



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACION DE CAPACITACIÓN Y LA
RENTABILIDAD EN LAS MYPE DEL SECTOR
COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS EN AGUAS
VERDES TUMBES, 2016**

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

AUTOR:

TANIA YVEHT ZAPATA REYES

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2018

**“CARACTERIZACION DE CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN
LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS EN
AGUAS VERDES TUMBES, 2016”**

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño
Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño
Asesora

AGRADECIMIENTO

Agradezco también al representante de la las MYPE del sector comercio rubro ropa de Aguas Verdes, Tumbes, por haberme brindado información y todo su valioso apoyo.

A mis profesores y asesor de tesis, ya que me brindaron los conocimientos necesarios para poder haber realizado la presente investigación.

DEDICATORIA

A Dios por regalarme la dicha de la vida para así poder superar cada prueba y cada obstáculo que se me ha ido presentado en el transcurso de mi vida.

A mi familia por haberme educado y guiado siempre para estar en donde debo estar, se lo dedico por brindarme siempre su apoyo incondicional, amor, ternura y apoyo en mis estudios.

A mis hijos Valeria y Alejandro por ser mi fuente de inspiración para concretar cada meta trazada.

RESUMEN

La presente investigación titulada “Caracterización de capacitación y rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016”, estableció como objetivo general determinar las características de Capacitación y rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes, año 2016, se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, la encuesta fue utilizada como técnica de recolección de datos, se trabajó con 06 MYPE, donde se realizó 12 preguntas para los trabajadores las cuales estuvieron agrupados de acuerdo a las variables: 06 para Capacitación y 06 preguntas para la variable rentabilidad. Obteniendo como resultados que las mayorías de los propietarios de las MYPE, no capacitan constantemente a su personal, por lo que es recomendable que tengan en cuenta este punto ya que es muy importante para el crecimiento de sus empresas, de esta manera puedan lograr el éxito y la competitividad en el mercado, de esta manera las empresas lograrán la rentabilidad deseada que les permite no solo crecer empresarialmente, sino aumentar sus activos y así contar con personal más preparado y capacitado para enfrentar los nuevos retos de este mundo competitivo, para lograrlo se necesita personal motivados y orientados al trabajo que realizan, ellos son conscientes que necesitan los medios necesarios por lo que exigen innovación y tecnología para que puedan ser más competitivos y cumplir sus objetivos.

Palabras clave: capacitación, rentabilidad, supervivencia e inducción

ABSTRACT

The present research entitled "Characterization of training and profitability in the MSEs of the sector trade clothing for children in Aguas Verdes Tumbes, year 2016", established as a general objective to determine the characteristics of Training and profitability in the MSEs of the sector trade clothing for children in Aguas Verdes, 2016, the methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental design was used, the survey was used as a data collection technique, we worked with 06 MYPE, where 12 questions were asked for the workers who were grouped according to the variables: 06 for Training and 06 questions for the variable profitability. Obtaining as a result that the majority of the owners of the MSEs, do not constantly train their staff, so it is advisable to take this point into account as it is very important for the growth of their companies, in this way they can achieve success and competitiveness in the market, in this way companies will achieve the desired profitability that allows them not only to grow entrepreneurially, but to increase their assets and thus have more prepared and trained personnel to face the new challenges of this competitive world, to achieve it. they need motivated and work-oriented staff, they are aware that they need the necessary means, so they demand innovation and technology so that they can be more competitive and meet their objectives.

Key words: training, profitability, survival and induction

INDICE

TÍTULO	Error! Bookmark not defined.
JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LA LITERATURA	15
2.1. ANTECEDENTES	15
2.1.1. Antecedentes Internacionales	15
2.1.2. Antecedentes Nacionales	16
2.1.3. Antecedentes Locales y Regionales	20
2.2. Bases teóricas	22
2.2.1. La capacitación	22
2.2.1.1. Teorías de capacitación	25
2.2.1.2. Tipos de capacitación	26
2.2.1.3. Necesidades de capacitación	28
2.2.1.4. Plan de capacitación	30
2.2.2. La rentabilidad	31
2.2.2.1. Teorías de la rentabilidad	32
2.2.2.2. Tipos de rentabilidad	36
2.2.2.3. Factores de rentabilidad en las decisiones financieras	41
2.3. Hipótesis	44

III. METODOLOGÍA	45
3.1. Tipo de investigación	45
3.2. Nivel de investigación	45
3.3. Diseño de la investigación	45
3.4. Población y muestra	46
3.4.1. Población	46
3.4.2. Muestra	47
3.5. Definición y operacionalización de variables e indicadores	49
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
3.7. Plan de análisis	54
3.8. Matriz de consistencia	55
Tabla 4: Matriz de consistencia	55
3.9. Principios éticos	58
IV. RESULTADOS	59
4.1. Resultados	59
<i>Tabla 5</i>	59
4.2. Análisis de resultados	64
V. CONCLUSIONES	78
5.1. CONCLUSIONES	78
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	80
ANEXOS	84
LIBRO DE CÓDIGOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla de muestra de estudio	47
Tabla 2: Definición y operacionalización de variables de estudio	49
Tabla 3: Definición y operacionalización de variables de estudio	51
Tabla 4: Matriz de consistencia	55
Tabla 5: Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo	59
Tabla 6: Es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades	59
Tabla 7: Sus funciones y responsabilidades están bien definidas	59
Tabla 8: Son designados con alguien para orientar a los nuevos	60
Tabla 9: En su primer día de trabajo, establecen puntos que no entendían	60
Tabla 10: La capacitación desarrolla conocimientos y habilidades	60
Tabla 11: Considera que hay necesidad de capacitación individual	61
Tabla 12: Se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo	61
Tabla 13: Le resulta fácil expresar su opinión en grupo	61
Tabla 14: Está motivado y le gusta el trabajo que desarrolla	62
Tabla 15: Cuenta con cartera de clientes potenciales	62
Tabla 16: Vender productos innovadores es una estrategia de rentabilidad	62
Tabla 17: Compara las ganancias con su capital	63
Tabla 18: Es importante invertir en activos fijos	63
Tabla 19: El nivel de ventas permite medir la rentabilidad	63

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación con el título “CARACTERIZACION DE CAPACITACION Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS EN AGUAS VERDES TUMBES, AÑO 2016”. La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración y comprenden el campo disciplinar: promoción de las MYPE; en donde se formula el objetivo de investigación: Determinar la caracterización de la capacitación y rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, 2016

Las unidades económicas materia de trabajo son MYPE del distrito de Aguas Verdes, provincia de Zarumilla, del sector comercio dedicadas al rubro de ropa para niños. En Aguas Verdes se han identificado seis (6) MYPE que serán objeto de investigación, es de mi interés conocer fundamentalmente los problemas que influyen con respecto a la capacitación, y qué tan rentable es el sector comercio rubro ropa para niños, ya que siempre ingresa al mercado nuevos modelos, que se adecuan a las necesidades y exigencias y esto permite al empresario crear estrategias para incluir personal calificado y capacitado para que así puedan dar una atención de calidad al cliente.

Teniendo en claro que si las empresas opten por tener un personal capacitado y brinde una atención de calidad y sobre todo sea rentable en el

mercado con la finalidad de poder satisfacer al cliente que acude a esta zona comercial. Si cuentan con personal capacitado y calificado, sus utilidades, la participación en el mercado, estarán presentes. El mercado meta se preocupa por buscar un servicio que tenga un alto rendimiento y un valor acorde a lo que se esta ofreciendo para beneficio de la población.

Actualmente el problema de las MYPE a nivel internacional en el diario EL PAÍS (2017) “Dos tercios de las pymes harán pocas o ninguna inversión en 2017” Según el economista Rafael Sambola, nos informa que las medianas y pequeñas empresas españolas deben esforzarse en invertir su recursos financieros para que asi puedan crecer e invertir más; siendo más rentables y a la vez con más ganancias; pero de acuerdo a un estudio realizado informa que las ganancias de las empresas serán destinadas a cubrir la deuda de la crisis económica; por lo que según la encuesta realizada a las empresas dio como resultado que la gran parte de ella ha financiado la deuda y el restante ha utilizado sus beneficios para invertir en la empresa.

Por ello todo el esfuerzo que están realizando es con la finalidad de terminar con sus deudas; pero para ello también es necesario invertir, ya que un 39% no hará inversiones y un 23% solo invertirá en lo que le sea necesario para subsistir. Una esperanza que tienen se debe a que las ventas han crecido en un promedio de 3.7%, y las inversiones ha subido respecto al año anterior; pero aun la rentabilidad es muy baja, para ello es de suma importancia que

agoten esfuerzos en vender sus productos; también ha incrementado la inversión en el marketing online. Por lo que las empresas se centran en tener mínimo gasto de personal y de stock; finalmente se puede deducir que las empresas ya no reducen sus costos y se enfocan en aumentar su rentabilidad.

PROMPERU (2014) cabe resaltar que el consumo en Chile por la ropa de vestir va en aumento a una tasa del 7.1%, pues total el consumo es de 8 120 millones de dólares anuales, de tal manera que sus importaciones de prendas de bebe equivalen a 51 millones de dólares sólo prendas de algodón.

Menciona que existe un fenómeno que se adueñado de venta de ropas de infantes por el auge que son las ventas online, que no solo es una amenaza para los emprendedores, sino que quita mercado a los que formalmente pagan sus impuestos, pues este tipo de negocio no es regulado, mayormente tiene más acogida en los países como China y Estados Unidos, por otro lado para el comprador significa un problema el no poder probar las tallas. (Ferreira, 2014)

Si de moda infantil se trata “Infofranquicias.com” (2016) destaca a las empresas españolas son líderes a nivel internacional en este sector acaparan un gran mercado, siempre están a la vanguardia de la moda, es así que hay un total de 74 franquicias, 2156 son los franquiciados, y tienen 1739 locales propios, además para iniciar las operaciones se requiere una inversión promedio 44 033 Euros; asimismo la cuota de mercado se mantiene sostenida.

A nivel nacional en el periódico GESTIÓN (2014) “COFIDE: Apenas el 20% de las MYPE peruanas obtienen ganancias de sus negocios” Perú cuenta con un gran número de personas emprendedoras; pero el porcentaje que tiene el desarrollo de las MYPE son desfavorables. COFIDE afirma que las MYPE peruanas aportan el 40 y 45% del PBI; pero solo el 20% de las MYPE obtienen utilidad; y el gran porcentaje de 60% mueren durante los dos primeros años de vida. Siendo la causa principal de este problema es que tienen dificultad en hacer lo que les aspira por ello mismo es necesario capacitarse porque no tienen los recursos necesarios para emprender un negocio; finalmente no son competentes y no emprenden en otros sectores; ya que no pueden desarrollar bien sus habilidades. Entre las dificultades del sector está la informalidad porque existe un 60% de las MYPE que son informales; la falta de conocimiento de herramientas de costos, innovación y uso de la tecnología como una herramienta de marketing.

En la actualidad la innovación es muy importante; porque este factor genera mayor margen de ganancia; por lo tanto, es muy importante establecer una buena relación con el cliente, aplicar procesos que nos permita ahorrar materiales, y otros aspectos que nos permita aumentar la utilidad. Por lo tanto, COFIDE propone ayudar a las MYPE a darle solución a los problemas que han descrito en algunas organizaciones, con la finalidad de que el empresario pueda dar pronta solución a su debilidad a través de un diagnóstico y pueda vencer la dificultad que atraviesa.

Además en el diario GESTIÓN (2015) “Mayoría de MYPE ven a la gestión de RR.HH. más como un “gasto” y no como una inversión” en la actualidad habitan personas emprendedoras por lo tanto predominan las medianas y pequeñas empresas (MYPE), pero lamentablemente los empresarios no mejoran su gestión de recursos humanos; porque para ellos es un gasto innecesario; por lo tanto no invierten; en el ámbito competente de las MYPE, el talento humano es un sector muy importante de una organización, porque tienen el principal recurso que son sus colaboradores; las MYPE ya que dependen del talento y esfuerzo de su personal, por eso se deben enfocar en la gestión de los recursos humanos y finalmente puedan obtener rentabilidad.

Por lo que también es muy importante la remuneración del personal, que se enfoca en los mejores sueldos; donde las MYPE tienen dificultades de atracción de talento fresco y nuevo. Ricardo Martínez, menciona que las MYPE deben poner en práctica medidas de buenas prácticas en recursos humanos porque tendrán un efecto positivo en su rentabilidad; por lo tanto, es muy importante un programa bien organizado de capacitación para que todos los trabajadores peruanos puedan adaptarse a los cambios y de esta manera puedan ser más eficientes y puedan mejorar su productividad. Así mismo a nivel Local según el diario PERÚ 21 (2017)

En la actualidad, la mayoría de las MYPE comerciales, rubro ropa para niños del Distrito de Aguas Verdes, provincia de Zarumilla; enfrentan un gran

problema con respecto a la falta de capacitación de sus colaboradores ya que se ve afectada en la rentabilidad y en consecuencia no son muy competentes en el mercado; ya que se enfocan en generar sus ingresos, descuidando a su personal que es recurso muy importante dentro de ellas, pues para las MYPE planificar y ejecutar talleres de capacitación a su personal es un gasto innecesario porque requiere de tiempo y de dinero; y piensan o tienen la seguridad que cuentan con el personal capaz de cumplir con sus funciones correspondientes y que no necesitan que los capaciten ya que más se enfocan en la rentabilidad, sin darse cuenta que capacitar a su personal es imprescindible porque gracias a las frecuentes capacitaciones contarán con personal preparado con un desempeño óptimo, demostrarán sus habilidades y destrezas; y así puedan tener los conocimientos necesarios para poder desempeñar con eficiencia y eficacia sus funciones dentro de las MYPE y así también ser más competentes porque su rentabilidad se verá incrementada.

La falta de preocupación por capacitar al personal genera que los colaboradores no se adapten a un ritmo de trabajo fluido, y no lleguen a cumplir sus objetivos organizacionales, no se sientan motivados y sus funciones no las realizan correctamente, ya que al mismo tiempo no exista una buena comunicación entre trabajadores finalmente trae consigo los bajos ingresos y poca satisfacción del cliente ya que no brindan un buen servicio; logrando también que no puedan llegar a su mercado meta; sin embargo las MYPE que cuentan con personal capacitado son capaces de lograr altos niveles de productividad ya que al contar con personal que se adapta rápidamente a los

cambios tiene conocimiento y aplica los últimos avances tecnológicos y los sabe transmitir; lo que la competencia aun no lo aplica y logran posicionarse en el mercado siendo una MYPE líder en el mercado.

Esta investigación se centra en la decisión de profundizar el conocimiento sobre el mercado de trabajo, con el fin de contribuir a la promoción del empleo de calidad. La pretensión es contar con mayores precisiones sobre la realidad laboral para aportar a la definición y la relación que existe entre la capacitación y la rentabilidad en el personal, para mejorar la atención del servicio al cliente y la calidad del producto en las MYPE del sector comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016.

Así mismo establecer una mejora continua hacia las MYPE del sector comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, que les permita una mayor producción y rentabilidad en cada una. Ya que surgen por la necesidad de puestos de trabajo e ingresos por la cual han decidido iniciar su negocio para poder generar sus propios ingresos y sustentarse para poder satisfacer sus necesidades es por ellos que desde hace mucho tiempo las MYPE han sido estudiadas por su importancia en la economía del país ya que son generadoras de empleo a la población económicamente activa (PEA) y al producto bruto interno del país (PBI). Las MYPE enfrentan desde hace mucho tiempo uno de los grandes problemas que es la informalidad y la alta tasa de interés que estas tienen que pagar para poder financiar sus actividades, como así mismo la falta

de capacidad intelectual e inseguridad de los dueños de las MYPE que no quieren invertir en innovación.

Dentro del ámbito externo las Micro y Pequeñas empresas les implica reconocer los aspectos más importantes del entorno que rodea el negocio y que influye de manera directa e indirecta, empleando la técnica de PESTEL se tienen la caracterización desde lo político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal.

En Perú el **Aspecto Político**, La estabilidad política constituye elemento indispensable para logara el crecimiento económico y la atracción de inversión privada es necesaria para seguir luchando contra la pobreza e impulsar la generación de oportunidades para todos los peruanos; en ese sentido, se invocaron a las fuerzas políticas a centrarse en impulsar las reformas legales e institucionales que urgen para el aceleramiento en el crecimiento económico, ejecutar mayores niveles de inversión, aumentar flujos de comercio exterior, así como generar mayores puestos de empleo

Dentro del **ámbito económico** las MYPE son de gran importancia para el desarrollo de las economías en el mundo; ya que contribuyen a la generación de empleos, disminuyen la pobreza en consecuencia son un elemento clave para guiar el desarrollo del país, razón por la cual el Estado debe concentrarse en su promoción y otorgarle los medios necesarios para que tengan una mayor competitividad y rentabilidad.

Así mismo en el **ámbito social** las MYPE contribuye a diversificar las fuentes de producción y de empleo porque tienen la responsabilidad social de ser económicamente viables para contar con los medios para alcanzar los objetivos de Desarrollo, cumplir con los tres elementos que los sostienen, el económico, el ecológico y el social y de esta manera ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas.

Por lo tanto, en el **ámbito tecnológico** las medianas y pequeñas empresas a través del tiempo han reducido las barreras para realizar negocios, ya que se puede interactuar de manera rápida con los clientes y proveedores; así mismo incrementar ingresos e implementar nuevas herramientas; ya que la tecnología es una necesidad fundamental que les va a permitir estar en la vanguardia de los nuevos tiempos, con procesos competitivos tanto en el mercado nacional como internacional.

Dentro del **ámbito ecológico** las MYPE, uno de los aspectos que más ha impactado en la conciencia social ya que desempeñan un rol muy importante porque tienen la responsabilidad ética y moral de la conservación del medio ambiente, pues tienen el compromiso con la sociedad y crear sistemas de discriminación de residuos enfocados a facilitar el reciclado, evitando de esta manera causar daño y promover el bienestar para todos; así mismo mejora su imagen institucional obteniendo mayor rentabilidad; ya que toda MYPE tienen la obligación de proteger la diversidad de los recursos naturales.

Finalmente, en el **ámbito legal** el estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registros y supervisión lo cual ayuda a contribuir con el incremento de la competitividad de las medianas y pequeñas empresas en los diferentes mercados que participa; promoviendo y facilitando el acceso de los mercados de bienes y servicios así mismo contribuir a una actividad empresarial sostenible.

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación y rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, 2016? Problemática que existe en el Distrito de Aguas Verdes y que, gracias a ULADECH Católica, sede Piura, escuela de Administración se buscará dar solución a la problemática antes identificada.

Es por ello que se formuló el siguiente objetivo general de investigación: Identificar las principales características de capacitación y rentabilidad en las MYPE comerciales, rubro ropa para niños en Aguas Verdes, Tumbes, 2016. Y tiene como objetivos específicos: (a) Determinar los tipos de capacitación que emplean en las MYPE comerciales rubro ropa para niños de Aguas Verdes Tumbes ,año 2016 (b) conocer la necesidad de capacitación en las MYPE comerciales, rubro ropa para niños en Aguas Verdes, Tumbes 2016 (c) determinar los tipos de rentabilidad que tienen las MYPE comerciales rubro ropa para niños de Aguas Verdes, Tumbes 2016 (d)

conocer las características de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, 2016. La investigación queda delimitada desde la perspectiva geográfica: Zona comercial del Distrito de Aguas Verdes, psicográfica: Microempresas comerciales, rubro venta de ropa para niños y delimitación temporal 2016.

Por la tanto la presente investigación se justifica porque el 99,6% de las empresas que existen en Perú son consideradas pequeñas y medianas, según información difundida por el Instituto Nacional de Estadística e Informática. El reporte indica que en Perú existían, a junio de 2013, 1.713.272 empresas, de los cuales el 99,6% son micro, pequeñas y medianas, de acuerdo a los criterios establecidos por las nuevas categorías establecidas en la "Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial", promulgada el 2 de julio del 2013. (INEI, Estado de Mypes en el Perú, 2013)

Es por este motivo que se realizó la investigación ya que las MYPE presentan dificultades con respecto a la capacitación y rentabilidad y se necesita hacer un análisis para determinar cuáles son las características de la capacitación y rentabilidad en las MYPES sector comercio rubro ropa para niños, a fin de que el empresario pueda diseñar estrategias que serán importantes para el actuar futuro de la empresa, que contribuyan a mejorar la capacitación y rentabilidad.

Además, esta investigación ayudará a conocer de la forma más objetiva sobre la capacitación y rentabilidad a un grupo de empresas que no tienen conocimiento científico de gestión de sus MYPE, por que presentan una gestión empírica, por eso la mayoría de empresas Agua verdinas presentan limitaciones en desempeño como consecuencia de la baja calificación del empresario y de los trabajadores, por eso no pueden hacer que sus empresas se desarrollen de manera eficaz y tengan una sostenibilidad en el tiempo.

La capacitación es una estrategia muy importante que se ve afectada en la rentabilidad porque a través de ella se podrá obtener mayor productividad y utilidades para la empresa de manera eficiente y así se pueda recuperar lo que se invirtió; así mismo los propietarios bien capacitados y aptos a desempeñar sus funciones traen como consecuencia un elevado nivel de egresos, y productividad logrando ser más competentes en el mercado; por ello capacitarlos frecuentemente para que se puedan adaptar a los diferentes cambios, finalmente puedan utilizar las herramientas tecnológicas y puedan ponerlas en práctica en las funciones que desempeñan; de esta manera pueda generar más ingresos y obtener una mejor rentabilidad llevando al éxito a la misma, logrando ser más competentes dentro del mercado, ya que contara con personal capacitado y calificado que le permitirá tener un personal con los conocimientos necesarios que este muy bien motivado y tenga una buena comunicación con los demás trabajadores ayudara a que sus clientes confíen en el servicio que brinda.(Aguilar 2010).

Por ello, se va a investigar a las MYPE comerciales rubro ropa para niños nos permitirá conocer la realidad de estas organizaciones para tener conocimiento si alguna de estas invierte en su personal en cuanto a capacitaciones y que tan competente es el mercado, por ello se van a estudiar la variable capacitación y rentabilidad, ya que ambas variables se complementan y se refleja en el resultado de sus actividades.

Desde los factores metodológicos de la investigación esta es descriptiva; de nivel Cuantitativo; con diseño no experimental, dado que las características se recogerán sin variación alguna, y se obtendrán en un solo momento; las variables de la investigación son: Capacitación y Rentabilidad; las unidades económicas objeto de la investigación son seis (6) MYPE dedicadas al sector comercio, rubro ropa para niños ; la población de la variable Capacitación, por la naturaleza de sus objetivos específicos es finita, involucrando a los colaboradores; con respecto a la variable Rentabilidad la muestra es finita y se involucra a los propietarios, de otro lado la recolección de información de aplicará a través de encuesta por medio del instrumento del cuestionario.

También, se justifica porque esta investigación servirá como base para otros estudios de investigación, y porque es un requisito que ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional de la escuela de Administración, por otro lado, se sentarán las bases para investigaciones futuras que podrán ser empleadas por los empresarios MYPE u otro funcionario que trabaja en entornos similares. Desde el punto de vista teórico,

esta investigación generará reflexión y discusión tanto sobre el conocimiento existente del área investigada, como dentro del ámbito de las ciencias administrativas, ya que, de alguna manera u otra, se confrontan teorías.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(Cadierno, 2014), en la tesis titulada “**La calidad de ropa de niños y capacitación del personal en la ciudad de Tulcán**”, dentro de sus resultados del estudio de mercado la tela es producto preferido por los productores y es el más comprado, dentro de la encuesta aplicada a la capacitación las empresas deben enfocarse en satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes, con una fuerte dosis de compromiso del personal en el objetivo de la empresa.

(Alberca & Rodriguez, 2014), Alberca & Rodríguez (2012) en la investigación “**Incremento de la rentabilidad en la empresa el Carrete de la ciudad de Barcelona-España**”. Para aumentar la rentabilidad es necesario llevar un control de los inventarios, para que no existan pérdidas, publicidad, posicionamiento. Además vender con alta calidad para satisfacer las necesidades de los clientes. Con una fuerte dosis de compromiso del personal en el objetivo de la empresa.

(Hernández, F. 2014). En su tesis titulada: “**Capacitación al personal administrativo de la tienda Colloky- Guadalajara**”

- **México**”: Propuesta pedagógica respecto al cuidado de si mismo y como mejora para las relaciones interpersonales”, que se presentó en la Universidad Nacional Autónoma de México, llego a las siguientes conclusiones: El proceso de capacitación es un tema recurrente de las instituciones, que si bien es parte de la reglamentación de las mismas, en distintas ocasiones se ve en ella una pérdida de tiempo e insumos.

La capacitación denota la posibilidad de crecimiento y oportunidad de aprendizaje, que posibilita mejoras en el desempeño laboral e interiorizar conocimientos para el desarrollo personal. Además beneficiará a la organización ya que contará con trabajadores capaces de enfrentar y resolver situaciones complejas, actuando lo más asertivamente posible, ya sea en su área laboral, afrontando cargos diversos y en la toma de decisiones.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

(Ybañez, 2016), realizó una investigación denominada **“Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta de ropa para niños del centro de Trujillo, año 2015”**, presentada a la Escuela de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, tuvo por

objetivo general Describir las principales Características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta de ropa para niños en el centro de Trujillo año 2015. concluyó diciendo, Con respecto a la capacitación los representantes de las MYPE piensan que es una muy buena herramienta para mejorar, es por ello que la mayor parte de los representantes de éstas se capacitaron siendo el curso en donde más fueron capacitados es inversión del financiamiento, el personal que labora en la MYPE encuestadas recibió capacitación, pero en su mayoría una sola vez.

(Leon, 2016), presentó una investigación titulada **“Caracterización del Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de la Esperanza año 2015”**, presentada a la Escuela de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, concluyó diciendo, el 45% de los representantes encuestados dijeron que las empresa MYPE tenía una antigüedad de 0 a1 años en la actividad empresarial, mientras que el 55% de los representantes encuestados de las MYPE manifestaron que la propiedad del negocio es individual, solo el 60% de los trabajadores que laboran en las MYPE tienen un contrato y el 40% restante no tienen contrato, el 90% de los encuestados

ocupan el cargo de propietarios de las MYPE, el 80% de los representantes legales de las MYPE encuestadas tienen una experiencia en el manejo de las mismas de 4 - 6 años y el 25% de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción superior técnica, mientras el otro 75% manifestaron tener grado de instrucción secundaria.

Las conclusiones respecto a la capacitación demostraron que: El 75% de las MYPE encuestadas sustentó que el personal no recibe ningún tipo de capacitación. La capacitación es un recurso clave en el desarrollo de las empresas ya que permite obtener conocimientos y desarrollar capacidades en los trabajadores. Estos conocimientos y capacidades adquiridas no sólo traen beneficios al trabajador, sino también a las empresas ya que mejora en la productividad de sus trabajadores y calidad de sus productos.

Bahamonte T. (2017) Presentó una investigación titulada: **“Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños”** trabajo presentado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, siendo sus principales conclusiones: La relación es positiva baja entre la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropa para niños. Esto quiere decir, que la

rentabilidad de las MYPES es afectada por la capacitación que experimentan.

La rentabilidad de las MYPE del sector comercio rubro venta de ropa para niños su relación es de positiva baja sobre la dimensión el fortalecimiento de las habilidades gerenciales, ante esto podemos comprender que el fortalecimiento de las habilidades gerenciales afectada a la rentabilidad de las MYPES tras los datos obtenidos y analizados.

Viera A. (2016) Realizó una investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro compra/venta de ropa para damas. Trujillo, trabajo presentado en la universidad Católica los Ángeles Chimbote, siendo sus principales conclusiones: En cuanto a Rentabilidad: el 60% afirma que el financiamiento ha contribuido en la mejora de la rentabilidad de su empresa y ha permitido salir adelante en el rubro de su negocio y también el 60% afirmó que los últimos dos años no se ha disminuido su rentabilidad, respecto a años anteriores. Finalmente, las MYPE financian sus empresas, tienen deficiencias en temas de capacitación y financiamiento por ello no obtienen un incremento significativo en su rentabilidad.

2.1.3. Antecedentes Locales y Regionales

Bahamonte T. (2017) realizó una investigación titulada “La Capacitación y rentabilidad de las micro y pequeña empresas sector comercio, rubro venta de ropa para niños - Huánuco 2017”, presentada a la Escuela de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, tuvo por Objetivo General Determinar en qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños – Huánuco, 2017, concluyó diciendo, La relación es positiva baja entre la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropa para niños. Esto quiere decir, que la rentabilidad de las MYPES es afectada por la capacitación que experimentan.

Saba Ch. (2016) realizó su investigación denominada “caracterización gestión de calidad y capacitación en las MYPE comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2016”, presentada a la Escuela de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, concluyó diciendo, •Los tipos de capacitación que se pudo observar en las MYPE son la capacitación de orientación, la capacitación informal; estas ayudan a la empresa que los trabajadores sean capaces de solucionar conflictos que se presenten diariamente en su trabajo, a realizar con eficacia su labor.

Las necesidades existentes que se pudieron identificar en las MYPE de estudio son: la falta de motivación y la compensación percibida por parte de los trabajadores; es importante que estas dos sean tomadas en cuenta ya que para el trabajador ser motivado y compensado influirá en su desempeño y eficiencia, lo que tendrá para las MYPE como resultado una mayor productividad y un incremento en el compromiso por parte de los trabajadores, ya que se sentirán identificados con las MYPE.

Caucha (2016) Realizo una investigación titulada: "caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector comercio - rubro ropa para niños de la ciudad de Ayabaca, año 2016" trabajo presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, siendo sus principales conclusiones: Se determinó que las principales características de la rentabilidad de las MYPE del sector comercio – rubro ropa para niños de la ciudad de Ayabaca en el año 2014 son; la mayoría de las MYPE de este sector comercial, consideran que el tipo de ventas es ideal para su negocio, las cuales les han permitido mejorar su rendimiento y rentabilidad en los dos últimos años, así mismo recuperan su inversión en un corto tiempo, finalmente llevan un control de sus gastos y la mayoría de las microempresas utilizan los libros contables.

León P. (2016) Realizo una investigación titulada: “Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de la esperanza año 2015”, siendo sus principales conclusiones: El 30% de los encuestados sustenta que la rentabilidad del negocio no ha incrementado, mientras el 75% restante manifiesta que la rentabilidad del negocio si ha incrementado y todas las MYPE encuestadas manifestaron que la rentabilidad estaba de alguna manera relacionada al financiamiento recibido.

Las relaciones laborales de las MYPES del sector comercio rubro venta de ropa para niños tras los datos analizados y observados se determinó que la relación es positiva baja entre la rentabilidad, se puede decir que afecta, pero no determina a la dimensión en estudio.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. La capacitación

Según (Chiavenato, I. 2009) Es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al

trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos.

Según Mendoza (2015) la capacitación es un proceso mediante el cual el personal adquiere habilidades que ayudan al logro de los objetivos de la organización. Debido a que este proceso está vinculado a diversos propósitos organizacionales, la capacitación puede darse de manera limitada o amplia. En sentido limitado, la capacitación proporciona a los empleados conocimientos y destrezas específicas e identificables para que los apliquen en sus puestos actuales.

Según Chacaltana. J, (2008), presenta las teorías sobre capacitación laboral. La capacitación proporcionada por el empleador es uno de los tópicos donde ha habido más desarrollo teórico en la economía laboral durante las últimas décadas. La teoría predominante es la teoría del capital humano, la cual tiene diversas variantes, pero también existen algunos desarrollos interesantes del análisis institucionalista. En lo que sigue

revisaremos los principales postulados de cada una de estas teorías.

La capacitación en una MYPE puede ser definida como cualquier inversión en capital humano que aumenta la productividad del trabajador. Se refiere por lo general al entrenamiento ofrecido por la empresa que hace posible un incremento de la capacidad laboral de un trabajador y que, por tanto, reporta también una mayor utilidad a la empresa. Se tiene así, por ejemplo, programas de capacitación para elevar las destrezas básicas para la comunicación verbal y escrita, entrenamiento en la utilización de maquinaria en la industria, adiestramiento en el uso de computadoras, entre otros. La capacitación de su personal es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las MYPES, pues la globalización impone un ritmo acelerado de cambios que exigen un aprendizaje continuo. Mientras esta capacitación busca desarrollar una competencia en el capacitado, es decir, actúa sobre la persona, los programas de asistencia técnica lo hacen sobre los procesos (productivos, comerciales, contables, financieros, de recurso humano, etc.), que por lo general involucran a más de una persona.

2.2.1.1. Teorías de capacitación

(Chiavenato, 1999) Teoría Del Capital Humano: Nos dice que el factor clave del cual depende el éxito de la empresa u organización, por lo tanto se debería poner énfasis en la formación y capacitación del capital humano, el cual debe ser entendido como factor estratégico, ya que es la mejor inversión que puede hacer una empresa con el objetivo de obtener y mantener ventajas competitivas en el largo plazo que logren diferenciarla en el mercado, ya que finalmente son los recursos humanos o mejor dicho “humanos con recurso “los que crean valor a la empresa, cobrando así mayor importancia a la capacitación ...por lo tanto a través de la capacitación y formación del capital humano se tendrá gente competente e influyente en todos los niveles jerárquicos, conformado un equipo calificado y adecuado capaz de influir en la decisiones de la empresa según la necesidades y objetivos de esta.

Para entender mejor esta teoría, debemos definir los siguientes conceptos:

Capital = cantidad de dinero o valor que produce interés o utilidad.

Humano=relativo al ser humano, sus capacidades y potencialidades que le son propias.

Capital humano=es el aumento en la capacidad de la producción del trabajo alcanzado con mejoras en las capacidades de los trabajadores.

2.2.1.2. Tipos de capacitación

Los tipos de capacitación son muy variados y se clasifican con criterios diversos: (Chiavenato,2009)

a) Por su formalidad

Capacitación Informal

Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo, un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos.

Capacitación Formal

Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

b) Por su naturaleza

- Capacitación de Orientación: para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo, en caso de los colaboradores ingresantes.
- Capacitación Vestibular: Es un sistema simulado, en el trabajo mismo.
- Capacitación en el Trabajo: práctica en el trabajo.
- Entrenamiento de Aprendices: período formal de aprendizaje de un oficio.
- Entrenamiento Técnico: Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo.
- Capacitación de Supervisores: aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño de funciones gerenciales.

Otros Tipos: cualquier situación poco usual no incluida anteriormente.

c) Por su nivel ocupacional

- Capacitación de Operarios.
- Capacitación de Obreros Calificados.
- Capacitación de Supervisores.
- Capacitación de Jefes de Línea.

- Capacitación de Gerentes.

d) Perspectivas de la Capacitación:

Es una herramienta de crecimiento de las instituciones de la administración pública.

Es un factor de identidad para los colaboradores de una institución.

- Es un componente de la dinámica laboral.
- Es un compromiso social.

2.2.1.3. Necesidades de capacitación

(Irigoin, 1998) Los problemas observables en las organizaciones pueden ser múltiples. A menudo no se deben a la falta de capacitación y, por lo tanto, no son solucionables por esta última. La imagen de personajes en busca de una necesidad de capacitación para poder implementar la respuesta hermosa para la cual están muy bien preparados, puede ser, y de hecho es, una realidad más frecuente de lo que parece. Dicho de otro modo, hay soluciones educacionales que andan a la caza de problemas, siendo a veces difícil no sucumbir a la tentación de no profundizar en un análisis. Se hace

necesario, entonces, observar, examinar, distinguir de qué tipo de problema se trata y si corresponde verdaderamente al dominio de la falta de capacitación.

Para ordenar los contenidos, en la siguiente lista hemos establecido tres categorías de problemas que se relacionan con lo que podríamos llamar las 3 C, según que los problemas estén relacionados principalmente con la Calidad del trabajo, el Clima laboral o los Cambios presentes o proyectados:

Calidad del trabajo:

- Trabajo de baja calidad o no correspondiente a lo planificado.
- Disminución o déficit de productividad o eficacia.
- Baja en la competitividad.
- Errores o fallas.

Clima laboral

Clima laboral desmotivado, desagradable o conflictivo

- Interrupciones en el trabajo
- Atrasos
- Ausentismo
- Accidentes

- Falta de cuidado con los materiales, equipos e infraestructura

Cambios presentes o proyectados

- Incorporación de nueva tecnología, infraestructura, equipos o maquinarias
- Cambios en procedimientos.
- Rotación del personal (ascensos, retiros voluntarios, jubilaciones, despidos,
- Reubicaciones, reasignación de funciones o roles).

2.2.1.4. Plan de capacitación

Según Dessler (2009) los programas de capacitación son un instrumento de planificación que permite al instructor establecer el conjunto de actividades, estrategias didácticas, criterios de evaluación, tiempos y recursos implicados en el desarrollo del curso, además comunica la propuesta programática tanto a las personas involucradas en el curso como a los instructores, administradores y evaluadores de la capacitación. Para elaborar estos programas se debe tomar como punto de partida la planeación anual de la

empresa, en la que usualmente aparecen los siguientes datos:

- Datos de identificación (nombre del responsable, jefe de área, instructor, departamento, entre otros)
- Objetivos generales
- Horas, temas y subtemas
- Rangos porcentuales asignados al rubro de evaluaciones parciales y finales La organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de sus hombres. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite ver si hay otras tareas de nivel similar que puede realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa.

2.2.2. La rentabilidad

Según (Gitman, 2008) Es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con

respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.

2.2.2.1. Teorías de la rentabilidad

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

Según Ferruz, la rentabilidad es el rendimiento de la inversión medido mediante las correspondientes ecuaciones de equivalencia financiera. Es por ello, que nos presenta dos teorías para el tratamiento de la rentabilidad.

a) La teoría del crecimiento económico

El sistema económico se estructura sobre la base de una clase trabajadora que vende su fuerza de trabajo, a cambio de un salario, a un pequeño grupo de la sociedad propietario de los medios para producir. Este pequeño grupo se apropia bajo la forma de beneficio o utilidades del excedente generado por el trabajo de aquellos a quienes contrata, dicho excedente es la diferencia entre el valor de lo que el trabajador produce y el salario que se le paga.

El crecimiento económico surge de la aplicación de los beneficios obtenidos a nuevas inversiones en compra de maquinarias, materias primas y fuerza de trabajo, repitiendo en forma incrementada el proceso de producción en su sector o incursionando en otros sectores que aparecen como más rentables en ese momento. De aquí se deducen dos condiciones

necesarias para el crecimiento económico y positivamente correlacionado con él: la existencia de excedentes en la economía y de sectores en donde invertir. En otras palabras, rentabilidad y oportunidades de inversión productiva.

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

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

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

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

c) Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado de Sharpe

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

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

Normalmente macroeconómico, únicamente. Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas solo presenta

valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título. Como se ha indicado, el modelo de mercado es un caso particular de la diagonal dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores.

2.2.2.2. Tipos de rentabilidad

(Sánchez, 2011), nos dice que existen dos tipos de rentabilidad:

La rentabilidad económica

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

antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio.

$$R = \frac{\text{Resultados antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

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

La rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera se relaciona el beneficio económico con los recursos organizacionales. Donde muestra el retorno para los accionistas de la empresa porque los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos.

La Rentabilidad financiera ROE, se calcula:

$$R = \frac{\text{Beneficio neto antes de impuestos}}{\text{Fondos propios}}$$

Rentabilidad sobre ventas

Este tipo de rentabilidad mide el margen sobre las ventas, o sea, la relaciones entre las utilidades netas y las ventas totales que obtuvo la empresa. La utilidad neta se refiere a la utilidad obtenida después del pago de intereses.

El margen de las ventas es la primera fuente rentabilidad de la empresa. Las medidas de rentabilidad dependen de ella, es decir, si la rentabilidad de las ventas es nula, la rentabilidad económica y rentabilidad financiera también lo serán.

Existen las formas para mejorar la rentabilidad sobre ventas:

- Aumentando el precio promedio neto del producto.
- Disminuyendo su costo.

Fórmula para calcular la rentabilidad sobre ventas:

$$\text{Margen sobre ventas (R.O.S)} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

Rentabilidad de un proyecto (o de un producto)

Se mide por la relación de la utilidad proyectada la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto o para comercializar el producto de la Empresa. En la misma forma se mide la rentabilidad de la Inversión que hizo la empresa.

Fórmula para calcular la rentabilidad de un proyecto o de un producto:

$$\text{Rentabilidad de un proyecto o un producto (R.O.I)} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

Rentabilidad Social

Es el beneficio que obtiene una empresa determinada, destinando los recursos para una mejor productividad, dichos beneficios se estiman utilizando precios sociales y los criterios aplicados por la evolución de proyectos de inversión.

Indicadores de Rentabilidad

Los indicadores sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos para que de esta manera se puede convertir de las ventas en utilidades. Entre los más usados son:

Margen bruto de utilidad:

El margen bruto de utilidad muestra el porcentaje de las ventas netas que permite a las empresas cubrir sus gastos operativos y financieros de la empresa.

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruto}}{\text{ventas netas}}$$

Margen neto de utilidad

Mide los beneficios que obtiene la empresa por cada unidad vendida en un periodo dado.

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruto}}{\text{ventas netas}}$$

Margen operacional

Indica la cantidad de ganancias operativas por cada unidad vendida en un periodo dado.

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{ventas netas}}$$

Evaluación de rentabilidad

La evaluación de la rentabilidad es esencial para alcanzar y mantener objetivos para cada producto de inversión.

Los métodos más usados de evaluación de rentabilidad son los siguientes:

- Tasa de retorno sobre la inversión
- Tasa de retorno sobre la inversión promedio
- Valor presente
- Tasa interna de retorno
- Tiempo de repago

2.2.2.3. Factores de rentabilidad en las decisiones financieras

Intensidad del capital: Es una relación financiera en la cual mide la capacidad de la empresa para utilizar eficazmente sus activos en un periodo dado. En esencia, el vigor del capital muestra la cantidad de inversión en activos fijos que la empresa requiere durante un periodo definitivo para producir y generar ingresos con las ventas.

Modificar las bases de diferenciación:

La empresa se diferencia de las demás en su mismo sector por características que hacen que los clientes elijan sus productos. Cuando la empresa tiene mayor grado de diferenciación, menos competencia en el mercado. Por otro lado, a menos diferenciación, más competencia y menos ganancias.

Ampliar el alcance del producto y el mercado:

Cada empresa produce y vende a un determinado sector de la población.

Aplicar las capacidades básicas en otras oportunidades de negocio: Las capacidades básicas son lo que una empresa sabe hacer en su sector industrial. Son habilidades, destrezas de su gerente.

Reutilizar activos estratégicos:

Los activos estratégicos son los que la empresa posee. Son cosas, no técnicas de la empresa. Esos activos pueden ser utilizados para aprovechar nuevas oportunidades comerciales.

Modificar la ejecución y el apoyo:

La ejecución y el apoyo es la forma en que una empresa llega a los clientes, los canales comerciales

que usa, los servicios y el apoyo que les presta a sus clientes en la posventa. Modificando cualquiera de estas variables la empresa puede ampliar su mercado y/o su rentabilidad económica.

Aprovechar la información sobre los clientes:

En relación con los clientes se recogen conocimientos e información que es valiosos para el desempeño de la empresa en su sector industrial. La forma en la que la empresa interpreta y utiliza esa información puede ser muy valiosa en términos económicos y sociales.

Crear y aprovechar la comunidad con los clientes:

En muchos casos las relaciones comerciales son muy importante para obtener rentabilidad. Existe lealtad de los clientes identificándose con la marca de la empresa. Estas situaciones, pueden ser creadas, estimuladas, para crear lazos entre clientes y empresa que tengan un componente más fuerte o más profundo que el sólo intercambio económico.

Modificar la estructura de precios de la empresa:

Son muchas las alternativas a la forma de cobrar a los clientes. Se puede cobrar por un bien, por un servicio, por una membresía, se puede cobrar directa o indirectamente por un tercero, se puede cobrar por un paquete o por cada componente por separado, se puede cobrar un precio fijo o se puede cobrar por tiempo dado.

Incorporar los proveedores al modelo de negocio:

Los proveedores son quienes están antes que nuestro emprendimiento en la cadena de valor.

Tener una relación privilegiada o estrecha con ellos puede darle a la empresa una ventaja. Sus innovaciones, su calidad y su eficiencia, son las nuestras. Elegir a los proveedores y mejorar las relaciones con ellos es así de importante.

2.3. Hipótesis

Según Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas mencionan las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no

es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es cuantitativo ya que se describirán fenómenos sociales que tienen fuerte influencia dentro de la investigación científica, porque especifica propiedades importantes de las MYPE estudiadas; está orientada al descubrimiento de las propiedades particulares del hecho o situación problemática y también a la determinación de la frecuencia con que ocurren los hechos o situación problemática, además porque permite conocer, registrar, y medir las diferentes variables del estudio y sus componentes: capacitación y rentabilidad. (Hernández Sampieri, 2010).

3.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo, porque usa la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández Sampieri, 2010).

3.3. Diseño de la investigación

El diseño es no experimental, porque se realizará sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observará el fenómeno tal

como se encuentra dentro de su contexto, las variables de estudio no son manipuladas. (Hernández Sampieri, 2010)

De corte transversal, porque se recolectarán los datos en un solo momento y tiempo único, teniendo como propósito describir variables en un momento dado. (Hernández Sampieri, 2010)

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Para realizar este trabajo de investigación el universo está conformado por 06 unidades económicas en estudio las cuales son del sector comercio rubro ropa para niños; de acuerdo a las variables se tiene:

Rentabilidad

La población está constituida por los trabajadores y las características son:

- Mayores de 18 años de ambos géneros que tengan antigüedad más de 6 meses laborando en las MYPE.

Capacitacion

La población es finita porque se considera a los trabajadores en un número de 26, considerando las dimensiones de la variable., los procesos que pueden dar un veredicto objetivo y contundente por

los trabajadores. Por estar cerca a los procesos de la organización y poder evaluar la gestión del gerente.

3.4.2. Muestra

Según (Sampieri,2010) cuando las personas de una capacitación son $< o = a 50$ no se requiere aplicación de formula. Por lo tanto, para la muestra es $N = n$,

Donde Capacitación es $n = 26$

Tabla 1: Tabla de muestra de estudio

ITEM	MYPE	DIRECCIÓN	RUC	Nº COLAB.
1	Novedades Yuri S.A.C	Calle Junín 359	20003743824	4
2	Americamino S.A.C.	Jr. Cuzco N° 205	20409266151	4
3	InversionesCrystopherSA.C	JirónLoreto y Huánuco N°104	20409257918	5
4	Michael E.I.R.L.	Jr. Moquegua N°240	20602598781	4
5	Comercial Massini S.A.C.	Jr. Arequipa 430	20525544380	4
6	ModaYubeliS.A.C	PjeZarumilla 625	20398977689	5
				26

Fuente: Elaboración propia

CRITERIOS DE INCLUSION Y EXCLUSION (Hernández Sampieri, 2010)

La capacitación y rentabilidad, tiene como características de inclusión la población de emprendedores y empresarios que son propietarios de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para niños, año 2016.

Criterio de Inclusión

Variable Capacitación: son los trabajadores de las MYPE, que sean mayores de 18 años, con tiempo de servicio mayor de 1 año.

Variable Rentabilidad: a los gerentes disciplinados Criterio de Exclusión.

3.5. Definición y operacionalización de variables e indicadores

CARACTERIZACION DE CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS EN AGUAS VERDES, TUMBES, 2016.

Tabla 2: Definición y operacionalización de variables de estudio - Capacitación

Variabl e	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala	Fuente	Instrument o	Definición operacional	Metodología
C A P A C I T A C I Ó N	Es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistémica y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos	Tipos	Inductiva	ordinal	colaboradores	Encuesta	La dimensión “Tipos” se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores:” Inductiva, preventiva, inminente”	Tipo de investigación: Descriptiva
			preventiva					Nivel de investigación: Cuantitativa
			inminente					Diseño: Experimental, corte transversal
		Necesidades	Motivación				La dimensión “Necesidades”	Población: 06 unidades económicas
			Orientación					

	definidos (Chiavenato I, 2009)		Información	ordinal	colaboradores	Encuesta	se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores:” Motivación, Orientación e información”	Capacitación Muestra: 26 colaboradores Rentabilidad: 06 propietarios
--	--------------------------------------	--	-------------	---------	---------------	----------	---	--

Fuente: Elaboración propia

CARACTERIZACION DE CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS EN AGUAS VERDES, TUMBES, 2016.

Tabla 3: Definición y operacionalización de variables de estudio - Rentabilidad

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala	Fuente	Instrumento	Definición operacional	Metodología
RENTABILIDAD	Es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.	Tipos	Económica Financiera	Ordinal	Propietarios	Encuesta	La dimensión “Tipos” se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores” Económica, financiera”	Tipo de investigación: Descriptiva Nivel de investigación: Cuantitativa
		Características	Ganancias Activos Ventas	Ordinal	Propietarios	Encuesta	La dimensión “Niveles” se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores” Ganancias, activos, ventas”	Diseño: Experimental, corte transversal Población: 06 unidades económicas Capacitación Muestra: 26 colaboradores Rentabilidad: 06 propietarios

	(Gitman, 2008)							
--	-------------------	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó como técnica la encuesta con la que se buscó recaudar datos por medio del instrumento de la encuesta que fue diseñada por la autora y aprobada por expertos. Estos instrumentos no buscan modificar el entorno y controlar el proceso que está en investigación. Los datos se obtuvieron a partir de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a toda la población.

El recojo de información se realizó aplicando como instrumento al cuestionario, uno para cada variable de estudio, el cuestionario para la variable capacitación consta de diez (10) preguntas las cuales van dirigidas para los trabajadores de las MYPE bajo estudio y otro cuestionario para la variable rentabilidad consta de 5 preguntas que va dirigido para los dueños o representantes de las MYPE.

La aplicación del instrumento antes mencionado fue realizada por la investigadora, quien se preparó especialmente para ello y se eligió un horario que fue coordinado con los dueños de las MYPE bajo estudio para su aplicación a los trabajadores y lo mismo para que los dueños y/o representantes respondieran el cuestionario.

3.7. Plan de análisis

Las herramientas utilizadas son los diferentes programas como es el Microsoft Office Word, el Microsoft Office Excel, el Power Point y el Turnitin.

Microsoft Office Word: Aquí en este programa se llega a plantear toda la información requerida, también podemos crear textos con una gran apariencia, darle color y agregar imágenes y así poder desarrollar nuestro trabajo de investigación.

Microsoft Office Excel: Este programa facilitara de una manera rápida la tabulación y gráficos de nuestro trabajo de investigación.

Power Point: Es aquí donde se realizará la elaboración de las diapositivas para nuestra ponencia que se llevara a cabo en nuestra investigación.

Turnitin: Sirve para medir el plagio de nuestra investigación.

3.8. Matriz de consistencia

CARACTERIZACION DE CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS EN AGUAS VERDES, TUMBES, 2016.

Tabla 4: Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Técnica	Instrumentos
“Caracterización de capacitación y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016”.	¿Qué características tiene la capacitación y rentabilidad en las MYPE constituidas entre el año 2016 rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016?	Objetivo general: Identificar las principales características de capacitación y rentabilidad en las MYPE comerciales, rubro ropa para niños en Aguas Verdes, Tumbes, 2016. Y tiene como objetivos específicos: (a) Determinar los tipos de capacitación que emplean en las MYPE comerciales	Según Hernández (2009) es descriptiva por las siguientes razones: El tipo de la investigación es descriptiva porque busca especificar las propiedades,	C A P A C T C I O N	Es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistémica y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos (Chiavenato	Tipos Necesidades Beneficios	La dimensión “Tipos” se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores:” Inductiva, preventiva, inminente.” La dimensión “Necesidades” se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores:” Motivación, Orientación e información.”	Inductiva Preventiva Inminente Motivación Orientación Información Actitud Imagen Clima laboral	Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario

		rubro ropa para niños de Aguas Verdes Tumbes año 2016 (b) conocer la necesidad de capacitación en las MYPE comerciales, rubro ropa para niños en Aguas Verdes, Tumbes 2016 (c) determinar las principales características de rentabilidad que tienen las MYPE comerciales rubro ropa para niños de Aguas Verdes, Tumbes 2016 (d) conocer las características de rentabilidad en las MYPE comerciales rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, 2016.	características y los perfiles de personas que se someten al análisis.		I, 2009)		La dimensión “Beneficios” se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores:” Actitud, imagen y clima laboral”			
				R E N T A B I L I D A D	Es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. (Gitman,	Tipos Niveles	La dimensión “Tipos” se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores” Económica, financiera, inminente” La dimensión “niveles” se medirá con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario, con los indicadores” ganancias, activos y ventas”	Económica Financiera Ganancias Activos ventas	Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario

					2008)					
--	--	--	--	--	-------	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

3.9. Principios éticos

Se ha respetado el principio de confidencialidad y anonimato establecido en el código de ética de la Asociación Peruana de Investigación de Mercados (APEIM). En la presente investigación se respetó la autoría de las personas que participan, a quienes se acudió para tener un mejor conocimiento del tema; se mantuvo el anonimato de aquellos individuos que participaron en el estudio, por otro lado, se evitaron las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes; por último, para la realización de esta investigación no se ha recurrido a recursos inmorales o no éticos ni a recursos ilícitos (delictivos) como: soborno, engaño, plagio, interceptación telefónica, violación de la correspondencia, incursión a la vida privada de las personas, uso de cámaras y micrófonos ocultos (sin la debida autorización del personaje de la noticia), entre otros aspectos.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Variable Capacitación

Objetivo específico: Identificar los tipos de capacitación

Tabla 5:

¿Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	26	100.0
NO	00	0.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 6:

¿Usted es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	16	62.0
NO	10	38.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 7:

¿Sus funciones y responsabilidades están bien definidas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	26	100.00
NO	00	0
TOTAL	26	100.00

Tabla 8:

¿Son designados con alguien para orientar a los nuevos con respecto a sus funciones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	26	100.00
NO	00	0
TOTAL	26	100.00

Tabla 9:

¿A Usted en su primer día de trabajo ¿Lo orientaron para establecer puntos que no entendía de su labor?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	19	73.0
NO	07	27.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 10:

¿La capacitación desarrolla sus conocimientos y habilidades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	26	100.00
NO	00	0
TOTAL	26	100.00

Tabla 11:

¿Considera que tiene necesidad de capacitación a nivel individual?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	24	92.0
NO	02	8.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 12:

¿Cree que se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	20	77.0
NO	06	23.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 13:

¿Le resulta fácil a Usted expresar su opinión en su grupo de trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	13	50.0
NO	13	50.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 14:

¿Está Usted motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	20	77.0
NO	06	23.0
TOTAL	26	100.00

Variable Rentabilidad

Objetivo específico: determinar los tipos de rentabilidad

Tabla 15:

¿Cuenta con una cartera de clientes potenciales para incrementar sus ingresos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	06	100.00
NO	00	0
TOTAL	06	100.00

Tabla 16:

¿Considera que vender productos innovadores es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	04	67.0
NO	02	33.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 17:

¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	04	67.0
NO	02	33.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 18:

¿Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	03	50.0
NO	03	50.0
TOTAL	26	100.00

Tabla 19:

¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	05	83.0
NO	01	17.0
TOTAL	26	100.00

4.2. Análisis de resultados

Variable Capacitación

Objetivo específico 1. Determinar los tipos de capacitación que emplean en las MYPE comerciales rubro ropa para niños de Aguas Verdes Tumbes, año 2016.

En la tabla 1 denominada “Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo” del 100 % de los encuestados todos respondieron que si (26 trabajadores) resultado coincidente con Rosas (2014) que concluye: La capacitación es necesaria cuando es utilizada con mesura y objetividad para que contribuya a potenciar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal, pero esto no significa que se arregle el entorno laboral en su totalidad, dichos resultados son cercanos al objetivo específico N° 01

García (2012), menciona que, recibiendo una capacitación en el trabajo, ayuda a los trabajadores brindándoles una serie de acciones para desarrollar sus actividades y mejorar sus actitudes que ayuden a lograr los objetivos de la empresa, busca el crecimiento de la persona con expansión de sus habilidades y aptitudes teniendo una visión a largo plazo. De

acuerdo con Domínguez y García se reconoce que la capacitación no solo es buena parte de influir en el logro de metas y objetivos, sino que también busca su crecimiento de las personas con expansión de sus habilidades y aptitudes para tener una visión de largo plazo que será de importancia para el desarrollo de las MYPE en el futuro.

En la tabla 2 denominada “Usted es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades”, se puede observar que un 62% afirman que si es capacitado para realizar sus labores y un 38% no son capacitados.

Según Galván (2014), La capacitación continua y permanente a los colaboradores de una organización permite otorgar herramientas importantes para conocer, planear, mejorar y realizar de forma más eficiente sus actividades en colaboración con los demás miembros del equipo. La capacitación es muy importante para lograr objetivos trazados dentro de una organización para trabajar y realizar las funciones con mejores estándares de calidad. La capacitación se convierte en una forma de mejorar el presente de una empresa y construir un futuro en respuesta a las necesidades de contar con un equipo de trabajo calificado y productivo, mejorando sus habilidades, actitudes y conocimientos.

La capacitación debe ser coherente y correspondiente con la misión y los valores que recae en cada organización. Es así donde el objetivo

específico considera Determinar los tipos de capacitación que emplean en las MYPE comerciales rubro ropa para niños de Aguas Verdes Tumbes, año 2016., por la cual la capacitación sirve como herramienta importante para el desarrollo de las capacidades y habilidades del personal con desarrollo del talento humano efectivo en una empresa, también implica planeamiento, estructuración, educación, capacitación para así brindar conocimiento, destrezas y compromiso en los miembros y personal al máximo y creativamente para brindar seguridad y confianza. La capacitación hará que el colaborador sea más competente y hábil, y de esta manera pueda desplegar todo aquello que es necesario para una buena atención al cliente que traerá consigo beneficio a la organización por el lado de la rentabilidad.

En la tabla 3 denominada “Sus funciones y responsabilidades están bien definidas” se obtuvo que 26 de los trabajadores encuestados 100% respondieron que, si cumplen con lo indicado, esto concuerda con Larden (2012) donde manifiesta que es orientar y perseguir las metas establecidas dentro de una organización, implica analizar las actividades, crear los puestos y los departamentos para así proceder a sistematizar de los procedimientos con los cuales se van a trabajar dentro de la empresa. Con la finalidad de que cada colaborador obtenga facilidad para desarrollarse en cada área asignada dentro de una organización.

Por otro lado Antonio Marco (2013) manifiesta que en la actualidad esta heterogeneidad en la definición y capacidades requeridas para el puesto supone un reto para las empresas que quieren contratar a estos trabajadores y también, por supuesto, aquellos que quieren optar a desempeñar esta posición en una empresa, y es que realmente y aunque parezca mentira, en la actualidad, esta función no es muy clara ya que desempeña el responsable de operaciones, claro, hasta que esta figura deja de existir, entonces es cuando las empresas empiezan a adolecer de cierta descoordinación en sus procesos y actividades que con el tiempo se hacen bastante insostenibles.

En la tabla 4 denominada “Son designados con alguien para orientar a los nuevos con respecto a sus funciones”, se obtuvo de los 26 trabajadores encuestados que es el 100% afirmaron que cuentan con una persona disponible para ser orientados en base al área q les corresponde en este caso comercio de ropa para niños, en consecuencia, la organización si realiza esta función de la manera correcta. Ya que esta debilidad esta superada por la orientación que se le brinda al nuevo colaborador para que realice sus funciones de acuerdo a la necesidad de la organización.

Clímaco Toledo (2014) manifestó como ejemplo de un buen líder debe transmitir una buena orientación hacia sus trabajadores, para poder evitar

que se manifieste el estrés laboral en el ambiente de trabajo con el fin de que no llegue a afectar a la productividad de ellos mismos y sobre todo a la calidad, para que puedan rendir mejor a sus actividades laborales.

Por otro lado, Frederick Herzberg (2008) sostiene que para que tengan éxito las organizaciones, se debe informar y comunicar bien a todo el personal acerca de estas políticas, sobre todo la organización. Se hace imprescindible el fijar previamente objetivos y metas que sean fáciles de entender y realistas, siempre teniendo en cuenta que, cualquiera que sea la técnica escogida, debe ser aceptada por las dos partes.

En la tabla 5 denominada “A usted en su primer día de trabajo, lo orientaron para establecer puntos que no entendía de su labor”. el 73% de trabajadores afirmo que si fueron orientados, mientras que un 27% dijeron que no ya que en este caso la organización se fija en que el nuevo colaborador cuente con la capacitacion requerida ya como experiencia obtenida anteriormente, por ellos solo fija algunas instrucciones mínimas para desempeñar las funciones, según Eduardo Arenas (2010) donde manifiesta a lo largo del siglo XX se han producido profundos cambios sociales, económicos y tecnológicos, que han afectado de manera irreversible, aplicados los programas de capacitación, las acciones de la empresa deberán orientarse a determinar el aprendizaje logrado por los

participantes en el curso así como la tarea realizada por los instructores, con el objetivo de precisar en qué medida se han logrado los objetivos de cada evento de capacitación y en su caso, identificar las desviaciones y acciones correctivas que se requieran; para ello es importante guiarse a un proceso técnico que facilite lo siguiente: establecer el grado de avance de las acciones de capacitación, verificar la actualización y perfeccionamiento de las actividades laborales, establecer normas, procedimientos y criterios en la identificación de errores y establecer propuestas de solución, contribuir al logro de objetivos y metas de la empresa, conocer la efectividad de la capacitación.

Según Fliess(2008), realizó una investigación donde nos manifiesta en su conclusión que se desprende que ningún país en el mediano y largo plazo puede mantener o aumentar su competitividad si una fracción muy pequeña de su fuerza laboral tiene acceso a realizar actividades de capacitación. Las empresas deben de alguna forma ser agentes que desarrollen capacidades para definir con exactitud qué capacitación requieren y elegir dentro de la variedad disponible cual es la más adecuada para ellas y de qué forma lo planifican. Es por ello que es importante que los propietarios de las MYPE, brinden una capacitación cuando el personal nuevo ingresa a trabajar.

Objetivo específico N° 02: Conocer las necesidades de capacitación

En la tabla 6 denominada “La capacitación desarrolla sus conocimientos y habilidades”, del 100 % de los encuestados todos respondieron que si (26 trabajadores) resultado coincidente con Delgado (2014) que concluye: La capacitación es un recurso clave en el desarrollo de las empresas ya que permite obtener conocimientos y desarrollar capacidades en los trabajadores, dichos resultados son cercanos al objetivo específico N° 02 Según Escandón (2007), manifiesta que la capacitación es imprescindible en el desarrollo de las empresas ya que los colaboradores aprenden a usar herramientas que ayudan con el rendimiento, aumento de rentabilidad y avance de las mismas, es por ello que deben capacitarse para lograr sus metas. Por lo tanto, acudiendo a Urías y Escandón se reconoce que la capacitación no solo es buena herramienta para el de aumento de productividad y conocimientos, sino que también la de sus colaboradores para que puedan dar una mejor atención al cliente y esta se fidelice a ellos.

En la tabla 7 denominada, “Considera que tiene necesidad de capacitación a nivel individual”, del 100 % de los encuestados el 92 % respondieron si y el 8 % no, ya que algunos consideran la labor que realizan ya como una rutina y no hay motivación para mejorar aspectos realmente importantes como es la capacitación individual, ya que tienen seguridad de un puesto

de trabajo, resultado coincidente con Ruiz (2014) que concluye: el nivel académico alcanzado no ha mejorado; no se promueve la asistencia a cursos técnicos y/o diplomados, tampoco a eventos menores de capacitación (cursos, seminarios, talleres, eventos cortos), la institución no aporta al financiamiento de cursos de actualización, no promueve la realización de estudios durante la etapa laboral, dichos resultados son cercanos al objetivo específico N° 02

En la tabla 8 denominada “Cree que se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo” del 100 % de los encuestados el 77 % respondieron si y el 23 % no, ya que algunas organizaciones capacitan de forma muy general a los colaboradores, generando confusión al momento de realizar sus funciones, resultado coincidente con Rosas (2014) que concluye: Es muy claro que si el personal no conoce la función que va a realizar puede aprender a realizarla, en este sentido si no cuenta con la habilidad para ejercer dicha función , a través de la práctica puede entrenar, sin embargo el problema principal radica en si no desea realizarlo o tiene que realizarlo forzosamente, dichos resultados son cercanos al objetivo específico N° 02.

En la tabla 9 denominada “Le resulta fácil a Usted expresar su opinión en su grupo de trabajo”, el 50% de los trabajadores afirmaron que, si es fácil

de expresar su opinión, ya que tienen en claro que existe la libertad de expresión, mientras tanto el otro 50% respondieron que no les resulta fácil y evitan tener algún inconveniente dentro de la empresa ya que en algunos casos cuando emite opinión un colaborador este es visto como una persona sin conocimiento por lo tanto no tiene derecho a emitir opinión alguna dentro de la organización y fomentándose así un conformismo y el colaborador no se siente con total libertad de poder emitir algún consejo.

La libertad de expresión es un derecho humano fundamental consagrado por el Artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos. Junto con sus corolarios, la libertad de información y la libertad de prensa, la libertad de expresión sirve como catalizador de todos los demás derechos. La Organización reconoce que los derechos humanos se aplican por igual en Internet y fuera de ella. Por tanto, tiene el compromiso de examinar las cuestiones de la libertad de expresión y la privacidad la Unesco (2008).

En la tabla 10 denominada “Está Usted motivado y le gusta el trabajo que desarrolla,”, los encuestados respondieron de la siguiente manera”; el 77% manifiesta que se siente motivado y a gusto con el trabajo que realizan, mientras el 23% manifiesta lo contrario ya que por falta de

oportunidad de trabajo en su mayoría son jóvenes con secundaria completa que no cuentan con medios económicos para continuar con estudios superiores, se ven en la necesidad de optar por trabajar en estas empresas y que no se sienten motivados porque no es acorde al mercado el salario y tampoco tienen un día de descanso, es decir trabajan los siete días de la semana,. Lo que se evidencia en la tesis de Martínez (2008) Se realizó una investigación sobre “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio- rubro servicios xerográficos del distrito de nuevo Chimbote, periodo 2008-2009” en el departamento de Chimbote, concluye en que se deberían programar una serie de charlas para explicar la importancia que tiene la capacitación en el Desarrollo de las MYPE. Asimismo, se deberían empezar a realizar estudios correlacionales entre capacitación y rentabilidad empresarial, así como también estudios explicativos para determinar las causas del por qué los microempresarios no se capacitan. Y también Se deben hacer estudios mucho más profundos y completos para establecer la correlación entre la capacitación con la rentabilidad micro empresarial. Es así donde el objetivo específico 2 que considera Conocer las necesidades de capacitación en las MYPE comerciales rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016, Se puede decir que es debido a la falta de información sobre capacitación ya que esta es una herramienta necesaria para potenciar la motivación y beneficios que trae consigo a una

organización, si esta se logra traerá grandes beneficios, cuando esta lo hace con un alto nivel de compromiso por parte de la alta dirección e integrando a su cultura organizacional; en la que deben de haber líderes que permitan crear un ambiente donde el personal interno se involucre con el logro de los objetivos de la organización.

Objetivo específico: determinar los tipos de rentabilidad

En la tabla 11 denominada “Cuenta con una cartera de cliente potenciales para incrementar sus ingresos”, del 100% (6 personas) de los encuestados todos respondieron que, si cuentan con una cartera de clientes potenciales ya que estar en zona de frontera para ellos es beneficioso que se basa en tener clientes potenciales del vecino país de Ecuador, es preciso conocerlo mejor que cualquier otro. Lo fundamental hoy en día es cautivar al cliente, es decir, ofrecer un trato tan personalizado que se tenga en consideración tanto las preferencias como las necesidades de cada individuo el cual aseguran en su totalidad la estabilidad de su empresa, ya que estos clientes son potencialmente los que acuden a realizar compras a sus empresas, resultado coincidente con Domínguez (2013) que concluye: la importancia de una cartera de clientes genera a la empresa estabilidad económica , es decir que la confianza en estos clientes , la organización se encarga adecuadamente de satisfacer en

productividad y este obtiene una muy buena rentabilidad de la empresa, dichos resultados son cercanos al objetivo específico N° 03

En la tabla 12 denominada “Considera que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa”, se verifica que el 67% de los empresarios encuestados manifiesta que vender productos innovados es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa. Para que la innovación sea una herramienta competitiva en una empresa ésta debe, en primer lugar, ser fácilmente adaptable a los cambios de procesos o productos que el mercado requiera para satisfacer en mayor medida a los clientes y, en segundo lugar, la empresa debe conocer el entorno y sus clientes con el fin de anticiparse a las preferencias que éstos puedan tener. En tal sentido la mayoría de las MYPES manifiesta que incrementar a su negocio productos innovados le permitió crecer sus ganancias y mejorar el estilo de vida. Por tanto, esta investigación concuerda con Ríos (2014), Sus innovaciones, su calidad y su eficiencia, son las nuestras. Elegir a los proveedores y mejorar las relaciones con ellos es así de importante; este resultado responde al tercer objetivo específico: Determinar las principales características de rentabilidad en las MYPE sector del comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016.

Objetivo específico: Determinar los niveles de rentabilidad.

En la tabla 13 denominada “Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital”, se verifica que el 33% de los empresarios encuestados manifiesta que para medir la rentabilidad de su empresa no compara sus ganancias con su capital. En tal sentido la mayoría de las MYPES no compara sus ganancias con su capital (margen operacional) porque se conforman en tener ganancias mínimas. Por tanto, esta investigación concuerda con Sánchez (2012), Indica la cantidad de ganancias operativas por cada unidad vendida; este resultado responde al cuarto objetivo específico: Describir los niveles de rentabilidad en las MYPE sector del comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016.

En la tabla 14 denominada “Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad”, se verifica que el 50% de los empresarios encuestados manifiesta que es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad. En tal sentido la mayoría de las MYPES invierte dinero para mejorar las ganancias de su empresa. Por tanto, esta investigación concuerda con Ríos (2014), La fórmula de relación real que mide la intensidad de capital son los activos totales divididos por los ingresos de ventas de un periodo especificado); este resultado responde al cuarto objetivo específico: Describir los niveles de rentabilidad en las

MYPE sector del comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016.

En la tabla 15 denominada “El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa”, se verifica que el 83% de los empresarios encuestados manifiesta que el nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa. En tal sentido la mayoría de las MYPES considera que el volumen de ventas le ayuda a incrementar las ganancias. Por tanto, esta investigación concuerda con Sánchez (2012), El margen mide la ganancia obtenida por cada unidad monetaria vendida, es decir, la rentabilidad de las ventas; este resultado responde al objetivo específico: Describir los niveles de rentabilidad en las MYPE sector del comercio rubro ropa para niños en Aguas Verdes Tumbes, año 2016.

V. CONCLUSIONES

5.1. CONCLUSIONES

- ✓ **Según el objetivo específico 01** se concluye que la el tipo de capacitación es por su naturaleza debido a que las MYPE capacitan a su personal orientando a sus funciones y responsabilidad, además que el personal capacitado es designado siempre para capacitar a los nuevos empleados; pero se les capacita frecuentemente.
- ✓ **Según el objetivo específico 02** se concluye que las MYPE presentan necesidades de capacitación para el desarrollo de sus capacidades y habilidades, necesitando siempre de la capacitación individual la cual es identificada como una de las principales necesidades de capacitación por lo tanto se determinó que existe una capacitación inicial promedio; las necesidades de capacitación están orientados además al clima laboral siendo identificados la motivación y la expresión de las opiniones e ideas en las reuniones de trabajo.
- ✓ **Según el objetivo específico 03** se concluyó que las MYPE gozan de una cartera de clientes, es por ello que los productos innovadores generan mayores ventas, por lo tanto, las MYPE no suelen comparan sus ganancias con su capital.
- ✓ **Según el objetivo específico 04** se describió que las MYPE consideran que el nivel de ventas les permite medir su rentabilidad; considerando que la inversión en activos disponibles para mejorar su rentabilidad en promedio de ellas.

Desempeño laboral: es el rendimiento laboral y la actuación que manifiesta el trabajador al efectuar las funciones y tareas principales que exige su cargo en el contexto laboral específico de actuación, lo cual permite demostrar su idoneidad.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) Flores, J. C., & Flores, W. E. (2011). *La importancia de la capacitación en las micro y pequeñas empresas artesanales del Valle del Mezquital Estado de Hidalgo*. Mexico.
- 2) INEI. (2013). *Estado de Mypes en el Perú*. Lima - Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- 3) INEI. (2017). *Las Mypes en el Perú*. Lima - Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- 4) Leon, P. G. (2016). *Caracterización del Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de la Esperanza año 2015*. Nueva Esperanza - Perú: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- 5) MINCETUR. (2017). *Mypes Comerciales*. Lima - Perú.
- 6) Orozco, J. E., & Gualteros, H. S. (2009). *Modelo de negocios para la comercialización internacional de pieles wetblue curtidas al cromo de origen bovino en un mercado industrial seleccionado de Estados Unidos de América*. Bogotá: PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- 7) SUNAT. (2014). *Régimen Laboral Especial*. Lima - Perú : Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.
- 8) Ybañez, L. L. (2016). *Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta de ropa para niños del centro de Trujillo*. Trujillo - Perú: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- 9) Ybañez, L. L. (2016). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta de ropa para niños del centro de Trujillo, año 2015*. Trujillo - Perú: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

- 10) AGUINAGA, B. F. (7 de noviembre de 2013). Propuesta para reducir la rotación de personal en la distribuidora de coca-cola de la ciudad de Chiclayo. Obtenido de [http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/271/1/TL_Perez_Aguinaga_Frankl inIvan.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/271/1/TL_Perez_Aguinaga_Frankl%20Ivan.pdf).
- 11) Arias, F. (2006). El proyecto de productos investigación: Introducción a la metodología científica. (5°. ed.) . Caracas - Venezuela: Episteme.
- 12) Cango, F. H. (2013). Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas , año 2013. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034143>
- 13) Chong, M. G. (2011). Diseño de un modelo de gestión para el desarrollo sostenible y competitivo de las pequeñas unidades agrícolas rurales en el Perú. Una experiencia aplicada en el valle de Virú. Obtenido de <http://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/bitstream/handle/10535/7913/Tesis%20MChongPS.pdf>
- 14) Comercio, E. (22 de febrero de 2016). ÁDEX: mypes representan solo el 13% de las ventas al exterior. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/peru/adex-mypes-representan-solo-13-ventas-al-exterior-noticia>
- 15) Flores, J. G., & Delgado, S. J. (Mayo de 2014). “Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de las mypes del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado”. Obtenido de [http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1864/AE_270.pdf?sequence= 1](http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1864/AE_270.pdf?sequence=1)
- 16) Gómez, H. S. (2006). Servicio al cliente. Obtenido de

- <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis22.pdf>; <http://imp-ortacionesan.blogspot.pe/2011/05/marco-teorico.html>
- 17) Hernandez, R. S., Fernandez, C. C., & Baptista, P. L. (2003). Metodología de la investigación 5ta Edición. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- 18) Hidalgo, J. A. (Abril de 2012). Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la cabaña de Don Parce. Obtenido de http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1648/AE_265.pdf?sequence=1
- 19) http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0980/Libro.pdf
- 20) Luquillas, J. G. (2014). Gestión empresarial y competitividad en las mypes. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf
- 21) Peña, M. d. (2013). Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las mype - rubro boticas A.A.H.H Santa Rosa - Piura, 2013. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034218>
- 22) RÍOS, C. K. (15 de Abril de 2014). La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados economicos y financieros de la empresa restaurante campestre S.A.C - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/287/1/TL_Perez_Rios_CynthiaKat terine.pdf
- 23) Roldán, L., Balbuena, J., & Muñoz, Y. (enero de 2010). Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños. Obtenido de tesis.pucp.edu.pe:8080/.../Tesis_Munoz_Balbuena_Roldan_Corrección%20final.pdf

- 24) Ryberg, J. M. (diciembre de 2010). Acerca del concepto de empatía .
Obtenido de
http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/449_Olivera_Ryberg.pdf
- 25) Vargas, T. M. (Julio de 2012). "Propuesta de programa integral de servicio al cliente como gestión estratégica en las concesionarias automotrices de la ciudad de Guayaquil".

ANEXOS

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CUESTIONARIO

ESTIMADO COLABORADOR, SOLICITAMOS SU ATENCION, RESPONDIENDO CON SINCERIDAD EL PRESENTE CUESTIONARIO QUE TIENE POR OBJETIVO CONOCER LA CAPACITACION DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS EN AGUAS VERDES TUMBES AÑO 2016.

LEA COMPRENSIVAMENTE Y CONTESTE A LAS PREGUNTAS MARCANDO CON "X" EN UNA SOLA ALTERNATIVA Y COMPLETANDO LAS PREGUNTAS SEGÚN SE LE SUGIERA.

GRACIAS

ENCUESTA

1 ¿Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo?

SI () NO ()

2 ¿Usted es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades?

SI () NO ()

3 ¿Sus funciones y responsabilidades están bien definidas?

SI () NO ()

4 ¿Son designados con alguien para orientar a los nuevos con respecto a sus funciones?

SI () NO ()

5 ¿A Usted en su primer día de trabajo ¿Lo orientaron para establecer puntos que no entendía de su labor?

SI () NO ()

6 ¿La capacitación desarrolla sus conocimientos y habilidades?

SI () NO ()

7 ¿Considera que tiene necesidad de capacitación a nivel individual?

SI () NO ()

8 ¿Cree que se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo?

SI () NO ()

9 ¿Le resulta fácil a Usted expresar su opinión en su grupo de trabajo?

SI () NO ()

10 ¿Está Usted motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?

SI () NO ()

ANEXO N° 02



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESTIMADO MICROEMPRESARIO, SOLICITAMOS SU ATENCION, RESPONDIENDO CON SINCERIDAD EL PRESENTE CUESTIONARIO QUE TIENE POR OBJETIVO CONOCER LA RENTABILIDAD DEL SECTOR SERVICIO RUBRO COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS EN AGUAS VERDES, TUMBES AÑO 2016.

LEA COMPRENSIVAMENTE Y CONTESTE A LAS PREGUNTAS MARCANDO CON "X" EN UNA SOLA ALTERNATIVA Y COMPLETANDO LAS PREGUNTAS SEGÚN SE LE SUGIERA. GRACIAS
ENCUESTA

1. ¿Cuenta con una cartera de clientes potenciales para incrementar sus ingresos?

SI () NO ()

2 ¿Considera que vender productos innovadores es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?

SI () NO ()

3 ¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?

SI () NO ()

4 ¿Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?

SI () NO ()

5 ¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?

SI () NO ()

ANEXO N° 03: VALIDACIONES

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (3)

Yo, Héctor O. Arica Clavijo, identificado con DNI
02786302, MAGÍSTER EN
DOCENCIA UNIVERSITARIA:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos:

ENCUESTA, elaborado por

TANIA YVENT, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: Caracterización de capacitación y la Rentabilidad en las MYPES del sector comercio Rubro ropa para niños Aguas Verdes

Tumbes 2018., que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, setiembre 2018


L.P. ARICA CLAVIJO H.O. TORO
D.N.I. 02786302
CLAD - 09845

Validación

Ítems relacionados con Rentabilidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para pedir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Cuenta con una cartera de clientes potenciales para incrementar sus ingresos?	✓			✓		✓	SI () NO ()
2. ¿Considera que vender productos innovadores es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
3. ¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
4. ¿Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
5. ¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)

¡Muchas gracias por su colaboración...


 LIC. MARÍA CLAYVA HERRER OJALVO
 D.N.I. 02786302
 CLAD - 09245

Validación

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para pedir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo?	✓			✓		✓	SI () NO ()
2. ¿Usted es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
3. ¿Sus funciones y responsabilidades están bien definidas?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
4. ¿Son designados con alguien para orientar a los nuevos con respecto a sus funciones?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
5. A Usted en su primer día de trabajo ¿lo orientaron para establecer puntos que no entendía de su labor?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
6. ¿La capacitación desarrolla sus conocimientos y habilidades?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
7. ¿Considera que tiene necesidad de capacitación a nivel individual?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
8. ¿Cree que se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
9. ¿Le resulta fácil a Usted expresar su opinión en su grupo de trabajo?	✓			✓		✓	SI () NO (x)
10. ¿Está Usted motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?	✓			✓		✓	SI () NO (x)

¡Muchas gracias por su colaboración...


 LIC. ARICA CLAUDIO HECHEVARA GARCILANO
 D.N.I. 02786302
 CIAD - 09245

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (3)

Yo, Carlos Manuel Gimocchio Vega, identificado con DNI 02867439, MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos:

COESTIONARIO, elaborado por

TANIA JEHT ZAPATA REYES, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: Caracterización de capacitación y la

Rentabilidad en las MYPES del sector comercio Rubro ropa para niños Aguas Verdes

Tumbes 2018, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, SEPTIEMBRE 2018


Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Veg
CL.Am. 0088

Validación

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para pedir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿Usted es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿Sus funciones y responsabilidades están bien definidas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿Son designados con alguien para orientar a los nuevos con respecto a sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. A Usted en su primer día de trabajo ¿lo orientaron para establecer puntos que no entienda de su labor?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
6. ¿La capacitación desarrolla sus conocimientos y habilidades?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
7. ¿Considera que tiene necesidad de capacitación a nivel individual?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
8. ¿Cree que se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
9. ¿Le resulta fácil a Usted expresar su opinión en su grupo de trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
10. ¿Está Usted motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)

¡Muchas gracias por su colaboración...


 Lic. Acim. Carlos M. Ginocho Veg
 CLAB- 0888

Validación

Ítems relacionados con Rentabilidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para pedir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Cuenta con una cartera de clientes potenciales para incrementar sus ingresos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>) SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿Considera que vender productos innovadores es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)

¡Muchas gracias por su colaboración...


 C.A. Adm. Carlos M. Sinocchío Vega
 CLAD-0888

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (3)

Yo, MANUEL GERARDO PERALTA HINOSTROZA, identificado con DNI 02659237, MAGÍSTER EN

CIENCIAS POLÍTICAS - LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos:

CUESTIONARIO, elaborado por

TANIA YVETT ZAPATA REYES, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: Caracterización de capacitación y la

Rentabilidad en las MYPES del sector comercio Rubro ropa para niños Aguas Verdes

Tumbes 2018.

que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 11 de Julio 2018

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Peralta Hinostraza
CUAD 03662

Validación

Ítems relacionados con Rentabilidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para pedir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Cuenta con una cartera de clientes potenciales para incrementar sus ingresos?	X			X		X	SI () NO ()
2. ¿Considera que vender productos innovadores es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa?	X			X		X	SI () NO (X)

¡Muchas gracias por su colaboración...



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Méndez Hinojosa
CLAD 05862

Validación

Ítems relacionados con Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para pedir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo?	X			X		X	SI () NO ()
2. ¿Usted es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Sus funciones y responsabilidades están bien definidas?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Son designados con alguien para orientar a los nuevos con respecto a sus funciones?	X			X		X	SI () NO (X)
5. A Usted en su primer día de trabajo ¿lo orientaron para establecer puntos que no entendía de su labor?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿La capacitación desarrolla sus conocimientos y habilidades?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Considera que tiene necesidad de capacitación a nivel individual?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Cree que se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Le resulta fácil a Usted expresar su opinión en su grupo de trabajo?	X			X		X	SI () NO (X)
10. ¿Está Usted motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?	X			X		X	SI () NO (X)

¡Muchas gracias por su colaboración...


 Mg. Lic. Adm. Maquiel G. Moreno Hinojosa
 CIAD 05862

LIBRO DE CÓDIGOS

LIBRO DE CÓDIGOS																													
AUTOR: TANIA YVEHT ZAPATA REYES																													
Variable Capacitacion																													
N°	ITEM'S		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	TOTAL
1	Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26	
		NO																											0
2	Usted es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades	SI	2	2		2		2			2	2				2	2	2			2		2	2	2	2	2	2	16
		NO			1		1		1	1			1	1	1		1			1		1						10	
3	Sus funciones y responsabilidades están bien definidas	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26	
		NO																											0
4	Son designados con alguien para orientar a los nuevos con respecto a sus funciones	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26	
		NO																											0
5	A Usted en su primer día de trabajo ¿Lo orientaron para establecer puntos que no entendía de su labor	SI	2	2	2	2		2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	19	
		NO					1				1						1			1		1					1	1	7
6	La capacitación desarrolla sus conocimientos y habilidades	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26	
		NO																											0
7	Considera que tiene necesidad de capacitación a nivel individual	SI	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	
		NO										1			1														2
8	Cree que se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo	SI	2	2	2	2	2		2	2	2	2		2	2		2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	20	
		NO						1					1			1						1						1	1
9	Le resulta fácil a Usted expresar su opinión en su grupo de trabajo	SI	2		2	2			2		2	2				2			2			2	2	2			2	13	
		NO		1				1	1			1	1	1			1	1			1	1				1	1	13	
10	Está Usted motivado y le gusta el trabajo que desarrolla	SI	2	2	2	2	2		2	2	2		2	2		2	2	2	2	2		2	2	2	2		20		
		NO						1					1			1						1						1	1

RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS							
N°	ITEM'S		1-12	Total	TOTAL	%	TOTAL%
1	Considera que recibe orientación para un puesto de trabajo	SI	26	26	26	100	100
		NO	0	0		0	
2	Usted es capacitado frecuentemente para realizar sus actividades	SI	16	16	26	61.538462	100
		NO	10	10		38.461538	
3	Sus funciones y responsabilidades están bien definidas	SI	26	26	26	100	100
		NO	0	0		0	
4	Son designados con alguien para orientar a los nuevos con respecto a sus funciones	SI	26	26	26	100	100
		NO	0	0		0	
5	A Usted en su primer día de trabajo ¿Lo orientaron para establecer puntos que no entendía de su labor	SI	19	19	26	73.076923	100
		NO	7	7		26.923077	
6	La capacitación desarrolla sus conocimientos y habilidades	SI	26	26	26	100	100
		NO	0	0		0	
7	Considera que tiene necesidad de capacitación a nivel individual	SI	24	24	26	92.307692	100
		NO	2	2		7.6923077	
8	Cree que se identifican las necesidades de capacitación de acuerdo al cargo	SI	20	20	26	76.923077	100
		NO	6	6		23.076923	
9	Le resulta fácil a Usted expresar su opinión en su grupo de trabajo	SI	13	13	26	50	100
		NO	13	13		50	
10	Está Usted motivado y le gusta el trabajo que desarrolla	SI	20	20	26	76.923077	100
		NO	6	6		23.076923	

11	Cuenta con una cartera de clientes potenciales para incrementar sus ingresos	SI	6	6	6	100	100
		NO	0	0		0	
12	Considera que vender productos innovadores es una buena estrategia para mejorar la rentabilidad de su empresa	SI	4	4	6	66.666667	100
		NO	2	2		33.333333	
13	Para medir la rentabilidad de su empresa compara sus ganancias con su capital	SI	4	4	6	66.666667	100
		NO	2	2		33.333333	
14	Es importante invertir activos disponibles para mejorar su rentabilidad	SI	3	3	6	50	100
		NO	3	3		50	
15	El nivel de ventas le permite medir la rentabilidad de su empresa	SI	5	5	6	83.333333	100
		NO	1	1		16.666667	

FOTOS



	ACTA	TÍTULO	IMP.FIN	NOTA	RESPUESTA	ACRÉD.	Nº DE TÍTULO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cordova Vilchez Resu...	CORDOVA VILCHEZ RESULT FIN	0%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1003179707	27-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Domínguez Chumacero ...	DOMINGUEZ CHUMACERO RESULT 1	0%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1004007890	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Resul...	GODOS SANCHEZ RESULTAD	0%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1004016051	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Martínez Arevalo Int...	MARTINEZ AREVALO INTROO 11 oct	0%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1010009121	11-oct-2010
<input type="checkbox"/>	Mendoza Cruz Resul...	MENDOZA CRUZ RESULTADOS 211	0%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1003380777	21-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Resultad N...	NIÑO ABAD RESULTAD	0%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1002903912	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Tume Rodríguez Resul...	TUME RODRIGUEZ RESULT	0%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1002905239	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Resul...	ZAPATA REYES RESULT od 11	0%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1010009128	11-oct-2010
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Resul...	FALLA ROMERO RESULTADO	4%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	100200345	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Olajá Nole Olajá Nol...	OLAJA NOLE	4%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	98799900	06-ago-2010
<input type="checkbox"/>	Silva More Resul 29 ...	SILVA MORE RESULT 29 09 02	4%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1010598037	29-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Martínez Arevalo Res...	MARTINEZ AREVALO RESULT OCT	5%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1017733777	16-oct-2010
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Introd ...	FALLA ROMERO INTROO	6%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1004017232	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Resul 1...	MAZA ZAPATA RESULT 1	6%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1004016290	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Resul 2 ...	ALBAN PANTA RESULT 2	6%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1004009524	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Mendoza Cruz Intr 11...	MENDOZA CRUZ INTR 11 OCT	6%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1010422725	11-oct-2010
<input type="checkbox"/>	Olajá Nole Resul 29...	OLAJA NOLE RESULT 29 09	6%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1010081448	29-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Introd...	GODOS SANCHEZ INTRODUCC	9%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1010341	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Zapata Hidalgo Resul...	ZAPATA HIDALGO RESULT 29 09	9%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1010579353	29-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Silva More Introd 21...	SILVA MORE INTROO 211	11%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1006303120	21-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Introd A...	ALBAN PANTA INTROO	12%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1002014103	18-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Tume Rodríguez Intro...	TUME RODRIGUEZ INTRODUCC2	12%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	100333527	21-sept-2010
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Resul...	ZAPATA REYES RESULT OCT 19	12%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1017738960	16-oct-2010
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Niño Abad	NIÑO ABAD	13%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	987999017	06-ago-2010
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Intr 29 ...	MAZA ZAPATA INTR 29 09 10	14%	■ /	+	<input type="checkbox"/>	1010083696	29-sept-2010