2012”*. Se obtuvo los siguientes resultados: Con respecto a los representantes de las Micro y pequeñas empresas, el 50% de sus representantes tienen de 25 a 45 años de edad. En cuanto al sexo de los Representantes Legales, el 50% es de género masculino y cuentan con un grado de instrucción secundaria con un 50%

respectivamente. El 60% de los representantes consideran a la capacitación como un gasto.

Se concluye que la falta de capacitación de los trabajadores disminuye la calidad del servicio y por ende no se genera muchos recursos.

**Otero, (2013).** En su estudio de investigación titulado: *“Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurantes en el distrito, Provincia y departamento de San Martín, periodo 2012 – 2013”*. Se obtuvo los siguientes resultados: El 57% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son del género femenino. El 57% cuenta con un grado de instrucción secundaria con un 57%. Referente a las Micro y pequeñas empresas, el 43% permanece por dos años en el mercado. El 93% de los representantes legales considera que la capacitación es una inversión.

Se concluye que: Una minoría de los encuestados durante los años 2012 – 2013 accedieron a alguna clase capacitación. Así mismo han estado determinados a capacitaciones de índole constitución de empresas. La totalidad consideran que las capacitaciones son más, una inversión de tiempo que de dinero. La mayoría de este rubro tiene mayor tendencia en las mujeres a ser las propietarias o representantes de los negocios familiares o individuales, tienen nivel de estudios de secundaria completa, ayudando al desarrollo de capacidades empresariales.

**Vega, (2014).** En su estudio de investigación titulado: *“Caracterización del financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles y restaurantes en la provincia de Huancavelica, departamento de Huancavelica, periodo 2012 – 2013”*. Se obtuvo los siguientes resultados: Con respecto al representante legal, el 55% es del género femenino. El 42,5% cuenta con un grado de instrucción

secundaria. En cuanto a las Micro y pequeñas empresas, el 50% permanece por 2 años en el mercado. Referente a la capacitación, el 100% de los representantes consideran a la capacitación como una inversión

Se concluye que: La mitad de las Mypes del sector servicio durante el año 2012 recibieron alguna capacitación, la mayoría indican que en el año 2012 han tenido una capacitación permanente que los ha ayudado a mejorar. La totalidad de las Mypes consideran a la capacitación como una inversión.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación:**

### **A. MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPE):**

#### **Definición de la Micro y pequeña empresa (MYPE).**

La Micro y pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y pequeñas empresas. **Ley n° 28015, Art. 4 (2003)**

En efecto, las Micro y pequeñas empresas son pequeñas unidades de negocio, es considerada unidad económica debido a su gran aporte al Producto Bruto Interno (PBI) y por generar unidades de empleo a sus ciudadanos; esto permite el desarrollo socio-económico de un país. Las Micro y pequeñas empresas, pueden ser de diferentes tipos, entre ellas mercantiles o industriales, ofreciendo productos o servicios para satisfacer necesidades,. Sin embargo, lo que las define como tal, son el volumen de sus ingresos, ya que estos son de carácter limitado en comparación con las grandes empresas;

del mismo modo, el límite es notorio en el número de personal con el que cuentan, su presupuesto es bastante reducido y definitivamente las obligaciones que afrontan son menores.

### **Características de las Micro y pequeñas empresa.**

Las Micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna 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 (UIT).
- **Pequeña empresa:** Ventas anuales superiores a 150 IUT 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 IUT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por Decreto Supremos por el Ministerio de Economía y Finanzas y el Ministerio de la Producción cada dos (2) años. **Ley 30056, (2013).**

Las afirmaciones antes mencionadas son especificaciones que expresan el límite de cantidades monetarias que generan al año las unidades económicas y mediante las cuales son consideradas Micro, pequeñas o medianas empresas. Añádase a ello que el valor de la Unidad Impositiva Tributaria ascendió a S/ 3, 950 en el último año, lo que implica que para que una unidad económica pueda ser considerada como Micro empresa, es necesario que sus ventas no sean mayores a 150 UIT, lo que equivale a S/. 592,500.00. Del mismo modo, para ser considerada mediana empresa, las ventas anuales no deben ascender a 170 UIT, lo que corresponde a S/. 6,715.000.00. Mientras que las medianas empresas no deben exceder el monto de S/. 9,085.00, lo que equivale a 2,300 UIT. En este sentido, es necesario detallar que los negocios

del rubro de restaurantes, los cuales fueron objeto de estudio no sobrepasan el límite de montos dado, por lo que son consideradas Micro, medianas y pequeñas empresas.

### **Importancia de la Micro y pequeña empresa.**

La importancia de la MYPE se evidencia desde distintos ángulos.

- En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos.
- En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa.

Se promueven las pequeñas empresas porque generan empleo e innovación. Todo parece indicar que la reciente revolución científico-tecnológico que está viviendo el mundo entero, potenciará aún más las pequeñas unidades productivas en la medida que las nuevas tecnologías facilitan elevar la productividad a nivel personal o familiar, la inmediatez de la comunicación favorece la distribución con menos costo, los elevados índices de escolaridad homogeneizan la mano de obra y la califican en un horizonte laboral más integro. **Tello, S. (2014)**

Evidentemente las Micro y pequeñas empresas son un factor importante para el desenvolvimiento de la economía de los países, impulsando de ese modo el desarrollo socio-económico. En un contexto general, son grandes generadoras de empleo y a su vez permite que muchas personas puedan tener una mejor calidad de vida. Además cabe señalar que brindan un aporte a la

producción y comercialización, así como logran satisfacer múltiples necesidades. Añádase a ello, que las grandes empresas distribuidas en distintas naciones son producto de la globalización y las Micro y pequeñas empresas en algunos casos complementan la actividad de las grandes empresas, generándose de este modo dos maneras de emplear. En primer lugar, la Micro y pequeña empresa brinda oportunidad laboral a más personas; y en segundo lugar, la gran empresa brinda oportunidad laboral a la Micro y pequeña empresa; permitiendo así la creación de nuevos negocios para satisfacer las necesidades de los clientes de las grandes empresas. Sin embargo, haciendo mención a la globalización; este es un asunto bastante controversial dentro de la importancia, ya que producto de la llegada de estas grandes unidades; muchas Micro y pequeñas empresas han desaparecido del mercado al no poder hacer frente a sus mayores competidores. Es necesario mencionar que otras si han logrado mantenerse con la aportación que le brindan a estos grandes entes.

### **Clasificación de las Mypimes.**

A continuación recorreremos las clasificaciones más comúnmente utilizadas en la literatura y las cuentan con mayor peso analítico.

1. **Autoempleo-empleadoras:** Las primera división se relaciona con la forma en que se articulan los vinculan laborales entre trabajo y capital al interior de la empresa, y propone distinguir entre MIPYMES de “autoempleo” y “empleadoras”, si quienes son propietarios son a la vez empleados, y no existe ningún obrero externo contratado, la MIPYME es considerada como de autoempleo, asimilándola a las economías hogareñas. Si por el contrario, existen trabajadores no propietarios, vinculados a la unidad productora, entonces estamos frente a una empresa empleadora. Ambos tipos de empresa son importantes y beneficiosas para la sociedad; pero si las MIPYME de un país se

concentran en el sector de autoempleo, será relevante considerarlas para las políticas públicas, pero no específicamente para las de generación de empleo, porque las firmas de dicho país no van a estar absorbiendo la capacidad laboral ociosa, si no antes solucionando la situación laboral de quienes son sus propietarios. **Álvarez, M. (2009)**

Dentro de este contexto de clasificación, se evidencia distintas formas de operatividad de las Micro y pequeñas empresas, que en algunos casos generan oportunidades y en otras las absorben. Tal es el caso de las unidades de empleo, al tener solo el aporte de los dueños más no de un grupo de trabajo como lo imparte la unidad empleadora, se está negando la oportunidad de generación de empleo para el desarrollo de la sociedad. Por otro lado, es necesario señalar, que el propietario en ambos casos, necesita relacionarse con una eficiente dirección de su negocio. Es por ello que se hace indispensable que el propietario conozca muy bien su negocio y tenga la suficiente formación para hacer frente a distintas eventualidades que puedan surgir en el mercado, además de determinar el mejor lugar en el que desarrollará sus actividades de comercialización o producción y las mejores estrategias.

#### **A. CAPACITACIÓN:**

**Definición:** Es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias. **Chiavenato, I. (2011)**

Dentro de esta perspectiva, la capacitación es un proceso que requiere de un conjunto de procedimientos previamente planificados y organizados. Cabe

señalar que los conocimientos que pueden ser transmitidos mediante los programas de capacitación son de distinta índole, estas se determinan en función a las necesidades de la propia organización y/o individuo; mejorando mediante ello, la actualización de conocimientos, mejorar la eficiencia en el trabajo, fortaleciendo habilidades y desarrollando competencias. De este modo, la capacitación logra que los empleados obtengan nuevas herramientas y generen mejores estrategias, lo cual se refleja en mejores resultados y mayor eficiencia en su puesto de empleo, así como permitiéndole a la empresa cumplir con sus objetivos trazados.

### **Importancia de la capacitación.**

La importancia de la capacitación radica en que a mayor desarrollo tecnológico en la sociedad, mayor necesidad de talento, es decir; de personas competentes técnica y emocionalmente capaces de crear, innovar, crear valor, afrontar retos en los negocios, elaborar bienes y servicios de calidad y contribuyan a que la organización logre mantenerse en un mercado globalizado: la tendencia es que las organizaciones se conviertan en comunidades de aprendizaje que lo generen, lo conserven y lo traduzcan en acciones de valor agregado, la sobrevivencia en el mundo global y competitivo depende en estos momentos, de la inversión que hagan las empresas en intangibles, como innovación tecnológica, organización flexible y desarrollo del capital humano. La utilización del conocimiento apropiado se convierte en la principal fuente de ventaja competitiva para una organización en la época actual. **Cabrera, J. (2009)**

En este sentido se comprende que existe un fenómeno mundial llamado globalización y que generalmente se enfoca en el aspecto comercial. Para estos tiempos, todas las unidades económicas necesitan mostrar su lado más competitivo y es ahí donde surge la importancia de ser capacitados. Este mundo globalizado, genera muchas oportunidades y a su vez muchas

amenazas. Además quienes están en el ámbito comercial y/o industrial necesitan hacer frente a estos grandes retos, convirtiéndolos en personas competentes, habilidosas y con una adaptación mejor y rápida a los cambios que podrían afectar el desenvolvimiento de la empresa en el mercado.

### **Meta de la capacitación.**

La meta de la capacitación es que los empleados dominen el conocimiento, las habilidades y los comportamientos presentados en el programa o sesión de capacitación y que los apliquen en el trabajo diario. Es decir logren alcanzar las competencias laborales en el puesto que ocupan, que alcancen el aprendizaje exigido que permita el cambio de comportamiento del individuo y de la organización a la que pertenece. “El aprendizaje es un cambio del comportamiento de la persona producto de la instrucción, la cual tiende a perdurar y que se produce e interacciona equilibrada con el medio tanto físico como social. **Hernández, O. (2008).**

Cabe mencionar que existen múltiples temas para capacitar, las empresas buscan encontrar temas en específico de acuerdo a las circunstancias o eventualidad de su propia empresa, es decir que los temas a tratar son de acuerdo a las funciones que les impliquen a sus trabajadores. En este sentido, buscan reforzar los conocimientos de funciones u operaciones propias de la organización. Por consiguiente, buscan que todos los conocimientos brindados a sus empleados, sirvan para que estos puedan hacer frente a dificultades y respondan de manera oportuna, empleando estrategias y resolverlos sin crear mayores inconvenientes.

### **Objetivos de la capacitación.**

- Actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades.

- Preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de nueva creación.
- Prevenir riesgos de trabajo.
- Incrementar la productividad.
- Mejorar las aptitudes del trabajador.

**Hernández, L. y Cruz, R. (2014).**

Dentro de este marco, la capacitación funciona como un efecto multiplicador de eficiencia y productividad para quienes se aplique (trabajadores) y en donde se aplique (empresa); puesto que la información y práctica brindada (dependiendo del tipo de capacitación) pasa a ser procesada y aplicada en el puesto de trabajo, obteniéndose este modo, mayor eficiencia y eficacia, además de mejores resultados que permite que la empresa se mantenga económicamente activa. Debido a estas implicaciones, se hace necesario capacitar y precisamente los objetivos de capacitación se manifiestan en la obtención de nuevos conocimientos para adaptarse a los cambios antes mencionados. Así mismo, esta información permite perfeccionar habilidad y en efecto; sirve para hacer más eficiente el trabajo del empleado, ya sea para ocupar un nuevo puesto o fortalecer sus habilidades, lo que conlleva a tener mayor capacidad para desarrollar sus funciones. Por otro lado, también permite trabajar organizadamente, previniendo futuros riesgos y trabajando con mayor precisión. Cabe resaltar que la capacitación le permite al empleado tomar mejores decisiones, obtener mayores resultados y alcanzar objetivos laborales y empresariales.

**Beneficios de la Capacitación.**

Existen 9 buenas razones para que una empresa capacite:

- Porque aumentan el volumen de ventas y los beneficios del negocio.
- Porque tienen más en cuenta los intereses de la empresa.

- Porque defienden mejor la estrategia comercial y la reputación de la empresa.
- Porque aumenta la motivación, la moral y la integración de los empleados.
- Porque en vez de resignarse ante las dificultades, reaccionan buscando las soluciones.
- Porque mejoran su conocimiento y aprovechan mejor su conocimiento de los productos.
- Porque hacen más eficiente su organización personal
- Porque mejoran su profesionalidad en todos los aspectos.

Porque logran el éxito sin dejar de ser quiénes son, descubriendo sus puntos débiles y afianzando sus puntos fuertes. **Walt, A. (2009)**

Evidentemente, capacitar al personal es muy beneficioso para el desenvolvimiento de la empresa a modo interno y esto conlleva a mostrar beneficios a modo externo. Dicho de otro modo, el personal capacitado tiene mayor de sus funciones y tras la obtención de nuevos conocimientos; puede aplicar nuevas estrategias que permitan satisfacer las necesidades y/o requerimientos del cliente, lo cual se traduce en el incremento de las ventas. Así mismo, la capacitación dado sobre temas en específico; se traduce en el interés de la empresa por reforzar a sus empleados para conseguir mejores resultados, esto a su vez hace que muchos empleados se sientan más comprometidos y puedan ver el mercado desde una perspectiva más innovadora, sintiéndose más preparados frente a los cambios del entorno. Definitivamente, esto beneficia tanto a las empresas y a quienes son parte de ella, ganando de este modo más reputación de su imagen empresarial. Cabe resaltar que también aumenta la motivación frente al trabajo, debido a que el personal se siente preparado y capaz de realizar las actividades que se le pide. Las empresas quieren resultados, y la capacitación contribuye a que el empleado no se rinda frente a dificultades y estos puedan colaborar de manera

eficiente. Mediante la capacitación se refuerzan grupos de trabajo, haciéndolos más íntegros.

### **Capacitación con mentalidad de liderazgo.**

Se debe capacitar a todas las personas con mentalidad de liderazgo para que estos se conviertan en portavoces, además que para capacitar se necesita de distintos aspectos como: La persona que capacita imparte poder, infunde al líder potencial, el deseo y la capacidad de hacer el trabajo. Se inicia por establecer una relación con los líderes potenciales, sobre este cimiento, puede dirigir un programa para el desarrollo de estos, supervisar su progreso, darles poder para hacer el trabajo, y por último asegurar que transmitan el legado, también es necesario pedir que se comprometan, es la clave. No capacites a quienes solo están interesados, sino a quienes están comprometidos, si las personas no asumen un compromiso es mejor no continuar con el proceso de capacitación. Se debe fijar metas para el crecimiento utilizando las siguientes pautas: Fijar metas apropiadas, fijar metas alcanzables, fijar metas mensurables y definir las metas claramente. Además se debe hacer que las metas demanden un extra. Es importante desarrollar una relación personal con aquellos a quienes se capacitará, ya que serán el guía y aprenderán de ellos. Toda buena relación entre un mentor y sus discípulos comienza con una relación personal. Maxwell, J. (2012)

La afirmación anterior manifiesta un reforzamiento en las capacidades y habilidades de un líder, ya que esta es la persona capaz de influir en equipos y hacer que estos se desenvuelvan a su mismo ritmo de actividad. Desde la perspectiva más general, el líder es la persona que cuenta con diversas competencias, entre ellas: es una persona sociable, comunicador, motivador, inteligente emocionalmente, capaz de influir en sus colaboradores, etc///. En efecto, se vuelve beneficioso capacitar a personas con este perfil; ya que estos podrán transmitir los conocimientos ganados en la capacitación mediante una

comunicación efectiva a los colaboradores. A este respecto, se vuelve esencial el compromiso por parte del líder y que el capacitador establezca una buena relación con el líder, dejándolo con buenos conocimientos y de ser posible que logre superar sus expectativas. Además, es necesario que se supervise su progreso para determinar si se comprendió correctamente. De este modo, se alimenta la motivación del líder y las ganas de querer aplicar lo aprendido y como es propio de él, y como es propio de él, lo incentivará a querer enseñar lo aprendido para lograr compromiso y buenos resultados en conjunto.

### **Fases de la capacitación.**

Las fases se separan en cuatro partes, siendo las siguientes:

**PRIMERO:** Debe realizarse un diagnóstico o evaluación de las necesidades en tres niveles: la organización, la actividad laboral y el individuo. Ello implica que antes de proceder a poner en práctica las acciones de capacitación, debe determinarse de manera certera:

- (1) Si la organización está fallando con las metas y objetivos y así es, si esto es resultado de deficiencias de conocimiento, actitud o debilidad,
- (2) Que clase de tarea necesitan realizarse y que contenido en la instrucción es necesaria para generar las conductas requeridas,
- (3) Si existe en la actualidad o en el futuro se prevé escasez de habilidades particulares, y de darse en ello,
- (4) Que individuos en particular y que tipo de capacitación.
  - **SEGUNDO:** Impartición de la capacitación: Al respecto existen diversos métodos a impartir tanto dentro como fuera del área de trabajo: conferencias, estudio de casos, la representación de papeles, la simulación, la instrucción programada, el aprendizaje, la capacitación de iniciación, la rotación en distintos puestos, y otros.
  - **TERCERO:** Evaluación de la capacitación en términos de algún criterio derivados de la primera fase (evaluación de las necesidades). La

capacitación no debe ser evaluada sólo en términos de cambios en materia de conocimientos, habilidades y actitudes; también y por sobre todas las cosas debe medirse el éxito en materia de incremento en los niveles de productividad y calidad laboral. **Lefcovich, M. (2009)**

Dentro de la organización existen tres niveles importantes que necesitan evaluarse, generalmente en estos tres niveles es en donde ocurren problemas y deficiencias, que necesitan estar en constante evaluación para que no interrumpan el desenvolvimiento de la organización. Ellos son, el individuo necesita incrementar sus conocimientos y fortalecer sus habilidades, esto contribuirá a una eficiente actividad laboral y un mayor desempeño, por último este buen accionar repercute en la buena imagen de la organización. Dentro de esta perspectiva se debe diagnosticar si las metas y objetivos están bien trazadas y es comprensible para los miembros de la organización, se deben preparar contenidos para reforzar lo que no se sabe, teniendo en cuenta no solo a la organización sino al individuo quien será quien procese la información. Así mismo, determinar con que se capacitará y a quienes se capacitará y en última instancia tener en cuenta los resultados que se desea alcanzar.

### **Evaluación de la capacitación.**

- Diagnosticar el nivel de logro de los objetivos de capacitación definidos.
- Determinar conocimientos, comportamientos y percepciones.
- Comparar los beneficios de la actividad en relación a los costos.
- Identificar los aspectos positivos y negativos de una actividad de capacitación.
- Probar la claridad y validez de las técnicas utilizadas en la actividad.
- Identificar los participantes que destacaron y los que obtuvieron bajos.
- Determinar la necesidad de refuerzos a quienes lo necesiten.

### **Williamson, C. (2012)**

Para la realización de un programa de capacitación, hay un aspecto importante que tomar en cuenta, debido a que para poder capacitar es necesario saber por qué se necesita capacitar, probablemente se exista un problema o una necesidad que esté interfiriendo en la consecución de objetivos de la empresa. En este sentido es importante saber cuándo capacitar y que técnicas utilizar para conseguir evidencia. Por consiguiente una de las técnicas más utilizada es la observación directa del desempeño; esta permite observar de cerca y detectar las deficiencias y limitaciones del desempeño en las áreas y el personal que son parte de ellas. A pesar de lo efectiva que es la técnica anterior, existen otras técnicas como: hacer uso del registro de reclamos, ya mediante ello se obtiene información de las deficiencias vistas desde la perspectiva del cliente, buscando satisfacer su necesidad y atendiendo y mejorando las deficiencias en las áreas de la empresa. En segundo lugar, después de haber detectado el área o la actividad deficiente, se hace necesario planificar como se hará y que resultados se espera conseguir. Para ello es necesario realizar un informe en el que se mencionen objetivos, se determinen que temas se tratarán en la capacitación, la metodología, el tiempo de duración el número de asistentes, los equipos a utilizar, la hora de inicio y termino de la capacitación. Básicamente, en la tercera parte se plantea llevar a la acción lo elaborado en la planificación acompañado de un seguimiento y monitoreo para reafirmar si comprendieron correctamente. En última instancia, se debe evaluar si la capacitación es efectiva, revisando nuevamente el informe, de ese modo se sabrá si se logró cumplir tal y como se planificó, es decir si todos los colaboradores lograron obtener nuevos conocimientos y nuevas percepciones, si los gastos fueron tal y como se establecieron al principio. Por consiguiente, es necesario identificar qué aspectos necesitan reforzarse para próximas capacitaciones.

### **2.3. Marco Conceptual**

#### **Restaurantes:**

El término “restaurantes” es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, en el que se servían bebidas y comidas pero como algo distinto a las pasadas, tabernas y casa de su comida. Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos. Después de la revolución Francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número. En otros países, el restaurante, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos, con éste nombre comenzaron a competir con los hoteles ofreciendo abundantes comidas, elegantemente servidas y a precios razonables. En Londres el primer restaurante se abrió en 1873. En España y otros países de habla Castellana, también comenzó a propagarse el nombre de “RESTAURANTES”, como un tipo de establecimiento que se dedicaba en especial a servir comidas. Esto logró extenderse por toda Europa, resolviéndolos en algunos países como “Restoran”, “Restaurante” o “Restauracja” (nombre utilizado en la Polonia).

El primer Restaurante que existió tenía en la puerta de entrada estas palabras: “Venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo restauraré”. El origen de los restaurantes tal y como se les conoce actualmente no es muy antiguo. En el siglo 18, en los sitios donde se servía comida, sólo se pedía comer a una hora fija y se tenían que someterse a lo que sirviera el establecimiento. En el año de 1765, un francés de apellido Boulanger, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con el nombre de “restaurants” porque reconfortaban, y así las anunciaba en el exterior de su negocio. El restaurante de Boulanger, champs d'Odéon, cobraba unos precios lo suficientemente altos como para convertirse en un lugar exclusivo en el que las damas de la sociedad

acudían para mostrar su distinción. Es el negocio comercial de los restaurantes que prospero después de la segunda guerra mundial ya que, muchas personas con posibilidades económicas adquirieron el hábito de comer fuera de sus casas, la palabra restaurante se estableció en breve y los chef de más reputación que hasta entonces solo habían trabajado para familias privadas abrieron también sus propios o fueron contratados por un nuevo grupo pequeños empresarios: Los restauradores. (Rivadeneira, 2010)

### **Micro y pequeñas empresas de restaurantes y la capacitación:**

En el mundo la gran mayoría de Restaurantes son parte de las denominadas Mypes. Las Micro y pequeñas empresas de Restaurantes han ido en aumento durante los últimos años, generando puestos de trabajo e ingresos económicos a familias de bajos recursos.

Sin embargo, pese a que han ido en aumento, su capacidad para crecer como empresa es mínima ya que no suelen capacitar a su personal. Por lo general se contrata a familiares y amigos, gente sin experiencia, con la finalidad de darles un puesto de trabajo y el negocio siga funcionando. No toman en cuenta la capacitación, excusándose con que es mucho más barato contratar a personas cercanas que a profesionales expertos en el área. En los restaurantes se pueden necesitar diferentes capacitaciones. En los restaurantes se pueden necesitar diferentes capacitaciones, desde dar capacitación sanitaria a todo el personal, capacitación en atención al cliente, capacitación a las cocineras, para que puedan preparar mejores y variados tipos de menús, etc. Definitivamente la capacitación es el mejor método para que el personal de los restaurantes pueda mostrar una mejor actitud y desempeño en su puesto de trabajo y frente a los clientes.

**Definición:**

La capacitación es una actividad planificada que se da mediante un proceso continuo en el que se adquiere conocimientos; básicamente se trata de la enseñanza-práctica, que se realiza a un individuo o al personal de una empresa con la finalidad de que este, adquiera conocimientos, mejore sus actitudes, habilidades y destrezas, permitiéndole de esta manera mostrar mayor eficiencia, rendimiento y desempeño en su ambiente laboral. La capacitación en una empresa tiene por objetivo preparar al personal para que estos puedan adaptarse y cumplir con los requerimientos específicos de un puesto de trabajo.

### **III. HIPÓTESIS**

Para la presente investigación no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la Investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo – cuantitativa.

- No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir se observó el fenómeno sin sufrir modificaciones, conforme a la realidad, tal como se encuentra dentro de su contexto.
- Transversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado, es decir se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único.
- Descriptivo, porque solo se limitó a describir las parte más relevantes de las variables en estudio. Es decir, las principales características de las variables.
- Cuantitativa, porque se hizo uso de procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

### **4.2. Población y muestra.**

Se utilizó una población de 39 Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014. La cual se obtuvo mediante la técnica de sondeo debido a que no existen muestras estadísticas actualizadas en el SIGE, ni en SUNAT.

Se utilizó una muestra dirigida por conveniencia de 22 Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014, debido a que no todos los representantes legales estaban de acuerdo con la realización de la encuesta, es por ello que solo se contó con la información brindada por algunas empresas.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definir variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de la micro y pequeña empresa	Son personas emprendedoras que tuvieron la idea de un negocio, observando el mercado y aprovechando las oportunidades que se presentan para generar beneficios monetarios como personales.	Edad	a) 18 – 30 años. b) 31 – 50 años. c) 51 años a más	Cuantitativo
		Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria	Nominal
		Cargo	a) Dueño b) Administrador c) Gerente	Nominal
		Tiempo que desempeñan en el cargo	a) 1 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 años a más	Cuantitativa

<b>Variable</b>	<b>Definir variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
La Micro y pequeña empresa.	La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Tiempo de permanencia	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 años a más	Cuantitativo
		Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 10 a más trabajadores	Cuantitativo
		Tipos de Trabajador	a) Permanentes b) Eventuales	Nominal
		Motivo principal de creación	a) Generar ganancia b) Subsistencia	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definir variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Capacitación	Es un proceso planificado, y organizado que busca mejorar y ampliar los conocimientos de una persona con la finalidad de que este tenga una mejor adaptación, crecimiento pero sobre todo mayor rendimiento.	Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- C. en Marketing</li> <li>- Atención al cliente.</li> <li>- Manejo de Maquinaria y equipos.</li> </ul>	Nominal
		Persona	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empleados realizados.</li> <li>- Satisfechos</li> <li>- Comprometidos</li> </ul>	Nominal
		Rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora en el rendimiento.</li> <li>- Mejoramiento en la calidad.</li> <li>- Mejoramiento en la producción.</li> </ul>	Nominal

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica que se utilizó fue la encuesta, la cual permitió obtener y recolectar la información de varias personas relacionadas al objeto de estudio.

El instrumento que se utilizó fue el Cuestionario, este permitió registrar la información a través de un conjunto de preguntas, las cuales fueron elaboradas de manera cuidadosa sobre hechos y aspectos que engloban el objeto de estudio y la variable capacitación.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el presente estudio de investigación se hizo uso del programa Microsoft Word para la redacción de la investigación, del mismo modo fue una herramienta útil para la elaboración de tablas y figuras, las cuales contenían información obtenidas por los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Restaurantes de la Ciudad de Chimbote, 2014.

Además se hizo uso del programa PDF (formato de documento portátil), el cual permitió que lo redactado en el informe no sufriera algún tipo de variación o distorsión en algún párrafo.

#### 4.6. Matriz de consistencia

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>					
<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Métodos</b>	<b>Técnica instrument o</b>
<p><b>Central:</b> ¿Cuáles son las principales Características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014?</p> <p><b>Secundario:</b> ¿Cuál es el perfil de los representantes en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014?</p> <p>¿Cuáles son las principales características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad</p>	<p><b>General:</b> Determinar las características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.</p> <p><b>Objetivos</b> <b>Específicos:</b> - Determinar las características de los representantes en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014. - Determinar las características en las Micro y</p>	<p>La capacitación es un proceso planificado mediante el cual se realizan actividades o métodos en el que se adquiere conocimientos, se mejora habilidades y destrezas; permitiéndole de esta manera mostrar mayor eficiencia, rendimiento y desempeño en su ambiente laboral.</p>	<p>La población está constituida por 39 micro y pequeñas empresa del sector servicios - rubro restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014. Se utilizó una muestra dirigida por conveniencia de 22 Micro y pequeñas empresas, debido a que no todos los representantes estuvieron de acuerdo</p>	<p>Se utilizó el diseño no experimental – transversal-descriptivo-cuantitativo. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir tal como se encuentra dentro de su contexto. Transversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado. Descriptivo, porque solo se limitó a describir las partes más relevantes de las variables en estudio.</p>	<p><b>Técnica:</b> encuesta <b>Instrument o</b> Cuestionari o</p>

<p>de Chimbote, 2014? ¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014?</p>	<p>Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014 - Determinar las características de la capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.</p>		<p>con la realización de la encuesta.</p>	<p>Cuantitativa, porque se hizo uso de procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.</p>	
---	--	--	---	--	--

#### 4.7. Principios éticos

Para la elaboración del proyecto de investigación se utilizó los principios de confidencialidad, confiabilidad y respeto a la persona humana.

- Confidencialidad, porque solo se publica la información que el representante autoriza.
- Confiabilidad, porque los datos e información son reales y fuentes seguras (propios representantes legales.)
- Respeto a la persona humana, porque se valoró las ideas, creencias y comentarios que el representante legal proporcionó.

Es conveniente mencionar que los datos obtenidos en la investigación sirven para múltiples usos, beneficiando a personas que desean investigar más sobre el objeto de estudio, siendo esta investigación de apoyo más no genera un impacto negativo a la sociedad.

## V. Resultados

### 5.1. Resultados

**TABLA N° 1: Características de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector Servicio - rubro restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014.**

<b>Datos generales:</b>	<b>Número de Mypes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Edad (años)</b>		
18 – 30 años	4	18,2
31 – 50 años	12	54,5
51 años a más	6	27,3
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,0</b>
<b>Género</b>		
Masculino	9	40,9
Femenino	13	59,1
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,0</b>
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	1	4,6
Secundaria	7	31,8
Superior no universitaria	2	9,1
Superior universitaria	12	54,5
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,0</b>
<b>Cargo</b>		
Dueño	12	54,5
Administrador	6	27,3
Gerente	4	18,2
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,0</b>
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>		
1 a 3 años	6	27,3
4 a 6 años	6	27,3
7 años a más	10	45,4
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector Servicio - rubro restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014.

**TABLA N° 2: Características de las Micro y pequeñas empresas del sector Servicio - rubro restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014.**

<b>De la Empresa:</b>	<b>Número de Mypes</b>	<b>de Porcentaje</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
0 a 3 años	5	22,7
4 a 6 años	6	27,3
7 años a más	11	50,0
Total	22	100,0
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	13	59,1
6 a 10 trabajadores	8	36,4
10 a más trabajadores	1	4,5
Total	22	100,0
<b>Sus trabajadores son:</b>		
Permanentes	13	59,1
Eventuales	9	40,9
Total	22	100,0
<b>Su empresa se creó para:</b>		
Generar ganancia	20	90,9
Subsistencia	2	9,1
Total	22	100,0

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector Servicio - rubro restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014

**TABLA N° 3: Características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector Servicio - rubro restaurantes, ciudad de Chimbote 2014.**

<b>De la capacitación:</b>	<b>Número de Mypes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Conoce el termino capacitación</b>		
Si	20	90,9
No	2	9,1
Total	22	100,0
<b>Se ha capacitado en los últimos años</b>		
Si	16	72,7
No	6	27,3
Total	22	100,0
<b>Cuantas veces se ha capacitado</b>		
1 – 2 veces	5	22,7
3 o más veces	10	45,5
Ninguno	7	31,8
Total	22	100,0
<b>La capacitación es una</b>		
Inversión	22	100,0
Gasto	0	0,0
Total	22	100,0
<b>Capacita a su personal</b>		
Si	19	86,4
No	3	13,6
Total	22	100,0
<b>Tipo de capacitación que recibió su personal</b>		
Curso en TICS	2	9,1
Marketing	0	0,0
Competitividad	1	4,5
Atención al cliente	15	68,2

No capacita a su personal	4	18,2
Total	22	100,0

---

<b>Considera que la capacitación mejora el desempeño de su empresa</b>		
--	--	--

---

Si	22	100,0
No	0	0,0
Total	22	100,0

---

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector Servicio - rubro restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014.

## 5.2 Análisis de resultado

### a) Discusión:

#### **Referentes a las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas:**

Con respecto a la edad de los representantes: El 54,5% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas, tienen entre 31 a 50 años (Tabla 01), estos resultados contrastan con lo encontrado por **Dezar (2013)** quien menciona que el 55% de los representantes tienen entre 40 a 50 años de edad. Así mismo contrasta con **Anticona (2013)** quien afirma que el 80% de los representantes encuestados tienen de 20 a 26 años; de igual forma contrasta con **Gómez (2014)** quien menciona que el 56% de los representantes tienen de 25 a 35 años y en última instancia contrasta con **Muñoz (2013)** quien determina que el 50% de sus representantes tienen de 25 a 45 años de edad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; están siendo dirigidas por personas adultas, quienes respaldan todo su trabajo en sus años de experiencia en el rubro, lo cual permite que enfrenten desafíos y sean activos en un mercado tan competitivo.

Con respecto al género de los Representantes: El 59,1% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, son del género femenino (Tabla 01), estos resultados coinciden con **Anticona (2013)** quien menciona que un 80% de los representantes son mujeres, así mismo coincide con **Otero (2013)** quien afirma que el 57% de los representantes legales son del género femenino, del mismo modo coincide con **Vega (2014)** quien determina que el 55% de representantes son féminas. Pero esto contrasta con lo determinado por **Dezar (2013)**, quien afirma que un 75% son del género masculino, así mismo contrasta con **Gómez (2014)** quien menciona que el 67% son varones y por último contrasta **Muñoz (2015)** quien indica que el 50% de los representantes son del género masculino. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; están siendo dirigidas por personas del sexo femenino, porque son quienes tienen

una imagen más marcada en cuanto a la cocina y el hogar; sin embargo este paradigma se está rompiendo; porque en los últimos años, ambos géneros están atreviéndose y demostrando que no existe barreras para dirigir un negocio del rubro de restaurantes.

Con respecto al grado de instrucción de los Representantes legales: El 54,5% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, tienen grado de instrucción universitario (Tabla 01), estos resultados coinciden con **Dezar (2013)** quien afirma que el 45% de los representantes tienen educación superior universitaria, del mismo modo **Gómez (2014)** coincide que un 45% de representantes tienen grado de instrucción universitario. Pero esto contrasta con **Anticona (2013)** quien determina que un 40% de los representantes tienen estudios secundarios, así mismo contrasta con **Muñoz (2013)** quien menciona que el 50% de los representantes cuentan con un grado de instrucción secundario, del mismo modo contrasta con **Otero (2013)** quien afirma que el 57% solo concluyo sus estudios secundario y en última instancia contrasta con **Vega (2014)** quien indica 42.5% tiene un grado de instrucción secundario respectivamente. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; están dirigidas por representantes que tienen un grado de instrucción Universitario, lo cual demuestra que decidieron prepararse correctamente para poder dirigir su negocio. Sin embargo; la falta de recursos económicos no permite que muchos puedan llevar esta correcta preparación, por lo que deciden enrumbarse a conocer y experimentar el mercado contando con solo estudios secundarios.

Con respecto al cargo de los Representantes legales: El 54,5% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, son dueños de su negocio (Tabla 01), estos resultados coinciden con **Dezar (2013)** quien menciona que el 45% los representantes legales, tiene el cargo de propietarios. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; están siendo dirigidas por sus propios dueños, porque evitan gastar su dinero para pagar por el servicio de un tercero, además no tienen la confianza suficiente para dejar su negocio en manos de este, por temor a muchos riesgos.

Con respecto al tiempo que desempeñan en el cargo los Representantes legales: El 45,4% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, desempeñan el cargo de 7 años a más, mientras que el 27,3 lo desempeña de 4 a 6 años, por último un 27,3% de 1 a 3 años (Tabla 01). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; desempeñan el cargo de 7 años a más, porque confían en su modo de administrar que es respaldado por su experiencia adquirida en el transcurso de los años.

#### **Referentes a las características de las Micro y pequeñas empresas:**

Con respecto al tiempo de permanencia de la micro y pequeña empresa: El 50,0% de las micro y pequeñas empresas, tienen de 7 años a más de permanencia (Tabla 02), estos resultados contrastan con lo encontrado por **Dezar (2013)** donde menciona que el 90% permanece por más de 5 años, de igual forma contrasta con **Anticona (2013)** quien por su parte determina que el 60% permanece más de 3 años, del mismo modo contrasta con **Gómez (2014)** quien indica que el 67% permanece menos de 10 años. Además contrasta con **Otero (2013)** quien afirma que el 43% permanece por dos años y en última instancia **Vega (2014)** contrasta mencionando que el 50% permanece por 2 años respectivamente. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; tienen como permanencia 7 años a más porque llevan una adecuada gestión de sus recursos, lo que le permite tener ingresos para solventar gastos, así como brindarle mejores condiciones de trabajo a sus empleados.

Con respecto al número de trabajadores de la micro y pequeña empresa: El 59,1% de las micro y pequeñas empresas, solo cuenta con 1 a 5 trabajadores; así mismo el 36,4% cuenta con 6 a 10 trabajadores; mientras que el 4,5% de 10 a más trabajadores (Tabla 02). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; cuenta con 1 a 5 trabajadores, porque sus propios ingresos no le permiten tener un mayor número de trabajadores, además consideran que es la cantidad necesaria para negocios pequeños, donde cada uno cumple

una función específica. A medida que el negocio se amplíe irán contratando mayor mano de obra.

Los trabajadores de la micro y pequeña empresa son: El 59,1% de las micro y pequeñas empresas tienen trabajadores permanentes (Tabla 02), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Dezar (2013)** quien manifiesta que el 75% de los trabajadores son permanente, del mismo modo coincide con **Gómez (2014)** quien menciona que la mayoría de los trabajadores son permanentes con un 62%. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; cuentan con trabajadores estables, porque estos cuentan con un salario fijo, horas laborales exactas y generalmente conocen muy bien su trabajo.

La micro y pequeña empresa se creó para: El 90,9% de las micro y pequeñas empresas, se creó para generar ganancias (Tabla 02), estos resultados coinciden con **Dezar (2013)** que menciona que el 45% de las micro y pequeñas empresas se crearon con la finalidad de generar ganancias, así mismo coincide con **Anticona (2013)** quien manifiesta que el 60% de las micro y pequeñas empresas se crearon con la misma finalidad, del mismo modo coincide con **Gómez (2014)** con un 100% quien ratifica esta misma posición de que las empresas se crearon para generar ganancias. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; se crearon para generar ganancias, porque buscan mejorar su condición de vida, ya que al tener mayores ingresos pueden cubrir gastos de primera necesidad, así como gastar en otras necesidades la cual llamaremos secundarias.

#### **Referentes a las características de la capacitación de las Micro y pequeñas empresas:**

Con respecto a si conoce el término capacitación: El 90,9% de las micro y pequeñas empresas, si conoce el término capacitación, mientras que el 9,1% no lo conoce (Tabla 03). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; si conoce el término capacitación,

porque les comentaron que es una herramienta muy efectiva y de gran apoyo para sus empresas; así como muchos otros propietarios decidieron informarse por cuenta propia.

Con respecto a si se ha capacitado en los últimos años: El 72,7% de las micro y pequeñas empresas, si se ha capacitado en los últimos años, mientras que el 27,3 no se capacitó (Tabla 02). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; si se han capacitado en los últimos años, porque consideran que la capacitación es una excelente herramienta que permitirá un mayor desenvolvimiento en el trato y manejo de sus empleados, además de una mayor eficiencia en sus actividades.

Con respecto a cuantas veces se ha capacitado: El 45,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, se han capacitado entre 3 o más veces (Tabla 02), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por **Dezar (2013)** quien menciona que un 10% de los representantes han recibido capacitación por lo menos una vez, del mismo modo contrasta con **Anticona (2013)** quien afirma que el 60% también recibió capacitación por lo menos una vez. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; se han capacitado entre 3 o más veces, porque fue efectiva la capacitación y se notaron resultados favorables para el negocio, mejoro en la gestión de sus recursos, aplico mejores estrategias, lo que se tradujo en el incremento del número de clientes y hubo mayores ingresos, esto permitió que se hicieran más capacitaciones. Sin embargo la falta de dinero hace que muchos otros propietarios solo logren capacitarse por lo menos una vez en algún curso o área específica.

La capacitación es una: El 100,0% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, lo consideran como una inversión (Tabla 03), estos resultados coinciden con **Vega (2014)** quien determina que el 100% de los representantes consideran a la capacitación como una inversión. De igual forma estos resultados coinciden con **Anticona (2013)** quien afirma que un 60% considera que capacitar implica una inversión, y en última instancia coincide con **Otero (2013)** quien menciona que un 93% considera

que la capacitación es una inversión. Pero esto contrasta con lo determinado por **Dezar (2013)** quien afirma que un 70% de representantes legales consideran que la capacitación implica un gasto, del mismo modo contrasta con **Muñoz (2013)** con un 60% quien indica que los representantes consideran a la capacitación como un gasto. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; consideran que los representantes ven a la capacitación como una inversión, porque les traerá mayores ingresos así como mayor satisfacción al ver a sus clientes felices, porque consideran que la capacitación mejora la colaboración de trabajadores, tienen empleados preparados, clientes más satisfechos lo que contribuye a formar una cadena de nuevos clientes tras la recomendación de sus clientes actuales.

Con respecto a si capacita a su personal: El 86,4% de las micro y pequeñas empresas, si capacita a su personal, mientras que el 13,6% no lo hace (Tabla 03) Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; si capacita a su personal, porque se dieron cuenta de los beneficios que la capacitación trae a los distintos negocios, logrando capacitar a su personal para satisfacer correctamente las necesidades tanto de clientes, empleados y empresa.

Con respecto a qué tipo de capacitación recibió su personal: El 68,2% de las micro y pequeñas empresas, brindaron capacitación a su personal sobre atención al cliente, estos resultados coinciden con **Dezar (2013)** quien menciona que el 45% de las micro y pequeñas empresas brindaron capacitación a su personal sobre atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; brindaron capacitación su personal sobre atención al cliente, porque los empleados tienen un trato directo con el cliente, y la capacitación le ayudará a darle un mejor trato logrando que el cliente se sienta satisfecho. Además le ayuda a manejar situaciones en la que el cliente crea tener la razón.

Con respecto a si considera que la capacitación mejora el desempeño de su empresa: El 100,0% de los representantes, consideran que si mejora el desempeño de su empresa,

estos resultados coinciden con **Dezar (2013)** con el 100% que mencionan que los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que ayuda a mejorar el desempeño de su empresa. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014; consideran que si mejora el desempeño de su empresa, porque la capacitación les ayuda a ser más productivos, cada trabajador conoce mejor sus funciones, hay una mayor eficiencia.

## **VI. Conclusiones**

La mayoría de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014, tienen entre 31 a 50 años de edad, son del género femenino, tienen grado de instrucción universitario, son dueños de su negocio y se desempeñan en el cargo de 7 años a más.

La totalidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014, tienen de 7 años a más de permanencia, cuenta con 1 a 5 trabajadores, tienen trabajadores permanentes y se crearon para generar ganancias.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la ciudad de Chimbote, 2014, si conoce el término capacitación, se ha capacitado en los últimos años, se han capacitado entre 3 o más veces, lo considera como una inversión, el representante si capacita a su personal, brindaron capacitación a su personal sobre atención al cliente y consideran que si mejora el desempeño de su empresa.

## Referencias bibliográficas

- Julio, A. Millán, B., (2012). Micros, pequeñas y medianas empresas, base del crecimiento. (Ed. en línea). Recuperado de: <http://www.siempre.com.mx/2012/08/micros-pequenas-y-medianas-empresas-basedel-crecimiento/>
- Carranza, V. y Alvarado, M. (2013). Alianza con Alemania beneficia a Mypes. Diario la Prensa. Recuperado de: <http://www.laprensa.hn/economia/pymes/347723-98/alianzacon-alemania-beneficiar%C3%A1-a-mipymes>
- Aguilar, J. (2008). Ensayo: Qué Papel desempeña la Micro y Pequeña Empresa en el Crecimiento Económico. (Ed. en línea). Recuperado de: <http://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/1613614411.pdf>
- Gutiérrez, M. Sapién, A. Piñón, L. (2013). Desempeño Organizacional de microempresas Mexico (Ed. en línea). Universidad Autónoma de Chihuahua. (2013). Recuperado de: [file:///C:/Users/MI%20PC/Desktop/Downloads/1886-5667-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/MI%20PC/Desktop/Downloads/1886-5667-1-PB%20(2).pdf)
- Jaramillo, O. (2011). Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos. (Ed. en línea). Universidad de Caldas. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3597/2317>
- Terrones, L. (2014). Menos del 20% de mypes acceden a capacitación, según Cofide. (Ed). Gestión. Lima, Perú. Recuperado en: <http://gestion.pe/empresas/menos-20-mypesacceden-capacitacion-segun-cofide-2111038>
- Paz, F. (2015) Perú y estados unidos firman convenio-cooperación beneficios pymes. Diario Andina. Recuperado de: <http://www.andina.com.pe/agencia>

/noticia-peru-yestados-unidos-firman-convenio-cooperacion-beneficio-pymes-543777.aspx

- Tesis (Licenciatura en Administración), de una base de datos institucional Dezar, I. (2013). : “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de talara alta, periodo 2011” (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034718>
- Tesis (Licenciatura en Administración), de una base de datos institucional Anticona, A. A. (2013). Caracterización del financiamiento y la capacitación de las mypes del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de Conchucos, provincia de Pallasca, periodo 2010 – 2011 (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034359>
- Tesis (Licenciatura en Administración), de una base de datos institucional Gómez, F. H. (2013). “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las Mype, rubro Restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013” (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034143>
- Tesis (Licenciatura de Contador Público), de una base de datos institucional Muñoz, E. P. (2013). “Caracterización del financiamiento, la capacitación de las mypes del sector servicios –rubro restaurantes de la ciudad de Sullana periodo 2012”. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Tesis (Licenciatura en Administración), de una base de datos institucional Otero, R. (2013). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el

- distrito, provincia y departamento de San Martín, periodo 2012-2013”. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Tesis (Licenciatura en Administración), de una base de datos institucional Vega, I. A. (2014). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles y restaurantes en la provincia de Huancavelica, departamento de Huancavelica, periodo 2012-2013”. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
  - Rivadeneira, F (2010). Origen e Historia del Restaurante. (Ed. en línea). Ecuador de inmediato (2011). Recuperado de: <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Origenesderestaurante.html>
  - Congreso de la República, Ley n° 28015, Art. 4 (2003), [http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf)
  - Congreso de la República, Ley n° 30056, Art. 5 (2013), [http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML\\_GRAL\\_INVERSION\\_LEY\\_30056/Ley%20N%2030056.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf)
  - Sara Ynés Tello Cabello. Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. 2014 file:///C:/Users/justo/Downloads/623-2136-1-PB.pdf
  - Álvarez Mariano (2009) Manual de la Micro Pequeña y mediana empresa Pag. 30 y 31 Publicado por Deutsche Gesellschaft <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/04984.pdf>

- Chiavenato, I. (2011). McGraw-Hill / Interamericana (Ed.). Administración de Recursos Humanos - Novena Edición. (pag. 321)
- Cabrera, J. (2009). Aspectos didácticos. El Cid Editor (Ed.). ¿Por qué es importante la capacitación? (pag.4). Universidad Agraria de la Habana.Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Hernández, O. R. (2010). La capacitación en la empresa base para el proceso de cambio organizacional. Folletos Gerenciales, 12(1): 5-18, 2008 : 5-18, **2008**. : Dirección de Capacitación de Cuadros y Estudios de Dirección (DCCED). Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Hernandez, L. y Cruz, R. (2014). Capacitación al personal administrativo de la Clínica N° 23 del IMSS: Propuesta pedagógica respecto al cuidado de sí mismo y como mejora para las relaciones interpersonales. <http://132.248.9.195/ptd2014/febrero/410093801/410093801.pdf>
- Walt, A. (2009). Cómo capacitar a sus vendedores. Una guía para la dirección comercial. [http://www.waldweb.com.ar/cocapven\\_gdc,00255495.pdf](http://www.waldweb.com.ar/cocapven_gdc,00255495.pdf)
- Maxwell, J. (2012). Aspectos didácticos. Thomas Nelson Inc. (Ed.). Capacitación 101.
- Roberto Carro Paz. Daniel Gonzales Gomez. 2009. Administración de la Calidad Total (TQM – Total Quality Management). (Pag. 11). [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)
- Lefcovich, M. (2009). Aspectos didácticos. El Cid Editor | apuntes (Ed.). La capacitación en la empresa: aspectos a tener en cuenta (pag.4-5). Consultor en Administración de Operaciones y Estrategia de Negocios.

- Williamson, C. (2012). Dirección Nacional del Servicio Civil (Ed). Guía práctica para gestionar la capacitación en los servicios públicos. (pag. 8-11). [http://www.serviciocivil.gob.cl/sites/default/files/guia\\_capacitacion\\_servicios\\_publicos.pdf](http://www.serviciocivil.gob.cl/sites/default/files/guia_capacitacion_servicios_publicos.pdf)
- Hanse, C. (2010). Revista Enfoques (Ed). Transformación Estratégica de la Gestión de Recursos Humanos (GRH). (pag. 17-18). [http://www.ucentral.cl/prontus\\_ucentral2012/site/artic/20131231/asocfile/20131231215635/20101209.pdf](http://www.ucentral.cl/prontus_ucentral2012/site/artic/20131231/asocfile/20131231215635/20101209.pdf)
- Betancourt, A. y Caballero, A. (2010). Cefalea (Ed). La función de los Recursos Humanos y su aporte a la empresa actual. (Pag. 2). <http://www.sociedadelainformacion.com/21/recursos.pdf>
- Bastide, P. (2010) GESTION.ar: 13° Edición Anual del Reporte BIG (Ed). La medición del retorno de la inversión en capacitación, ¿es algo tangible?. (Pag. 3). [http://www.egestionar.com.ar/pdf/articulos/medicion\\_del\\_roi\\_en\\_capacitacion.pdf](http://www.egestionar.com.ar/pdf/articulos/medicion_del_roi_en_capacitacion.pdf)
- Colina, J., Giordano, O y Mitchell, A. (2011). Una eficaz capacitación laboral requiere estrecha articulación entre las empresas y el Estado. (Pag., 2). [http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo81/files/Boletin\\_Empleo\\_32\\_Septiembre2011.pdf](http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo81/files/Boletin_Empleo_32_Septiembre2011.pdf)
- Rodríguez, J y Morales, A. (2009). La CAPACITACIÓN en las organizaciones modernas. (Pag. 2-3) [http://www.uach.mx/extension\\_y\\_difusion/synthesis/2009/04/27/La\\_capacitacion\\_en\\_las\\_organizaciones\\_modernas.pdf](http://www.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2009/04/27/La_capacitacion_en_las_organizaciones_modernas.pdf)

## Anexos

### Anexo 01

#### Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	setiembre				octubre				noviembre				Diciembre	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1. Determinación de la población y de la muestra	X	X	X											
2. Cuadro de sondeo			X	X										
3. Elaboración de la encuesta				X	X									
4. Ejecución del cuestionario					X	X								
5. Presentación de los resultados						X	X							
6. Análisis y discusión de resultados								X	X	X	X			
7. Conclusiones											X	X		
8. Presentación del trabajo de campo													X	
9. Aprobación del trabajo de campo														X

## Anexo 02

### Cuadro de presupuesto

<b>PRESUPUESTO</b>			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>BIENES DE CONSUMO</b>			
Laptop	1 unidad	0.00	0.00
Lapicero	1 unidad	1.00	1.00
<b>TOTAL BIENES DE CONSUMO</b>			
<b>BIENES DE SERVICIO</b>			
Impresión	23 unidades	0.50	11.50
Pasajes	20 veces	2.30	46.00
<b>TOTAL DE SERVICIOS</b>			57.50
<b>TOTAL GENERAL</b>			58.50

**FINANCIAMIENTO:** Autofinanciado.

## **Anexo 03**

### **CUESTIONARIO**



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

### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y pequeñas empresas y que servirá para desarrollar el trabajo de investigación de Tesis titulada: “Caracterización de la Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014”. Tesis que servirá para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

La información que usted proporcionara será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece de antemano su valiosa información y colaboración.

#### **I. GENERALIDADES**

##### **1.1. REFERENTE AL REPRESENTANTE DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.**

##### **1. Edad de los representante de las Micro y pequeñas empresas**

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

**2. Genero:**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3. ¿Cuál es su grado de instrucción?**

- a) Sin instrucción
- b) Educación primaria
- c) Educación secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria.

**4. ¿Cuál es su cargo?**

- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Gerente.

**5. ¿Cuánto tiempo desempeña el cargo?**

- a) 1-3 años
- b) 4-6 años
- c) 7 a más.

**12. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESAS**

**6. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de la Micro y pequeña empresa?**

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

**7. ¿Cuál es el número de trabajadores de la Micro y pequeña empresa?**

- a) 1-5 trabajadores
- b) 6-10 trabajadores

c) 10 a más trabajadores

**8. Sus trabajadores son:**

- a) Permanentes
- b) Eventuales

**9. La empresa se creó para:**

- a) Generar ganancias.
- b) Subsistencia

**II. VARIABLE**

**2.1. REFERENTE A LA CAPACITACION**

**10. ¿Conoce el término capacitación?**

- a) Si
- b) No

**11. ¿Se ha capacitado en los últimos años?**

- a) Si
- b) No

**12. ¿Cuántas veces se ha capacitado?**

- a) 1-2 veces
- b) 3 o más veces
- c) Ninguna

**13. Para usted la capacitación es una:**

- a) Inversión
- b) Gasto

**14. ¿Capacita a su personal?**

- a) Si

**b) No**

**15. ¿Qué tipo de capacitación ha recibido su personal?**

**a) Curso en TICS**

**b) Marketing**

**c) Competitividad y emprendimiento.**

**d) Atención al cliente**

**e) No capacita a su personal**

**16. ¿Considera que la capacitación mejora el desempeño de su empresa?**

**a) Si**

**b) No**

**Anexo 04****CUADRO DE SONDEO****Lista de micro y pequeñas empresas encuestadas**

<b>N°</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Dirección</b>	<b>Nombre del Representante</b>
1	Restaurante “El Palmerito”	Leoncio Prado # 780	Rocio Tello Perales
2	Restaurante “Camilos”	Leoncio Prado - Cuadra 10	Wilfredo Garcia
3	Restaurante “Jerson”	Leoncio Prado #1085	Ángela Robles
4	Restaurante “Don Juan”	Leoncio Prado #390	
5	Restaurante “Misky Huasy”	Manuel Ruiz #590	Vilma Sandoval Surca
6	Restaurante “Pamela”	Manuel Ruiz #598	Guillermina Sandoval
7	Restaurante “El papi para hoy”	Ladislao Espinar #321	
8	Restaurante “Capuccino”	Villavicencio # 455	Julio Agruirre
9	Restaurante y Parrillas “Titanic”	Villavicencio #162	Noemi Rodriguez
10	Restaurante y Chifa “Chinitos”	Villavicencio #346	Flores Campellan Aida Esperanza
11	Restaurante “El sabrosito”	Jr. Villavicencio #566	
12	Restaurante y Cebichería “D’Risco”	Jr. Villavicencio #540	
13	Restaurante “Zori”	Jr. Villavicencio #418	Zoraida Argomeda
14	Restaurante “Jorge”	Jose Olaya #408	Mejia de Jesús Jorge Aurelio
15	Restaurante “10.89”	José Olaya #761	
16	Restaurante “Mashka”	José Olaya #556	

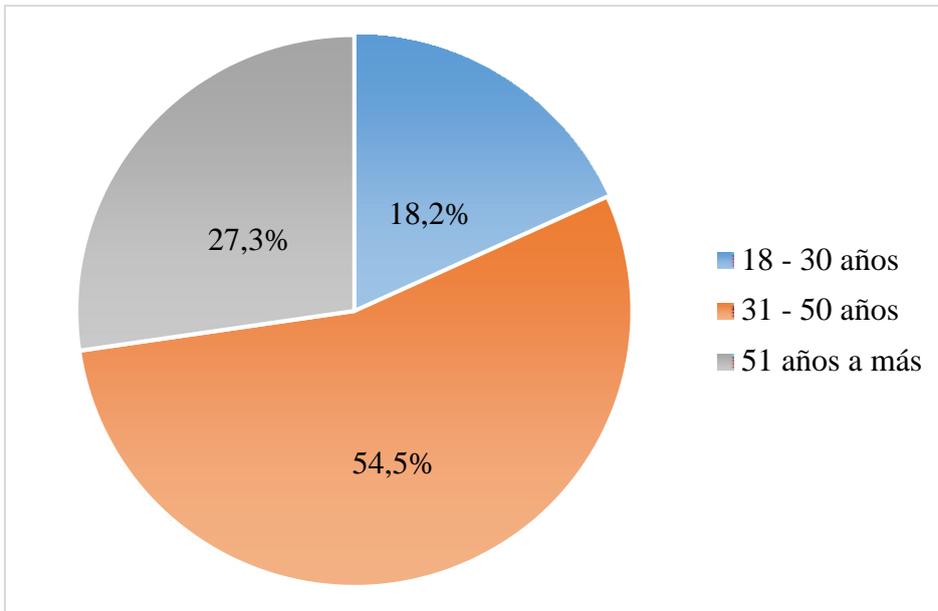
17	Restaurante “Romerito”	Carlos de los Heros #489	Manuel Rodriguez
18	Restaurante “Wachestaffer”	Carlos de los Heros #369	Janea Millon
19	Restaurante “Encantos”	Carlos de los Heros #373	
20	Restaurante “Ivan’s”	Carlos de los Heros #329	
21	Restaurante “La esquinita”	Jr. Carlos de los Heros #297	Pedro Escalante
22	Restaurante y Cevichería “Cevicheros”	Saenz Peña #344	Ana Gisela Paicon
23	Restaurante “Corral del Gallo”	Av. Pardo #204	Jose Gallo Pedemonte
24	Restaurante “Trebol”	Av. Pardo #	Sandoval Paula
25	Restaurante “Machinero”	Av. Pardo #464	
26	Restaurante “Rossy”	Av. Pardo #556	
27	Restaurante “Maggy”	Av. Pardo #558	
28	Restaurante “Gustos”	Enrique Palacios #285	Cesar Álvarez Salas
29	Restaurante “Sazón de Paola”	Bolognesi #401	Jeanet Neira Roncal
30	Restaurante “Chukyto’s”	Manuel Ruiz #224	Laura López Cruz
31	Restaurante “El Sambo”	Manuel Ruiz #252	Kelita Gómez Inuma
32	Restaurante “Nissi”	Leoncio Prado #512	
33	Restaurante “Gustitos de Karla”	Leoncio Prado #766	
34	Restaurante y Cevichería “El rincón del Churre”	José Balta #424	Rosario Montesino
35	Restaurante “El mono”	José Balta #408	
36	Restaurante y Cevichería “JC”	José Balta #402	
37	Restaurante “El ajicito”	José Balta #361	

<b>38</b>	Restaurante “Doña Tila”	Jr. Elias Aguirre #304	Manuel Rodrigo Cerna León
<b>39</b>	Restaurante y Cevichería “La Lanchita”	Ladislao Espinar #406	

## Anexo 05

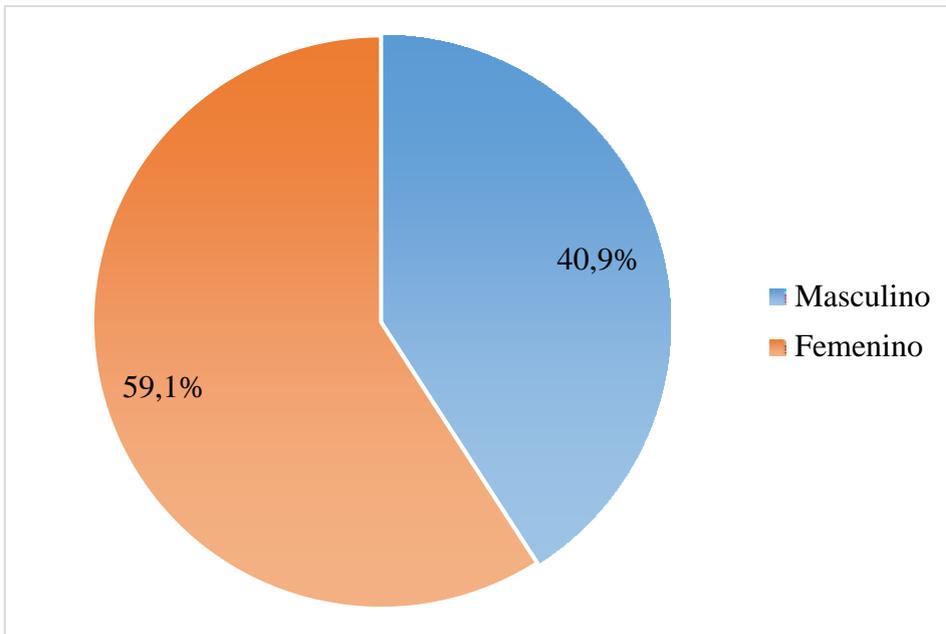
### Figuras

Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurantes, ciudad de Chiclayo, 2014.



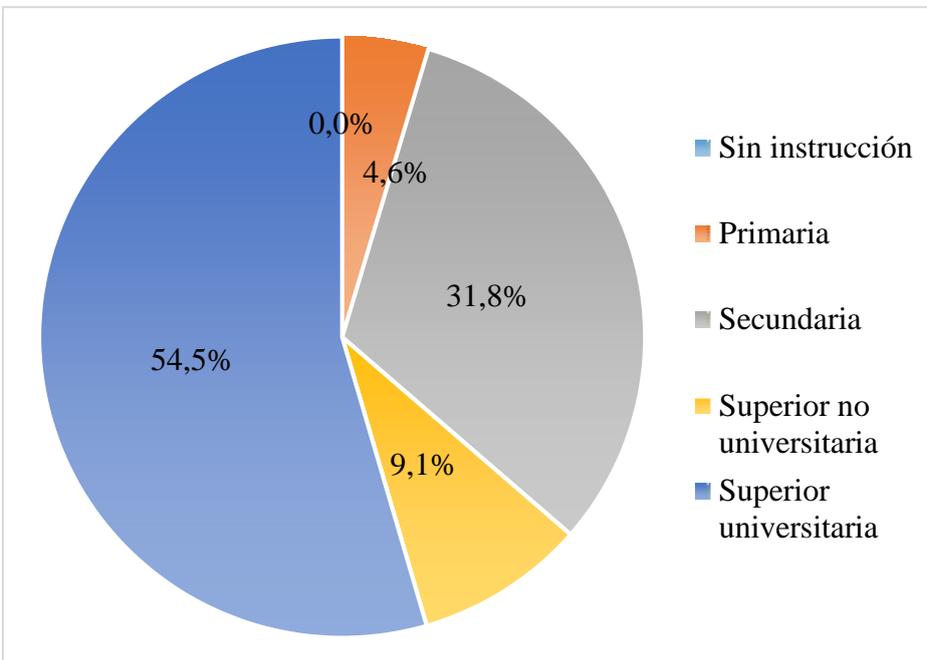
**Figura N° 1:** Edad del representante de la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N° 1



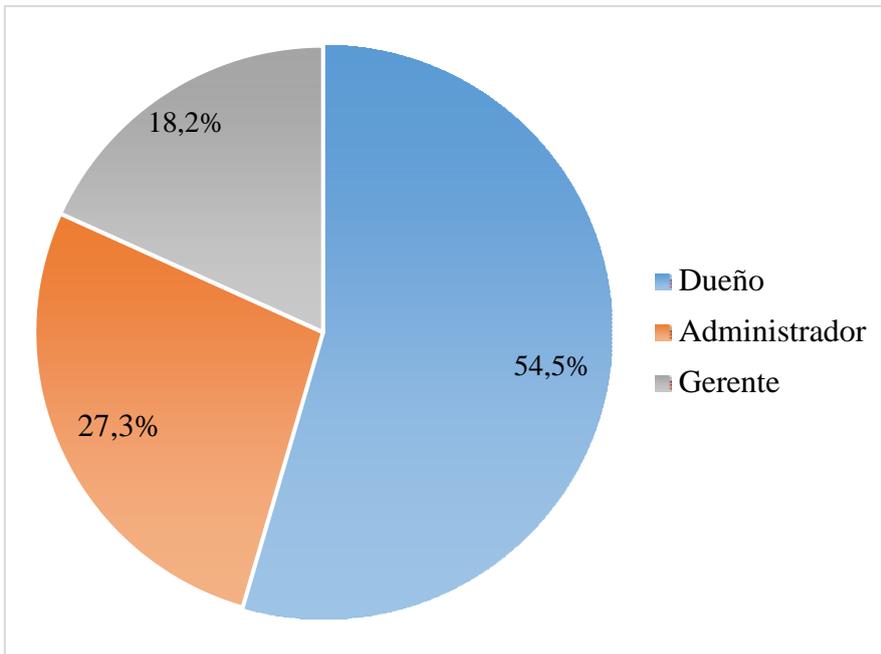
**Figura N° 2:** Género del representante de la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N° 1



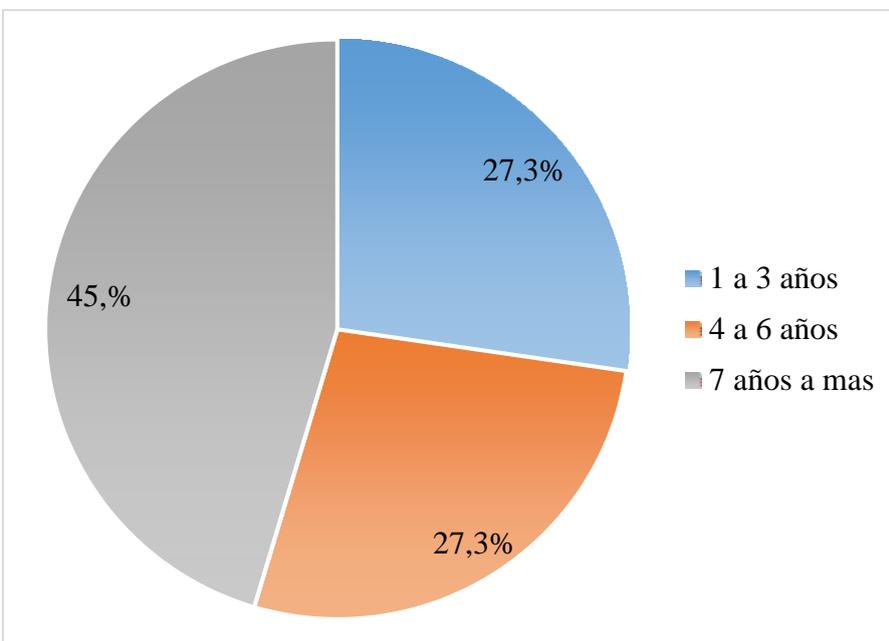
**Figura N° 3:** Grado de instrucción del representante de la Micro y Pequeñas empresa

**Fuente:** Tabla N° 1



**Figura N° 4:** Cargo que ocupa el representante de la Micro y Pequeñas empresa

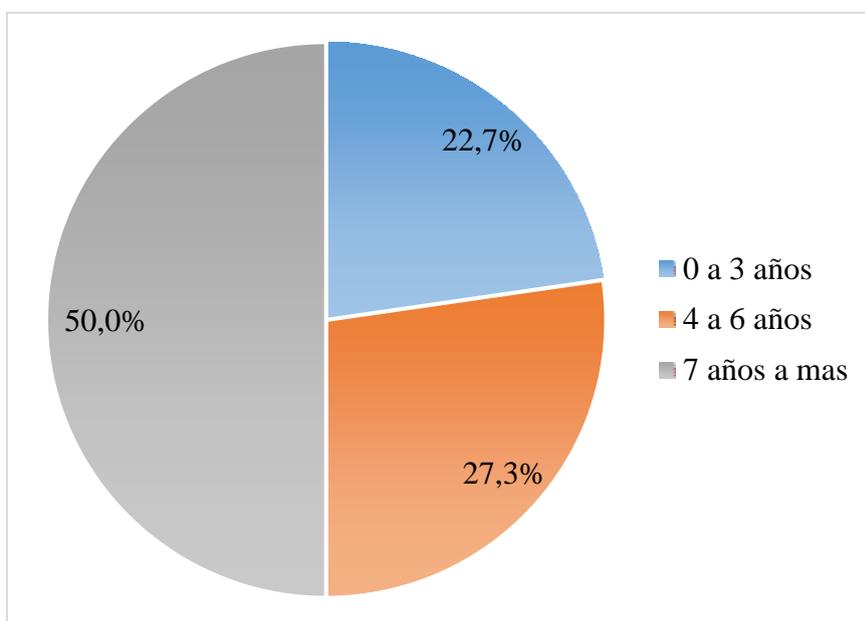
**Fuente:** Tabla N° 1



**Figura N° 5:** Tiempo que desempeña el cargo el representante de la Micro y Pequeña empresa

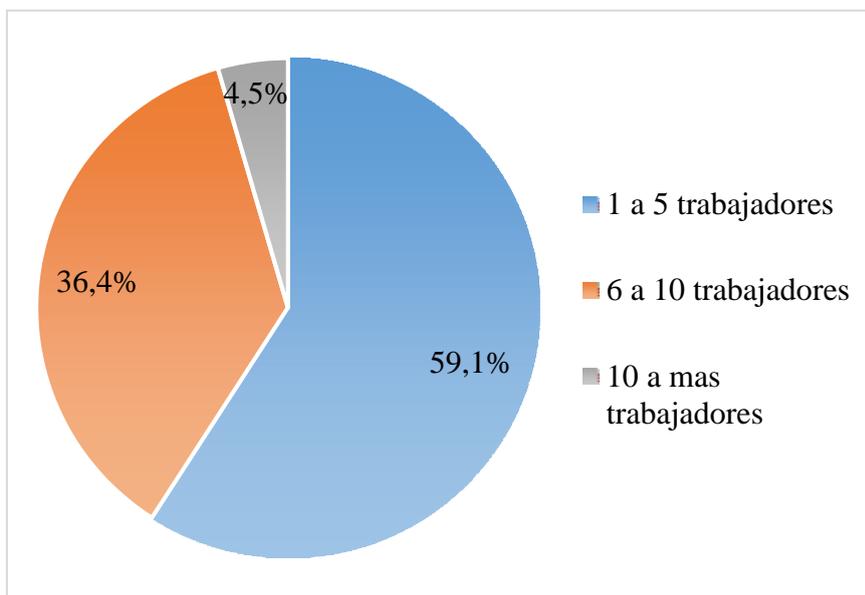
**Fuente:** Tabla N° 1

Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014.



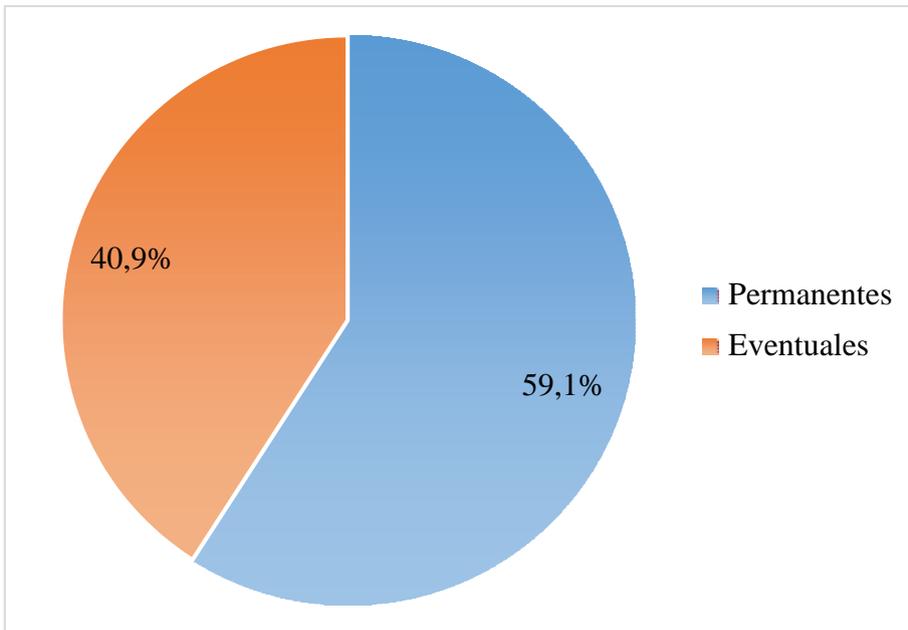
**Figura N° 6:** Tiempo de permanencia en el rubro de la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N° 2



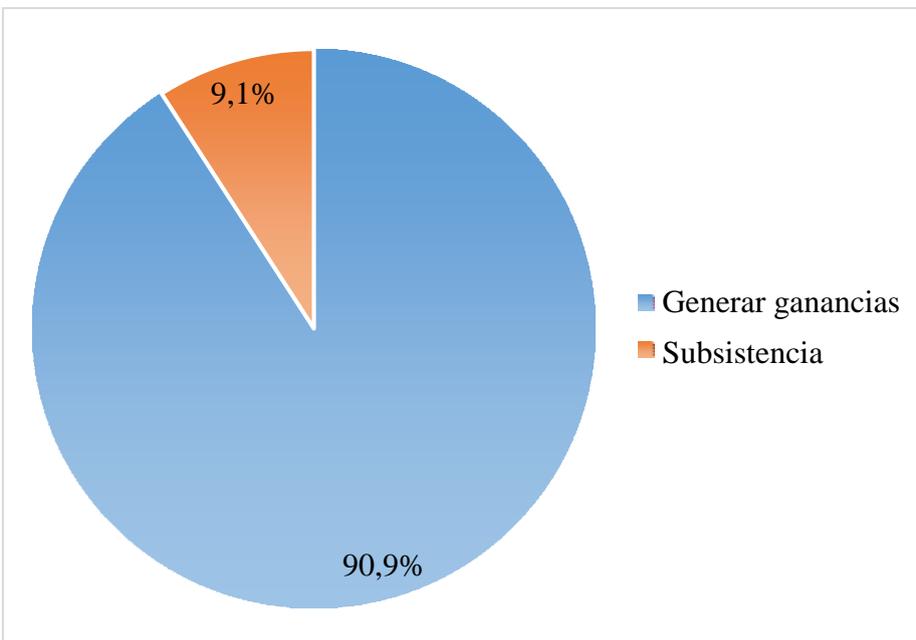
**Figura N° 7:** Número de trabajadores de la Micro y Pequeñas empresas

**Fuente:** Tabla N° 2



**Figura N° 8:** Estadía de los trabajadores de la Micro y Pequeña empresa

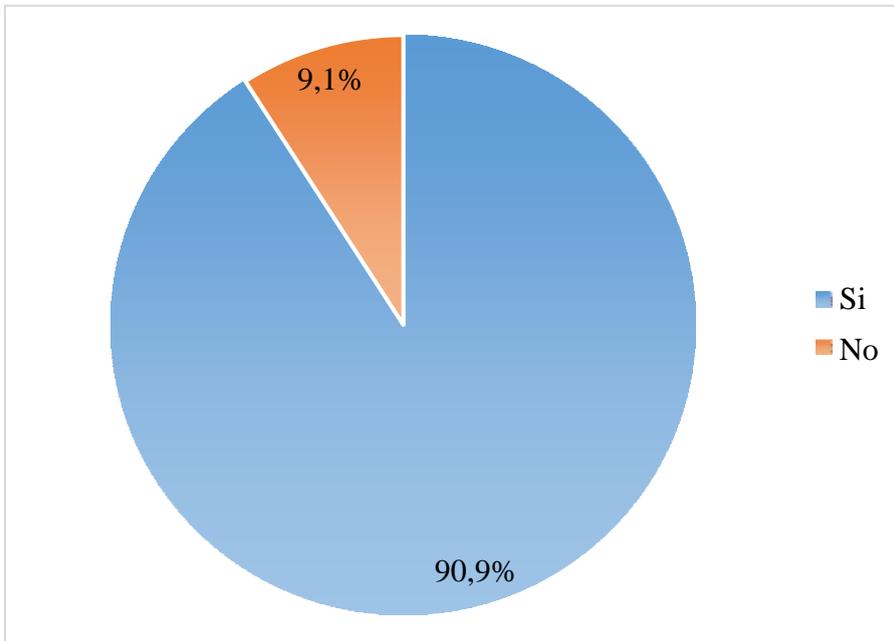
**Fuente:** Tabla N° 2



**Figura N° 9:** Motivo de creación de la Micro y Pequeña empresa

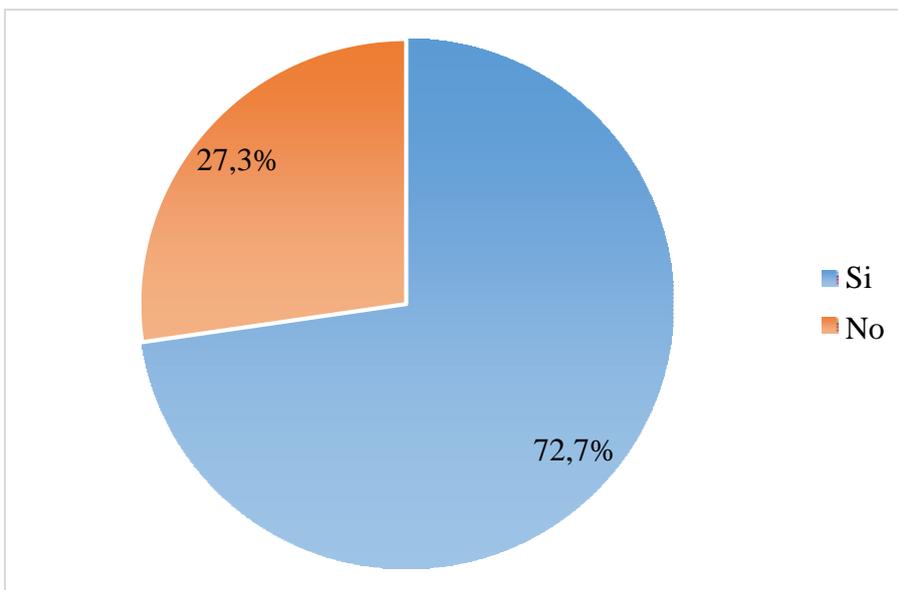
**Fuente:** Tabla N° 2

Características de la capacitación de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014.



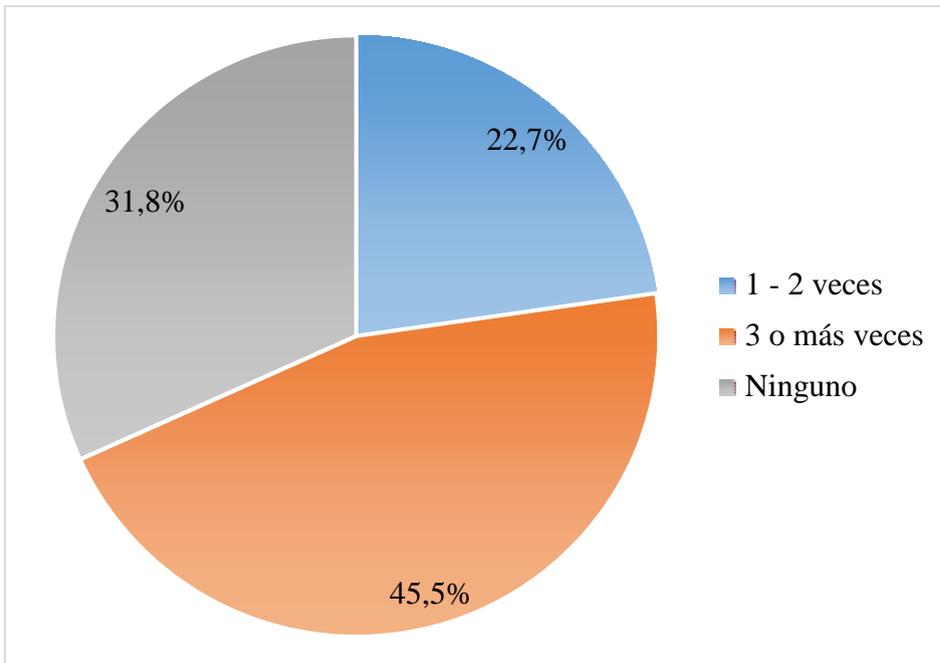
**Figura N° 10:** Conoce el término capacitación en la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N° 3



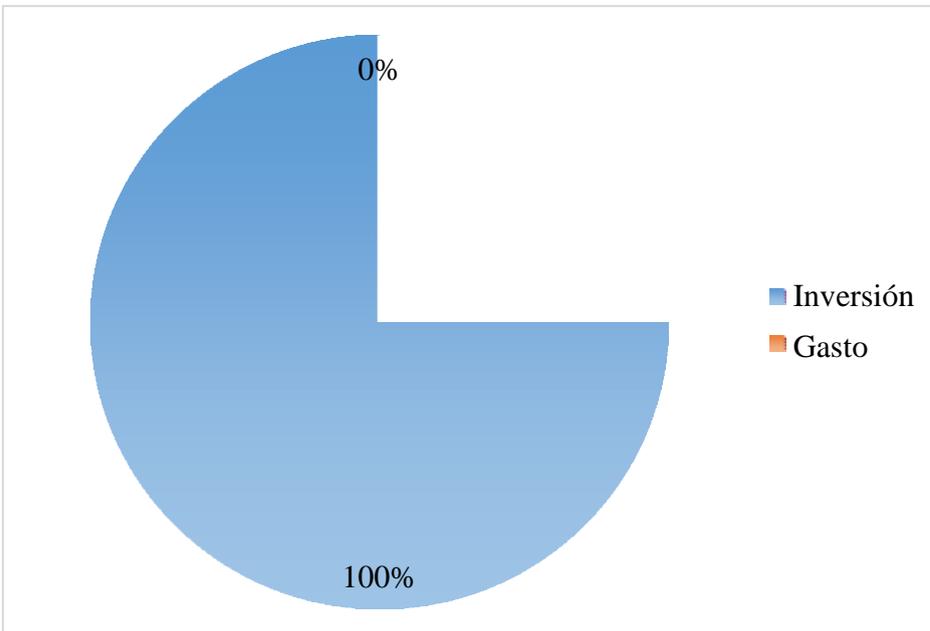
**Figura N° 11:** Se ha capacitado en los últimos años en la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N° 3



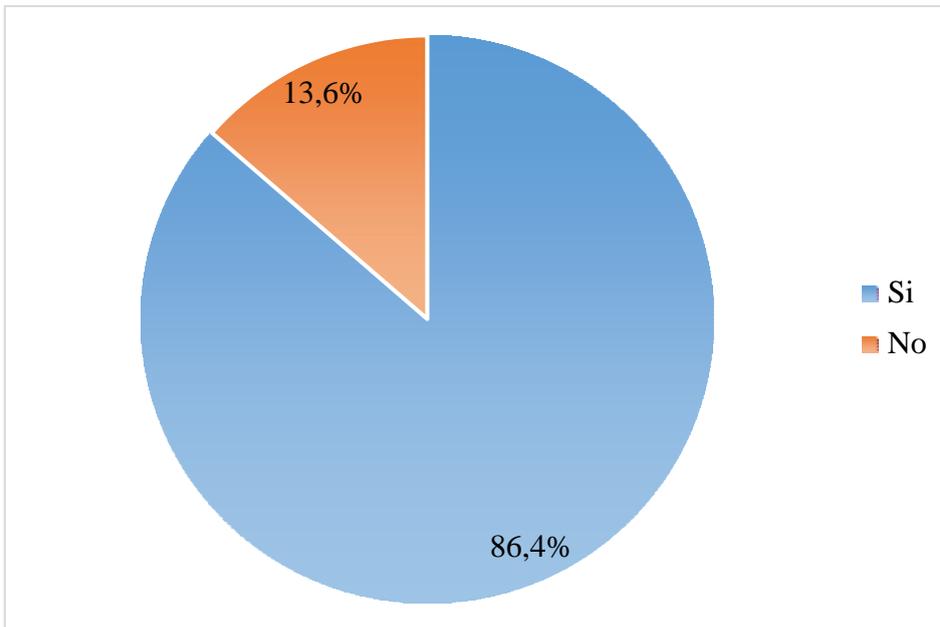
**Figura N° 12:** Cuantas veces se ha capacitado en la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N° 3



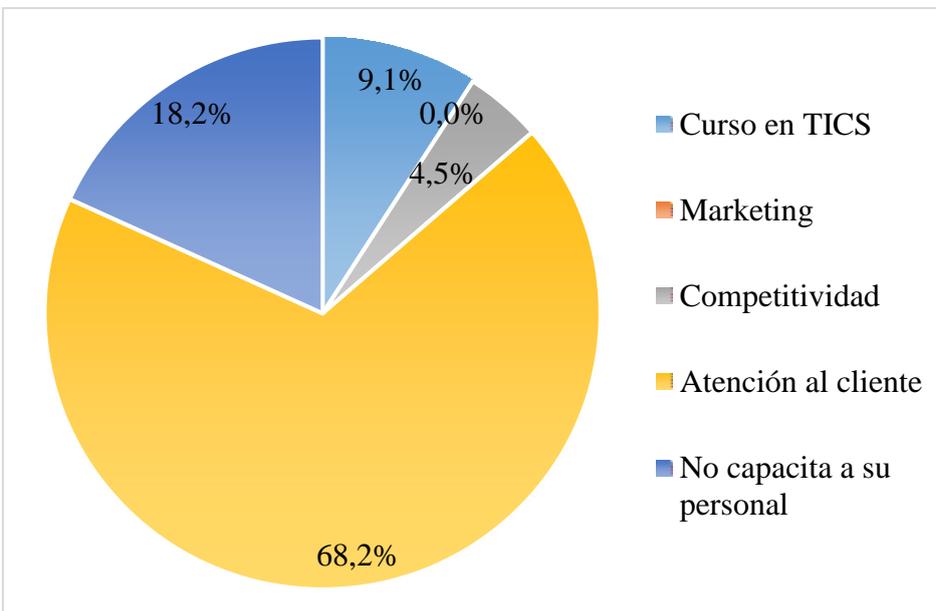
**Figura N° 13:** Como considera a la capacitación en la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N° 3



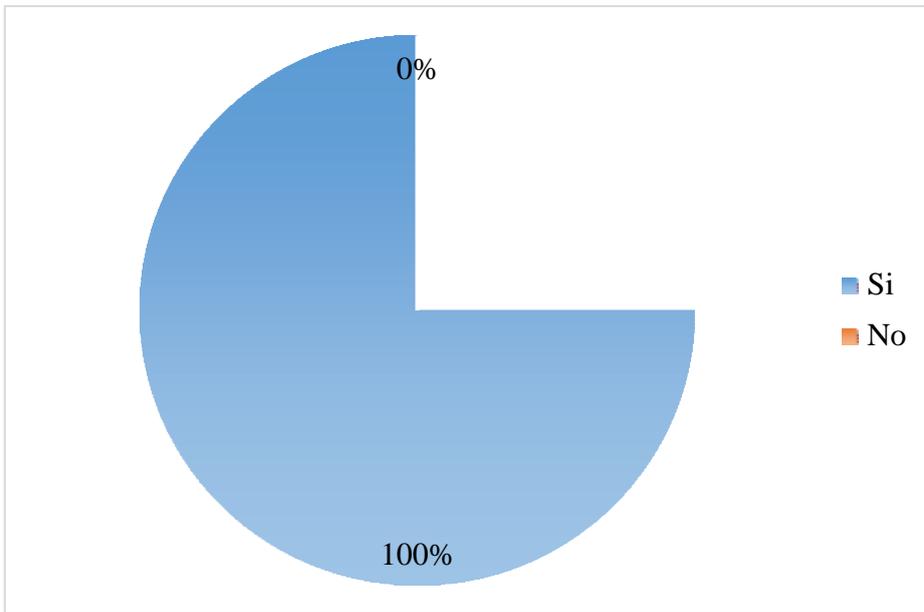
**Figura N° 14:** Capacita a su personal en la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N° 3



**Figura N°15:** El tipo de capacitación que recibió el personal de la Micro y Pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N°3



**Figura N° 16:** Considera que la capacitación mejora el desempeño de la Micro y Pequeña empresa.

**Fuente:** Tabla N° 3





