

**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA -
SECTOR SERVICIOS - RUBRO GIMNASIOS DEL CASCO
URBANO DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE, AÑO 2014 - 2015”**

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

AUTORA:

AMÉRICA SILVERIA GALARRETA PAJARES

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURION MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

MBA. Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mgr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina

Asesor

AGRADECIMIENTO

Esta tesis se la dedico a mi creador
Jehová Dios por darme fuerzas para
seguir adelante y no desmayar en los
problemas que se presentaban,
enseñándome a encarar las
adversidades sin perder nunca la
dignidad ni desfallecer en el intento.
A mi bebé Luis Ángel y a mi madre
Esther que son mis motivos por los
que me esfuerzo día a día y mi coraje
para seguir mis objetivos en la vida.

Un especial agradecimiento a mi
asesor el Dr. Reinerio
Centurión, gracias por su guía,
por su comprensión y paciencia
en todo este proceso de
superación profesional.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la Capacitación y la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa del sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, Período 2014-2015, se desarrolló utilizando el diseño no experimental – transversal – descriptivo. Para llevarla a cabo se escogió una población muestral de 06 microempresas, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: **Respecto a los representantes y las Mypes:** El 66,7% de los representantes encuestados manifestaron que son propietarios de la empresa, el 100% de las empresas se creó con el objetivo de obtener ganancias, **Respecto a la Capacitación,** el 83,3% se ha capacitado y el 100% opina que es una inversión. **Respecto a la Competitividad,** el 50% cuenta con un plan estratégico, y el 50% opina que su empresa es competitiva por sus precios. **Y llegando a la conclusión** que los propietarios han hecho empresa para obtener ganancias, se capacitan para mejorar su rentabilidad, sus empresas cuentan con un plan estratégico y son competitivas por sus precios bajos.

Palabras Claves: Micro y pequeña empresa, Capacitación, Competitividad.

ABSTRACT

This research had as general objective to describe the main features of the Training and Competitiveness of Micro and Small Enterprises in the service sector, urban category gyms town of Chimbote, Period 2014-2015, was developed using the design not experimental - cross - descriptive. To carry out a micro sample population was chosen 06, to which was applied a questionnaire of 15 questions, using the survey technique, with the following results: As regards representatives and Mypes: 66.7% representatives of respondents said they are owners of the company, 100% of companies was created with the objective of profit, about training, 83.3% have been trained and 100% believe it is an investment. Regarding competitiveness, 50% have a strategic plan, and 50% believe that their company is competitive for its price. And coming to the conclusion that the owners have done business for profit, are trained to improve their profitability, their companies have a strategic plan and are competitive for its low prices.

Keywords: Micro and small enterprises, Training, Competitiveness.

CONTENIDO

1.- Título de Tesis	i
2.- Hoja de firmas del jurado y asesor	ii
3.- Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iii
4.- Resumen y Abstract	iv-v
5.- Contenido	vi
6.- Índice de tablas y figuras	vii
I. INTRODUCCIÓN	1-5
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	
2.1 Antecedentes	6-12
2.2 Bases Teóricas	13-16
2.3 Marco Conceptual	16-18
III. METODOLOGÍA.	
3.1 Diseño de la investigación	19
3.2 Población y muestra	19
3.3 Operacionalización de variables	20-21
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.5 Plan de análisis	22
3.6 Matriz de consistencia	23
3.7 Principios éticos	24
IV. RESULTADOS.	
4.1 Resultados	25-27
4.2 Análisis de resultados	27-29
V. CONCLUSIONES	30
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31-33
ANEXOS	34-47

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla N° 01: Características de los representantes de las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015	25
Tabla N° 02: Características de las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015	25
Tabla N° 03: Características de la Capacitación de las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015	26
Tabla N° 04: Características de la Competitividad de las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-015	26
Tabla N° 1:	
Figura N° 1: Qué cargo desempeña en la empresa	34
Figura N° 2: Cuántos años tiene trabajando en la empresa	34
Figura N° 3: Edad del encuestado	35
Figura N° 4: Sexo del encuestado	35
Figura N° 5: Estado Civil	35
Figura N° 6: Grado de instrucción	36
Tabla N° 2:	
Figura N° 7: Qué tiempo tiene su empresa en el mercado	36
Figura N° 8: Con que finalidad creo la empresa	37
Tabla N° 3:	
Figura N° 9: Se ha Capacitado en los últimos años	36
Figura N° 10: Para usted la capacitación es una	37
Figura N° 11: La capacitación mejora las utilidades	37
Figura N° 12: La capacitación identifica al trabajador con la empresa	37
Tabla N° 4:	
Figura N° 13: Su empresa cuenta con un plan estratégico	38
Figura N° 14: Conoce usted a sus principales competidores	38
Figura N° 15: De qué forma es competitiva su empresa	39

I. INTRODUCCIÓN.

En la Unión Europea (UE) las pequeñas y medianas empresas (PYME) constituyen el 99% de todas las empresas, crean dos de cada tres empleos del sector privado, contribuyen a más de la mitad del valor añadido total generado por las empresas y de cada diez PYME, nueve son microempresas con menos de diez trabajadores. Se han puesto en marcha diversos programas de acción de apoyo a las PYME, como la Small Business Act, que agrupa todos estos programas y se propone crear un marco de políticas integrador. El objetivo de los programas es reforzar la competitividad de las PYME mediante la investigación y la innovación, y mejorar el acceso de las PYME a la financiación. Las PYME operan principalmente a escala nacional, ya que hay relativamente pocas que emprendan negocios transfronterizos dentro de la UE. No obstante, independientemente del alcance de sus operaciones, la legislación de la UE afecta a las PYME en varios ámbitos, la competencia o el derecho de sociedades. Existen 21 millones de PYME, que emplean a más de 33 millones de personas, y son una fuente esencial de espíritu empresarial e innovación, fundamental para la competitividad de las empresas europeas. La política de la UE en favor de las PYME tiene como fin garantizar que las políticas y acciones de la UE defiendan a las pequeñas empresas y contribuyan a aumentar el atractivo de Europa como lugar para la creación y desarrollo de empresas. (Gouarderes, 2015).

En España es innegable la importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas “(PYMES) en el tejido empresarial español y su enorme peso social y económico. En este país, buena parte del tejido empresarial se basa en la PYME, que representa un 99,9 por 100 del total de empresas españolas. Esta importancia de las PYMES en España no supone un caso aislado con respecto a la Unión Europea, donde las PYMES representan el 99,8% del total. Cabe destacar, igualmente, que las PYMES suponen la principal fuente de empleo para los españoles, aportando un 62,9% del total. Esta cifra se sitúa ligeramente por debajo de la medida de la Unión Europea (67,4%). Asimismo, su contribución a la inversión empresarial también es muy sustancial. Dicha variable es muy relevante, tanto como componente de la demanda agregada, pues representa casi un 20% del PIB, como desde el punto de vista de la oferta, ya que es un factor determinante de la evolución del producto potencial de la economía. Las PYMES han sido, probablemente, uno de los actores que más directamente han sido castigadas en los

siete años de crisis que se llevó desde el estallido de la gran recesión”. (Citado en Docplayer.es, 2016).

Se han modificado sustancialmente las condiciones del acceso a la financiación externa lo que ha obligado a las empresas a cambiar su estructura financiera (recursos propios *versus* ajenos) y sus fuentes de financiación (autofinanciación *versus* financiación externa). (López, 2014).

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales. Adicionalmente, representan una cuota importante en el tejido empresarial de los países; así en el istmo centroamericano se estima que la MIPYME representa más del 90% de la estructura empresarial de la región; si bien es cierto que los estudios difieren en la estimación de la contribución al Producto Interno Bruto, se estima que en promedio contribuyen con el 20% del PIB y que, en algunos casos, esta contribución llega a alcanzar el 50%. Otro aspecto relevante a considerar es que en países como los centroamericanos el mayor porcentaje de las empresas está orientado al mercado local, principalmente a actividades comerciales y en segundo lugar industriales. Según el Centro del Comercio Internacional (CCI), tan sólo entre un 5% y un 10% de las empresas se dedican a actividades de exportación; lo cual ubica a las MIPYME como una fuente de empresas a internacionalizar para que aprovechen los potenciales beneficios del mercado centroamericano como de los mercados internacionales, cuyo acceso se están facilitando con los procesos de negociación de acuerdos comerciales. Del contexto anterior se deduce que la MIPYME constituye un eje importante de desarrollo para las economías latinoamericanas, especialmente para las centroamericanas, por lo que el desarrollo de políticas, programas, instrumentos y herramientas innovadoras para su promoción son de vital importancia para mejorar la competitividad de las mismas.

Es en ese sentido que Centro Regional para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa (CENPROMYPE), como organismo especializado del Sistema de la Integración Centroamericana que tiene como misión contribuir a mejorar la competitividad y el entorno de políticas para las MIPYME centroamericanas a través de la facilitación de procesos innovadores de gestión pública y privada, presenta, el

“Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas”, como una herramienta de trabajo que permitirá a los gobiernos, academia y sector privado un amplio conocimiento de dicho estrato empresarial. El manual presenta información valiosa sobre la definición de la MIPYME, el aporte económico, amenazas y oportunidades para las mismas; así también hace un aporte a la creación de indicadores para el seguimiento del desempeño y competitividad de las empresas; propone un modelo de formulario para el levantamiento de datos que permitan instrumentalizar los indicadores y generar información que puedan orientar mejor las políticas para la MIPYME. (Alvarez & Duran 2009).

En Chile hay algo más de 1,5 millones de Micro y Pequeñas Empresas (MYPE), incluidos los trabajadores por cuenta propia. Las MYPES formales alcanzan a 721 mil unidades productivas en el año 2008. Además, existen más de 805 mil micro empresas informales. En conjunto la MYPE concentra el 58% de la ocupación del sector privado, representa el 96% de las empresas del sector formal y está distribuida a lo largo del territorio nacional. En los últimos años se han visto avances importantes en varios ámbitos. Las pequeñas y medianas empresas son las unidades productivas que mayor cantidad de trabajadores emplean en Chile. Si a ello se suma el aporte de las microempresas las cifras son todavía más considerables. Sin embargo, la importancia de las MYPE no se condice con un rol protagónico en cuanto a indicadores económicos como ventas, exportaciones y otros, cediendo ese espacio a las grandes empresas. Una de las estrategias para suplir esa situación y aumentar la capacidad productiva de las MYPE es a través de programas de capacitación en diversos temas relacionados con el desarrollo de tales unidades. El Estado, a través del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE), ha buscado potenciar, a través del beneficio de la franquicia tributaria, la capacitación de recursos humanos para que todas las empresas hagan esfuerzos en el perfeccionamiento de su personal. Sin embargo, los niveles de capacitación siguen siendo bajos y por lo general restringidos a la inversión pública. De entre los grupos de la población más vulnerables, destacan los jóvenes debido a la tasa de desocupación (el doble que el resto de la población) y al alto número de jóvenes (más del 40%) que no poseen alguna certificación o habilitación para desempeñarse en un determinado oficio. El SENCE ha establecido una serie de programas sociales con el fin de entregar capacitación a quienes se encuentren cesantes o subempleados. Dentro de tales estrategias se inscribe el Programa de Formación en Oficios para Jóvenes de

Escasos Recursos, cuya ejecución está encargada a organizaciones y organismos capacitadores sin fines de lucro. (Poblete 2004).

En el Perú, en los últimos años, la economía ha tenido mejoras significativas; muchas de sus cifras alentadoras se deben a la gran participación que han tenido las MYPES en el país. Los datos proporcionados por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) indican la importancia de este tipo de empresas en el Perú: de un promedio de 659,000 empresas formales existentes, el 98,4% son MYPES; aproximadamente el 42% de la producción nacional es proveída por ellas, y son generadoras del 88% del empleo privado en el país (MTPE, 2005). A pesar de ello, recién en el 2003 el Estado aprobó el marco regulatorio para la promoción de la MYPE, y nombró al MTPE como ente rector que define las políticas nacionales de promoción de las MYPES y coordina con las entidades de los sectores público y privado la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales. En otros países de Latinoamérica las políticas de regulación, apoyo y promoción a la MYPE se iniciaron muchos años atrás. En el contexto del mundo globalizado y competitivo, los empresarios enfocan sus objetivos a la mejora y perfeccionamiento de sus competencias, tanto técnicas como de gestión, siendo estos elementos claves para el éxito de los negocios. Según el ranking mundial elaborado por el World Economic Forum (2007), el Perú ocupa el undécimo lugar en competitividad en América Latina (AL) y se ubica en el puesto 86 del ranking mundial en el año 2007. Estas cifras reflejan la necesidad de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de las empresas e incrementar su tamaño, para que las micro se conviertan en pequeñas y estas a su vez en medianas. (Albujar, Janampa, Odar & Osorio 2008).

En el casco urbano de la ciudad de Chimbote en donde se desarrolló el estudio, existen 06 micros y pequeñas empresas del rubro gimnasios, sin embargo, se desconoce si estas MYPES tienen acceso a la capacitación o si son competitivas en relación a otras empresas del mismo rubro. Por otro lado, no existe información oficial de este rubro, tampoco existe información sobre capacitación y competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios; tampoco existen trabajos de investigación relacionados con el tema de investigación, por lo tanto, no sabemos cómo es la relación entre capacitación y competitividad de las MYPES en estudio; motivo por el cual se llevó a cabo el trabajo de investigación.

Es por ello que, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación y la competitividad de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015?

Para dar respuesta al problema enunciado, se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar las principales características de la capacitación y la competitividad de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015. Para poder conseguir el objetivo general, nos planteamos los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015.

Determinar las principales características de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015.

Determinar las principales características de la capacitación de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015.

Determinar las principales características de la competitividad de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro gimnasios, del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014-2015.

Asimismo, la investigación se realizó con el fin de proporcionar información válida, confiable y oportuna a los investigadores, a los estudiantes y a la sociedad interesados en el tema de la capacitación y la competitividad. Por otro lado, el trabajo de investigación se justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores; ya sean productivos o de servicio de la ciudad de Chimbote y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.

2.1 Antecedentes.

Bernaola (2015), En su investigación titulada “Caracterización del Financiamiento, Capacitación, Competitividad y Rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro cevichería del distrito de Chimbote, periodo 2012-2013.”, indica lo siguiente:

- El 61% de los representantes de la MyPES encuestadas tienen estudios superiores, mientras que el 31% tiene estudios secundarios
- De las MyPE encuestadas el 90% se han capacitado, el 10% no se han capacitado para obtener crédito financiero.
- De las MyPE encuestadas el 100% afirman que el 60% si se ha capacitado durante el año 2012, y el 40% no se ha capacitado durante ese año.
- Del 100% del Personal de la empresa, el 60% no respondieron la pregunta planteada, el 20% ha recibido capacitación, el 20% no ha recibido capacitación.
- De las MyPE encuestadas el 100% de las MyPE encuestadas han considerado que el trabajo en equipo mejora la competitividad.
- De las MyPE encuestadas el 100% se consideran competitivas.
- De las MyPE encuestadas el 100% afirmó que si utiliza la tecnología de punta en su servicio odontológico siéndole a la vez más competitiva en el mercado.
- De las MyPE encuestadas el 70% considera como un factor importante en la competitividad a la calidad en el servicio, y el 30% considera como factor de competitividad al uso de equipos modernos.

Por lo que concluye lo siguiente:

- De las MyPES encuestadas, se establece que los representantes legales la mayoría son personas adultas y sus edades fluctúan entre 31 y 50 años, son de sexo masculino cuentan con estudios superior, tienen cargo de administrador y se desempeñan en el cargo de 4 años a más, la mayoría de las empresas se encuentra en la actividad empresarial por más de 7 años y son empresas formales.
- La mayoría de los representantes de las MyPES encuestadas se han capacitado en los últimos años, consideran que la capacitación es una inversión que beneficiará a su negocio y se han capacitado en los cursos de atención al cliente y en marketing, pero la mayoría de ellos no han capacitado a su personal.

- La mayoría de los representantes de las MyPES encuestadas no cuentan con Plan estratégico, lo que significaría que no están preparados para el futuro empresarial, conocen el término de competitividad y creen que su empresa es competitiva porque están obteniendo rentabilidad en el mercado por la calidad de sus productos, mientras que un porcentaje menor de los encuestados consideran como ventaja competitiva sus precios bajos y la buena atención que brindan a los clientes.

Rodríguez (2015), En su investigación titulada “Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las MYPES del sector comercio, rubro pollerías del distrito de Coishco, periodo 2012-2013.”, indica lo siguiente:

- El 62.5% de los representantes encuestados manifiesta tener más de 46 años de edad así mismo el 37.5% restante tiene menos de 45 años de edad. Estos resultados contrastan con lo encontrado por Blas (2013) quien afirma que el implementar un control interno en una entidad dinamiza y mejora los procesos, además de aumentar la rentabilidad del negocio y corrobora lo encontrado por Ludeña (2013) quien afirma que el 42% de empresarios son personas adultas dado que sus edades fluctúan entre los 36 a 64 años (adultez media) y contrasta con Gutiérrez (2013) quien encontró que la edad promedio de los encuestados en su investigación oscila entre los 35 y 40 años.
- El 62.5% de los representantes encuestados, manifiesta que las empresas en la que laboran se formó con la finalidad de obtener ganancia. Esto contrasta a Gutiérrez (2013) y a Medina (2013) quienes encontraron que 100% Mypes de las que investigaron se formaron con el fin de obtener ganancia.
- El 62.5% de las Mypes encuestadas afirman que respecto a tus competidores la tasa de crecimiento en las ventas en los años 2012 – 2013, han sido similares a los de la competencia, lo cual les ha permitido de una u otra manera mantenerse en el mercado, a diferencia del 38% restante que percibe que sus ventas han sido superiores a sus competidores lo cual en algún punto del tiempo les permitirá crecer en desmedro de la competencia, en tanto Blas (2013) afirma que los empresarios mejoraron su competitividad con respecto a sus competidores luego de recibir un crédito financiero.
- El 75% de las Mypes encuestadas afirman que poseen una ventaja competitiva entre sus servicios y los de su competencia, lo cual corrobora lo encontrado por

Coello (2013) quien encontró que el 82% de los empresarios encuestados percibe que su empresa es competitiva en el sector ferretero.

- El 37.5% de las Mypes encuestadas afirman su pollería se diferencia de la competencia en cuanto a su producto, lo cual contrasta a Navarrete (2013) quien encontró que el 56% de Mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, señalan a la calidad de sus productos como su potencial competitivo, y contrasta a Coello (2013) quien encontró que el 46% de las empresas es Competitiva en Precios.
- El 62.5% de las Mypes encuestadas afirman que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa, lo cual indica que los representantes de las empresas tienen conocimiento que al capacitar a su personal se elevará la productividad de sus negocios, lo cual es beneficioso para ellas, esto contrasta con Medina (2013) quien encontró en su investigación que el 100% del Personal de la empresa asegura que la capacitación mejora la empresa.
- El 75% de las Mypes encuestadas afirman que la capacitación incrementa la identificación del trabajador con la empresa, es por esta razón que urge planificar capacitaciones constantes en el interior de sus empresas, esto con el fin de crear una cultura organizacional firme en los trabajadores.
- El 62.5% de las Mypes encuestadas afirman saber que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades, lo cual contrasta a Zegarra (2013) quien en su investigación encontró que el 100% consideran a la capacitación como una inversión, por lo cual, reducen costos e incrementa utilidades.

Por lo que concluye lo siguiente:

- La mayoría de los representantes encuestados tiene más de 46 años de edad así mismo, llegó a trabajar a la empresa principalmente por ser familiar del propietario, y en su mayoría ha sido entrenado por el propietario para ejercer el cargo que desempeña y la mayoría de ellos tiene más de 4 años trabajando en la empresa.
- La mayoría de las empresas en las que laboran tiene de 10 años a más y fueron creadas con la finalidad de obtener ganancias.
- En la mayoría de las Mypes la tasa de crecimiento en las ventas en los años 2012 – 2013 respecto a tus competidores han sido similares a los de la competencia,

sin embargo, en la mayoría de estas empresas se afirma que poseen una ventaja competitiva entre sus servicios y los de su competencia.

- La mayoría de las empresas han innovado en los servicios que brinda y que se diferencia de la competencia en cuanto a la calidad de su producto.
- En la mayoría de las empresas se considera que la capacitación mejora la productividad de la empresa, además de incrementar la identificación del trabajador con la misma.
- La mayoría de las empresas afirman saber que el brindar capacitaciones a sus trabajadores permite reducir costos e incrementar utilidades, finalmente, la mayoría de las Mypes encuestadas afirman realizar capacitaciones al personal en su pollería.

Palacios (2014), En su investigación titulada “Caracterización de la Capacitación y la Competitividad en las MYPES del sector comercio, rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, 2013.”, indica lo siguiente:

- La capacitación que se brinda en las MYPE del rubro de ropa de bebés, no es planificada, se brinda anualmente, o cada vez que se contrata nuevo personal; donde se pudo concluir que los trabajadores son capacitados en su minoría con un 48% y en su mayoría carecen de capacitación con un 52%.
- Los medios de capacitación utilizados son la demostración y el ejemplo; a través de procesos de inducción; los cuales se realizan con una frecuencia en su mayoría de 64% anualmente, a través de charlas y cursos de atención al cliente, ventas, etc. Las MYPE del rubro ropa de bebés cuentan con un promedio de 03 trabajadores (78%), cuentan con inventario suficiente (78%); además el 67% de las MYPE utilizan recursos financieros como capital de trabajo; y se preocupan por conocer el mercado; donde se determina que la fortaleza de la competencia en un 45% es el precio de los productos.
- En cuanto a las estrategias utilizadas, estas se basan en la calidad (89%) y el precio en un 45%; las cuales responde a la percepción de los clientes. Es importante identificar en su stand de productos aquellos que le hagan ser más competitivos; priorizando la marca o el precio en su totalidad 100%. La percepción de los clientes en relación a la infraestructura de las tiendas es buena

en un 50%; la calidad en un 40%; y el precio en un 42%; además el nivel de satisfacción de los clientes es del 74%.

Por lo que concluye lo siguiente:

- En relación a los empresarios, se debe considerar buscar programas que promocionen a las MYPE, para lograr mejorar la competitividad.
- Deben generar valor agregado en el servicio; para adquirir una ventaja competitiva considerando que la competencia se basa en precio y calidad.
- Además, en cuanto a la capacitación se debe realizar la detención de necesidades de capacitación para un mejor desarrollo de las habilidades y capacidades de los trabajadores.
- En relación a las MYPE, se debe mejorar las instalaciones para que la percepción de los clientes sea la mejor, de tal manera que se mejore la percepción de los clientes y el nivel de satisfacción.
- Debe mejorar la distribución de los productos, y adquirir mobiliario adecuado, que permita a la MYPE ser más competitiva en relación a otras tiendas de ropa de bebés, en la ciudad de Piura en general.
- En relación al estado y a los gobiernos locales; se debe continuar con la gestión de mejora de los aspectos de infraestructura y una mayor regulación a la informalidad, que no permite que el rubro brinde un mejor servicio.

Espinoza (2013), En su investigación titulada “Caracterización de la Capacitación, Competitividad y la Rentabilidad de las MyPES en el rubro Clínicas Odontológicas de la ciudad de Chimbote en el año 2012”, indica lo siguiente:

- El 67% de los encuestados tiene una edad entre 31 a 50 años y el 33% de 18 a 30 años de edad, estos resultados concuerdan con los resultados encontrado con Reyna, (2008) donde la edad promedio de los conductores de las MyPES fue de 50 años, lo que indica que los representantes de las MyPES son personas adultas.
- El 39% de las MyPES tiene de 7 años a más en el mercado, lo que significa que tiene experiencia en el rubro y ocupa un lugar en el Mercado, estos resultados contrastan con los encontrados por Vásquez, (2008) donde el 72% de las pymes del sector turismo estudiadas tienen más de 3 años de antigüedad.
- El 76% de los encuestados se ha capacitado en los últimos años y el 24% no, estos resultados son diferentes a los resultados encontrados por Reyna, (2008) en

su estudio donde el 66.7% sí recibió capacitación y el 33.3% no recibió. También son diferentes a los resultados encontrados por Sagastegui, (2010) donde el 50% de los empresarios encuestados dijeron que sí recibieron capacitación antes del otorgamiento del crédito y el 50% dijeron que no recibieron capacitación.

- El 100% de los encuestados manifiesta que la capacitación es una inversión, estos resultados concuerdan con los resultados encontrados por Sagastegui, (2010) en su estudio comercio rubro pollerías, en donde el 83% de los representantes legales de las MyPES encuestados dijeron que la capacitación si es una inversión.
- El 78% de los encuestados no capacita a su personal y el 14% se capacitó en atención al cliente, estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Sagastegui, (2010) en su estudio donde el 83% de los representantes de las MyPES del sector comercio rubro pollerías considera que las capacitaciones a su personal fue relevante y el 75% de su personal fue capacitado en Atención al cliente.
- El 67% de las MyPES encuestadas no cuentan con Plan estratégico, lo que significaría que no están previendo el futuro de su negocio.
- El 76% de los encuestados conoce el término de competitividad, mientras que un 24% no.
- El 64% de las MyPES encuestadas cree que son competitivas, esto significa que están obteniendo rentabilidad en el mercado.
- El 64% de las MyPES encuestadas no conoce a sus principales competidores, mientras que un 36% sí.
- El 43% de los encuestados señalan a la calidad de sus productos como una de sus ventajas competitivas, un 32% considera como ventaja a sus precios más bajos y otro 25% atribuye a la atención al cliente.
- De las MyPE encuestadas el 70% considera como un factor importante en la competitividad a la calidad en el servicio, y el 30% considera como factor de competitividad al uso de equipos modernos.

Por lo que concluye lo siguiente:

- Respecto a los datos generales del encuestado: La mayoría de los empresarios encuestados del rubro clínicas odontológicas de la ciudad de Chimbote, son

personas de 30 años a más, la mitad de los encuestados son de género masculino y femenino equitativamente, la mayoría tiene estudios superiores, y la mitad están desempeñando el cargo de gerente, de 1 a 5 años.

- Respecto a los datos generales de la empresa: Las empresas encuestadas del rubro clínicas odontológicas de la ciudad de Chimbote las siguientes características: la mayoría son formales, sus trabajadores son permanentes, teniendo como finalidad la obtención de ganancia y a la vez tienen permanencia en el mercado de 3 años a más.
- Respecto a la capacitación para el administrador o gerente: Afirman que sí se ha capacitado durante años 2011 y 2012, recibiendo 2 capacitaciones de acuerdo a su especialidad, considerando que la capacitación es una inversión.
- Encuestas para el personal de la empresa: La mayoría de los encuestados del rubro clínicas odontológicas de la ciudad de Chimbote, no respondieron a la pregunta relacionada a la capacitación del personal en el año 2012, quedando como interrogante y una preocupación al no ser respondida esta interrogante. Solo un bajo porcentaje de MyPES capacitó a su personal.
- Respecto a la competitividad: La mayoría de los empresarios encuestados del rubro clínicas odontológicas de la ciudad de Chimbote, afirman que el trabajo en equipo mejora la competitividad, y a la vez se consideran una MyPE competitiva, ya que cuentan con tecnología de punta para brindar su servicio, dando mayor importancia a la calidad en el servicio.
- Respecto a la rentabilidad: La mayoría de los empresarios encuestados del rubro clínicas odontológicas de la ciudad de Chimbote, la mayoría no respondieron si el financiamiento mejora la rentabilidad, y la totalidad afirmo que la capacitación mejora su rentabilidad, ya que mejoró su rentabilidad en el año 2012 y las clínicas odontológicas inician sus actividades con dinero propio.

2.2 Bases Teóricas.

Concepto de La Capacitación.

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. He aquí una definición de capacitación: “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”. (Idalberto Chiavenato) Capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuo en el desempeño de una actividad. Se puede señalar, entonces, que el concepto capacitación es mucho más abarcador. (Mendoza, 2010).

“Capacitación y Teorías de Aprendizaje.

Una acepción de Competencias designa a las capacidades de las organizaciones que resultan estables para el negocio. Término colectivo. Competencia clave es aquella poco común, valiosa para clientes, difícil de asimilar y arraigada al contexto organizativo. No cualquier competencia es clave. La segunda acepción, alude a capacidades individuales de las personas. Relacionada con una capacidad superior, cuando podemos hacer algo mayor que los demás. La que nos emparenta con los valores y modelos mentales, la que lo liga a conocimientos y habilidades vinculadas con el trabajo, la que lo relaciona con habilidades propias de tareas no rutinarias”. (Citado en Estudiantes UBA, 2015).

“Implicancias para Capacitación:

Sobre implicancias, Gore (2010) señala:

- a) Capacitación y competencias individuales: Hay que encontrar la manera de definir competencias individuales de tal manera que quede claro cuál es la

capacidad que nos interesa y cuál el ámbito específico en el que debería manifestarse esa capacidad. Posibilita un cambio de foco:

- Del foco en el aprendizaje para la tarea nos lleva al aprendizaje transferible: desarrollo de habilidades no directamente vinculadas a una tarea en particular.
 - Del foco en el tema al tema contextualizado: es decir al problema.
- b) Capacitación y competencias organizacionales: Las competencias individuales generan valor en tanto estén integradas a las competencias centrales de la empresa. Se refuerzan mutuamente. En esto la capacitación podría ofrecer una verdadera contribución. Identificación de competencias organizativas clave y competencias individuales valiosas y el mantenimiento preventivo a través de sistemas de generación, difusión y utilización de conocimiento en diferentes áreas. Desplazamiento del foco:
- Del aprendizaje del individuo al aprendizaje de la organización.
 - De la enseñanza a la generación de condiciones.
 - Del aprendizaje adaptativo al aprendizaje generativo que permita revisar y modificar la manera de trabajar.
- c) Rol del departamento de Capacitación:
- Ayudar a la organización a gestionar sus competencias clave.
 - Ayudar a las personas a desarrollar habilidades que contribuyan a las competencias de la organización.
 - Ayudar a relacionar e integrar las capacidades individuales.

Adquiere rol protagónico en la promoción del aprendizaje organizacional, con el cual podrá reconocer, mejorar, renovar y adquirir las competencias clave que el negocio demanda. (Citado en Estudiantes UBA, 2015).

La Competitividad.

La incorporación de los principios de competitividad al desarrollo de las funciones, actividades y operaciones de la empresa, permite a esta incrementar su nivel de competitividad, ahora bien, la efectividad con que se apliquen estos principios determinará el nivel de esa competitividad que la empresa este alcanzado, o bien el nivel en que se encuentre. Las etapas de evolución de la competitividad son cuatro cada una de ellas tiene un nombre específico y una serie de características que las distinguen es así como se tiene:

- | | | |
|--------------|---------------|-----------------------------------|
| a) Etapa I | Incipiente | Muy bajo nivel de competitividad. |
| b) Etapa II | Aceptable | Regular nivel de competitividad. |
| c) Etapa III | Superior | Buen nivel de competitividad. |
| d) Etapa IV | Sobresaliente | Muy alto nivel de competitividad. |

Los principios de Competitividad se aplican con alta eficiencia y todos los miembros de la empresa tienen una real convicción de ellos. Están en la posibilidad de compartir su tecnología directiva con otras empresas, sean o no del giro o de la industria en la que compiten. La empresa muestra disposición por compartir los resultados y las formas para alcanzar su posición actual. El principal punto de referencia de la empresa, en todo el proceso de competitividad en el que se ha sumergido, es la misión del negocio. Para facilitar la formulación de estrategias de competitividad se presenta una extensa gama de posibilidades que, sin pretender ser completa, sí puede ser útil para orientar la formulación de las estrategias generales a particulares. Los grupos de estrategias incluidas en dicho formato son seis:

- Estrategias relativas a la producción.
- Estrategias relativas al producto.
- Estrategias relativas al precio.
- Estrategias relativas al mercado.
- Estrategias relativas a la comercialización.
- Estrategias relativas al servicio.

De acuerdo con Michael E. Porter la segunda cuestión central en la estrategia competitiva es la posición relativa de la empresa dentro de su sector industrial. El ubicarla determina si la utilidad de una empresa está por arriba o por abajo del promedio del sector. Una empresa ésta por arriba o por abajo del promedio del sector. Una empresa que se pueda ubicar bien, puede obtener altas tasas de rendimiento, aunque la estructura del sector sea desfavorable y la utilidad promedio del mismo sea, por tanto, modesta. (Nieto, 2007).

Micro y Pequeña Empresa (MYPE).

La micro y pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas. (Artículo 4º. Ley No. 30056).

Características de las MYPE:

Artículo 11. - Características de los micros, pequeñas y medianas empresas Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. (El Peruano, 2013).

2.3 Marco Conceptual.

La Capacitación.

La capacitación del personal de cualquier empresa, es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las MYPES, ya que existe la necesidad constante de que éstas se adapten al cambio, así mismo puede generar potencialmente mayor productividad. Como dice Chiavenato “La capacitación es un proceso educativo a corto plazo, mediante el cual las personas obtienen habilidades, conocimiento y actitudes en función a objetivos definidos”.

La Competitividad.

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa para obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Por ejemplo, una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.

La Micro y Pequeña Empresa.

Es definida como la unidad económica constituida por una persona Natural o Jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios y que se encuentra dentro de los parámetros que estipula la norma.

Las MYPES aportan más del 60 % al Producto Bruto Interno (PBI) es, sin duda, la macro magnitud económica más importante para la estimación de la capacidad productiva de la economía de cualquier país; ya que representa el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios finales de un país durante un año. También contribuyen de manera significativa tanto a la generación de empleos en sectores vulnerables de la población, como con el crecimiento del valor de su producción; y por ende al crecimiento económico del país.

El Gimnasio.

Un gimnasio es un lugar que permite realizar deporte y ejercicio en un lugar cerrado. Se puede practicar a partir de cualquier edad ya que ayuda a la motricidad y movilidad de toda la composición del cuerpo, el gimnasio es un lugar destinado a ejercitar tanto las facultades físicas, desarrollando la fuerza y la agilidad, como las morales, cultivando la inteligencia. Hasta hace algunas décadas el gimnasio estaba enfocado solamente en

aumentar la resistencia o capacidad muscular de la persona; sus técnicas estaban más encaminadas al fisicoculturismo y al engrosamiento muscular, ya participaban mujeres pero sólo algunas resistían las fuertes rutinas. Luego y con la finalidad de atraer al sexo femenino, se dio pie a la creación de áreas dentro de los gimnasios donde se combina la gimnasia y el acondicionamiento mediante el uso de rutinas acompañadas de música para amenizar las clases, y mediante el uso de aparatos que ayuden a moldear el cuerpo y quemar grasa principalmente.

III. METODOLOGÍA.

3.1 Diseño de la Investigación.

El diseño de investigación que se aplicó es No Experimental – Transversal – Descriptiva.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables de capacitación y competitividad, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Fue transversal porque se recolectó datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Fue descriptiva porque consistió en describir las partes más relevantes de las variables en estudio.

3.2 Universo, Población y Muestra.

La población estuvo conformada por un total de 06 micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, periodo 2014 – 2015, disponibles al momento de hacer el estudio.

3.3 Operacionalización de variables.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Representantes legales de las Mypes.	Son las personas que dirigen o son los encargados de las empresas encuestadas.	Qué cargo desempeña en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Dueño • Gerente • Administrador 	Nominal
		Cuántos años tiene trabajando en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 3 años. • De 4 a 7 años. • De 8 a 10. • Más de 10 años. 	Razón
		Edad del encuestado	<ul style="list-style-type: none"> • De 18 a 29 años. • De 30 a 39 años. • De 40 a 49 años. • De 50 a 59 años. • Más de 60 años. 	Razón
		Sexo del encuestado	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Nominal
		Estado civil del encuestado	<ul style="list-style-type: none"> • Soltero • Casado • Conviviente 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Técnico • Universitario 	Ordinal:
Microempresas.	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.	Años de la empresa en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 3 años. • De 4 a 7 años. • De 8 a 10. • Más de 10 años. 	Razón:
		Con qué finalidad creó la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener ganancias • Subsistir 	Nominal:

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Capacitación	Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.	Se ha capacitado en los últimos años.	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal:
		Para usted la capacitación es una:	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión • Gasto 	Nominal:
		Cree usted que la capacitación mejore la rentabilidad de su empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal:
		Cree usted que la capacitación ayuda a que el trabajador se identifique con la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal:

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Competitividad	La capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico	Su empresa cuenta con un plan estratégico.	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal:
		Conoce usted a sus principales competidores.	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		De qué forma es competitiva su empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Precios bajos. • Calidad del producto. • Atención al cliente. 	Nominal

3.4 Técnicas e instrumentos.

La encuesta: En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta (técnica), que consta de 15 preguntas, las cuales se repartieron de la siguiente manera: 06 preguntas relacionados a los datos generales del encuestado, 02 preguntas relacionadas a los datos generales de la empresa y a las variables de estudio: Capacitación (4) y Competitividad (3).

3.5 Plan de Análisis.

Los datos recolectados en la investigación se analizaron haciendo uso del análisis estadístico descriptivo.

Para la tabulación de los datos se utilizó el programa Microsoft Excel 2013; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como figuras estadísticas.

3.6 Matriz de Consistencia.

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología y Diseño de la Investigación	Instrumento y Procedimiento
<p><u>General:</u> ¿Cuáles son las características de la capacitación y competitividad de las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicios - rubro Gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, periodo 2014 – 2015?</p> <p><u>Específicas:</u> ¿Cuáles son las características de la Capacitación de las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicios - rubro Gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, periodo 2014 – 2015?</p> <p>¿Cuáles son las características de la Competitividad de las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicios - rubro Gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, periodo 2014 – 2015?</p>	<p><u>General:</u> Determinar las características de la Capacitación y la Competitividad de las Micros y Pequeñas Empresas, del sector Servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, periodo 2014-2015.</p> <p><u>Específicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las características de la Capacitación de las Micros y Pequeñas Empresas, del sector Servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, periodo 2014-2015. • Determinar las principales características de la Competitividad de las Micros y Pequeñas Empresas, del sector Servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, periodo 2014-2015. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Competitividad 	<p><u>Población muestral:</u> La población en estudio consta de 06 Micros y Pequeñas Empresas del rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote.</p>	<p><u>Diseño:</u> No experimental-transversal-descriptivo.</p> <p><u>No experimental:</u> Porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable de capacitación.</p> <p><u>Transversal:</u> Porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables en un momento dado, en el periodo 2014-2015.</p> <p><u>Descriptivo:</u> Porque consiste en medir en un grupo de personas u objetos una o generalmente más variables y proporcionar su descripción.</p>	<p><u>Técnica:</u> Encuesta.</p> <p><u>Instrumento:</u> Cuestionario.</p>

3.7 Principios Éticos.

El presente estudio de investigación no contraviene ninguna norma y no tendrá ningún tipo de conflicto de interés, pues se respetará el principio de **confidencialidad** y **respeto** a la persona y su uso es estrictamente académico, se agradece la voluntad de los micros empresarios que participaron de este trabajo de investigación al brindar información.

IV. RESULTADOS.

4.1 Resultados.

Tabla 01: Características del representante de la micro y pequeña empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 – 2015.

Características	N° de representantes	Porcentaje (%)
Dueño	4	66,7%
Gerente	-	-
Administrador	2	33,3%
TOTAL	6	100,0%
¿Cuántos años tiene trabajando en la empresa?		
De 1 a 3	3	50,0%
De 4 a 7	2	33,3%
De 8 a 10	-	-
Mas de 10	1	16,7%
TOTAL	6	100,0%
¿Edad del encuestado?		
De 18 a 29 años	2	33,3%
De 30 a 39 años	3	50,0%
De 40 a 49 años	1	16,7%
De 50 a 59 años	-	-
De 60 años a mas	-	-
TOTAL	6	100,0%
Sexo del encuestado		
Masculino	3	50,0%
Femenino	3	50,0%
TOTAL	6	100,0%
Estado Civil		
Soltero	4	66,7%
Casado	2	33,3%
Conviviente	-	-
TOTAL	6	100,0%
Grado de Instrucción		
Primaria	-	-
Secundaria	2	33,3%
Técnico	1	16,7%
Universitario	3	50,0%
TOTAL	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la Micro y Pequeña Empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 – 2015.

Tabla 02: Características de la micro y pequeña empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 – 2015.

Características	N° de Mypes	Porcentaje (%)
¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?		
De 1 a 3	3	50,0%
De 4 a 7	1	16,7%
De 8 a 10	-	-
Mas de 10	2	33,3%
TOTAL	6	100,0%
¿Con qué finalidad creo la empresa?		
Obtener ganancias	6	100,0%
Subsistencia	0	0,0%
TOTAL	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la Micro y Pequeña Empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 – 2015.

Tabla 03: Características de la Capacitación de la micro y pequeña empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 – 2015.

Características	N° de Mypes	Porcentaje (%)
Se ha capacitado en los últimos años?		
Sí	5	83,3%
No	1	16,7%
TOTAL	6	100,0%
Para usted la capacitación es una:		
Inversión	6	100,0%
Gasto	0	0,0%
TOTAL	6	100,0%
¿Cree usted que la capacitación mejore la rentabilidad de su empresa?		
Sí	6	100,0%
No	-	-
TOTAL	6	100,0%
¿Crees usted que la capacitación ayuda a que el trabajador se identifique con la empresa?		
Sí	6	100,0%
No	-	-
TOTAL	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la Micro y Pequeña Empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 – 2015.

Tabla 04: Características de la Competitividad de la micro y pequeña empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 – 2015.

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?		
Sí	3	50,0%
No	3	50,0%
TOTAL	6	100,0%
¿Conoce usted a sus principales competidores?		
Sí	3	50,0%
No	3	50,0%
TOTAL	6	100,0%
¿De qué forma es competitiva su empresa?		
Precios bajos	3	50,0%
Calidad del producto	1	16,7%
Atención al cliente	2	33,3%
TOTAL	6	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la Micro y Pequeña Empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 – 2015.

4.2 Análisis de Resultados.

Tabla N° 01: Respecto a los Representantes de las MYPES.

- De acuerdo a los resultados, el 66,7% son dueños de los gimnasios, estos datos contrastan con los resultados de Bernaola (2015), donde indica que el 16% son dueños de las cevicherías.
- Del tiempo que desempeñan en el cargo, el 50% están entre 1 a 3 años, lo que se asemeja a los resultados encontrados en Espinoza, (2013), donde indica que el 50% de los encuestados desempeñan sus cargos entre 1 a 5 años.
- El 50% de los encuestados tienen la edad de entre 30 a 39 años, estos resultados se asemejan con Bernaola, (2015) en su estudio de las MYPES, rubro Cevicherías y Palacios (2014), en su estudio de las MYPES rubro Ropa de Bebés; donde los

resultados fueron que el 67% de encuestados tienen entre 31 a 50 años y el 67% tienen entre 35 a 45 años, respectivamente.

- El 50% de los encuestados son del sexo masculino, mientras que el otro 50% son del sexo femenino, este resultado coincide con los resultados de Espinoza, (2013), donde la información arrojó que el 50% de encuestados son del sexo masculino y el otro 50% femenino; además los resultados contrastan con los de Palacios, (2014), donde sus encuestas arrojaron que el 100% de encuestados son del sexo femenino.
- Respecto al estado civil de los encuestados, el 66,7% son solteros, estos resultados contrastan a los de Palacios, (2014), donde indica en su estudio que el 57% están casadas.
- El 50% de los encuestados tienen nivel superior, estos resultados se asemejan con los de Bernaola, (2014), donde indica que el 61% de los encuestados tienen nivel superior.

Tabla N° 02: Respecto a las MYPES.

- Con respecto a los años en el mercado, 50% tiene entre 1 a 3 años, este resultado se asemeja a los de Espinoza, (2013), donde indica que 50% de las MYPES tiene entre 3 a 6 años en el mercado.
- Por otro lado, el 100% de las MYPES encuestadas fueron creadas con la finalidad de obtener ganancias, este resultado concuerda con el trabajo de Espinoza, (2013), donde le arroja el mismo resultado al 100%.

Tabla N° 03: Respecto a las características de la Capacitación.

- El 83,3% de los encuestados si se ha capacitado en los últimos años, este resultado se asemeja a los resultados del estudio de Espinoza, (2013), donde indica que el 90% de los encuestados si se ha capacitado.

- Con respecto a la pregunta sobre que es la capacitación, para el 100% de los encuestados, la capacitación es una inversión, este resultado concuerda con el estudio de investigación de Bernaola, (2015), donde indica que para el 100% de los encuestados la capacitación es una inversión.
- El 100% de las MYPES encuestadas, sabe que la capacitación mejora la rentabilidad de sus empresas, estos datos se asemejan con el estudio de investigación de Rodríguez (2015) donde indica que el 62.5% de encuestados, afirma que saben que la capacitación mejora la rentabilidad.
- El 100% de los encuestados si cree que la capacitación ayuda a que el trabajador se identifique con la empresa. donde indica que el 75% de encuestados, afirma que la capacitación ayuda a identificar al trabajador.

Tabla N° 04: Respecto a las características de la Competitividad.

- El 50% de los encuestados no cuenta con un plan estratégico, mientras que el otro 50% si, este resultado contrasta con la investigación de Bernaola (2015), donde indica que el 67% de los encuestados no cuenta con un plan estratégico.
- Respecto a la pregunta de sí conoce a sus principales competidores, el 50% de los encuestados si conoce a sus principales competidores, estos resultados se asemejan al trabajo de investigación de Espinoza (2013), donde indica que el 64% de los encuestados sí conoce a sus principales competidores.
- El 50% de los encuestados ha respondido que sus empresas son competitivas por sus bajos precios, mientras que el 33% es competitivo por la atención al cliente; estos resultados se asemejan al de Espinoza (2013), donde indica que el 45% de los encuestados respondieron que sus empresas son competitivas por sus precios bajos.

V. CONCLUSIONES.

- ✓ De las MYPES encuestadas, se concluyó que la mayoría (50%) de los encuestados, son dueños de las empresas, son personas adultas cuya edad fluctúan entre 30 a 39 años, tienen estudios superiores, son solteros, están en el cargo entre 1 a 3 años; y con respecto al sexo de los encuestados, están en 50% ambos sexos, por lo que se establece una igualdad de géneros.

- ✓ De las MYPES encuestadas, se concluyó que la minoría tiene menos de 3 años, y por otro lado, el total de las empresas coincidieron en que fueron creadas con la finalidad de obtener ganancias.

- ✓ Con respecto a la capacitación, la mayoría de encuestados se han capacitado en los últimos años, también consideran que la capacitación es una inversión, mejora la rentabilidad de sus empresas y ayuda a que el trabajador se identifique con la empresa.

- ✓ Con respecto a la competitividad, la mitad de los encuestados cuentan con un plan estratégico, al igual que la mitad conoce a sus principales competidores, e indican que sus empresas son competitivas por sus bajos precios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Gouarderes F. (2016). *Pequeñas y Medianas Empresas en la Unión Europea*. Marzo, 2016, de Parlamento Europeo Sitio web: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.2.html
- López, J. (2014). *Evolución y Análisis de la Financiación de la PYME en España*. Marzo, 2016, de ICE Financiación Empresarial Sitio web: www.revistasice.com/CachePDF/ICE_879_113__95A6DF265C20669DD378416B55EA47C8.pdf+&cd=12&hl=es&ct=clnk&gl=pe
- Álvarez, M & Duran, J. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Medina Empresa*. Junio, 2016, de DEUTSCHE GESELLSCHAFT Sitio web: <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/04984.pdf>
- Poblete, R. (2004). *Capacitación Laboral para las PYME: Una mirada a los programas de formación para jóvenes en Chile*. Junio, 2016, de NACIONES UNIDAS - CEPAL Sitio web: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4540/S04280_es.pdf?sequence=1
- Albuja, H; Janampa, L; Odar, R, & Osorio, M (2008). *Sistema Nacional de Capacitación para la MYPE Peruana*. Junio, 2016, de ESAN - CENDOC Sitio web: http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/04/28/sistema_nacional_de_capacitaci%C3%B3n_mype_peruana.pdf
- Ministerio de la Producción. (2011). *Directorio Nacional de Productos y Servicios Financieros para la Micro y Pequeña Empresa*. Marzo, 2016, de Ministerio de la Producción Sitio web: www.produce.gob.pe/remype/data/mype2011.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe

- Bernaola, M. (2015) *Características del Financiamiento, Capacitación, Competitividad y Rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro cevichería del distrito de Chimbote, periodo 2012-2013*. Abril, 2016, de UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE Sitio web: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036882>

- Rodríguez, D. (2015). *Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las MYPES del sector comercio, rubro pollerías del distrito de Coishco, periodo 2012-2013*. Abril, 2016, de UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE Sitio web: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036840>

- Palacios, J. (2014). *Caracterización de Capacitación y Competitividad en las MYPES, rubro ropa de bebés del mercado Modelo de Piura, 2013*. Mayo, 2016, de UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE Sitio web: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034226>

- Espinoza, J. (2013). *Caracterización de la Capacitación, Competitividad y la Rentabilidad de las MYPES en el rubro Clínicas Odontológicas de la ciudad de Chimbote, año 2012*. Abril, 2016, de UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE Sitio web: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037646>

- Mendoza, A. (2010). *Concepto de La Capacitación*. Junio, 2016, de SCRIBD Sitio web: <https://es.scribd.com/doc/53702739/Concepto-de-La-Capacitacion>

- Gore, E. (2010). *Capacitación y Teorías de Aprendizaje*. Abril, 2016, de COMUNIDAD UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES Sitio web: <http://www.estudiantesuba.com/relaciones-de-trabajo/psicologia-del-trabajo/1194-apacitacion-y-teorias-de-aprendizaje.html>

- Nieto, E. (2007). *Competitividad*. ABRIL, 2016, de MONOGRAFIAS Sitio web: <http://www.monografias.com/trabajos7/compe/compe.shtml>

- Diario Oficial El Peruano. (2013). *Ley que Modifica Diversas Leyes para facilitar la Inversión, impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial. Junio, 2016, de PRO INVERSIÓN* Sitio web: http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf.

ANEXOS

Anexo 01: Figuras

Figuras de la Tabla N° 01

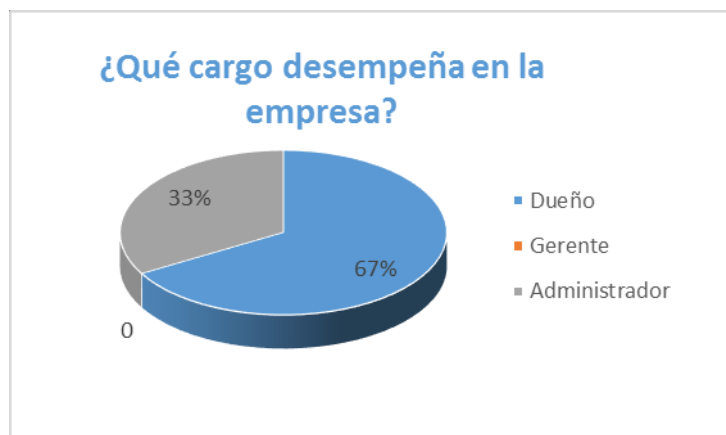


Figura N° 01: Cargo que desempeña.

Fuente: Tabla N° 01.

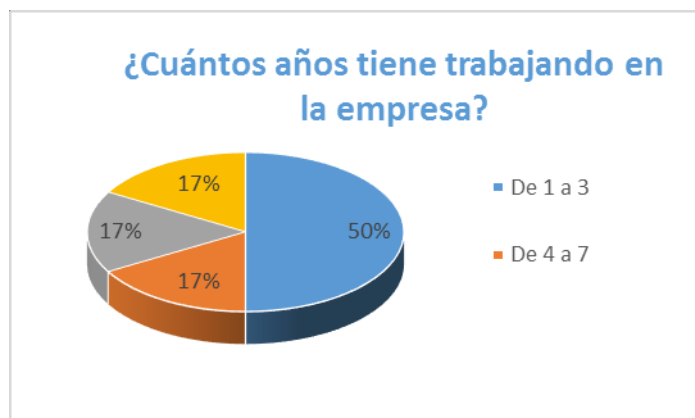


Figura N° 02: Años trabajando en la empresa.

Fuente: Tabla N° 01.

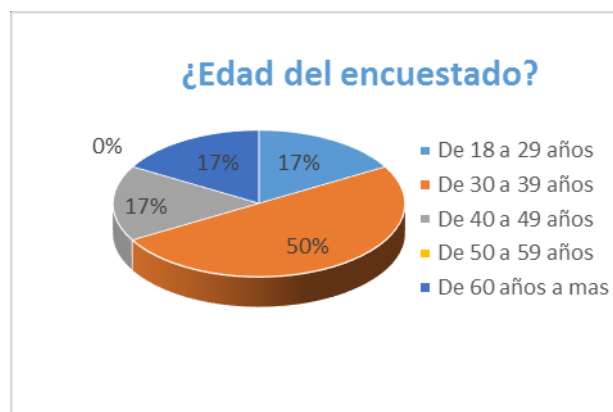


Figura N° 03: Edad del encuestado.

Fuente: Tabla N° 01.

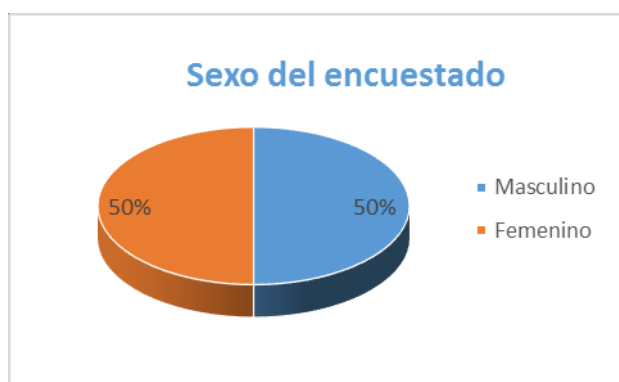


Figura N° 04: Sexo del encuestado.

Fuente: Tabla N° 01.

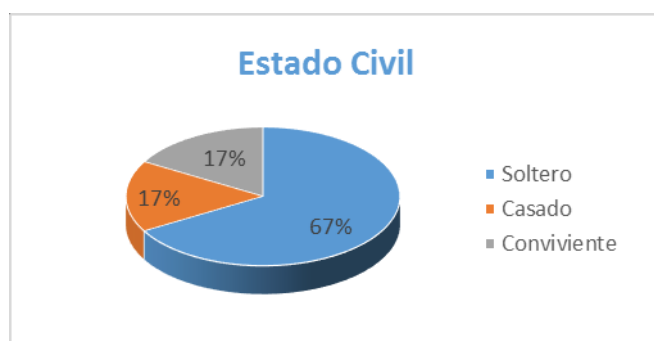


Figura N° 05: Estado Civil.

Fuente: Tabla N° 01.

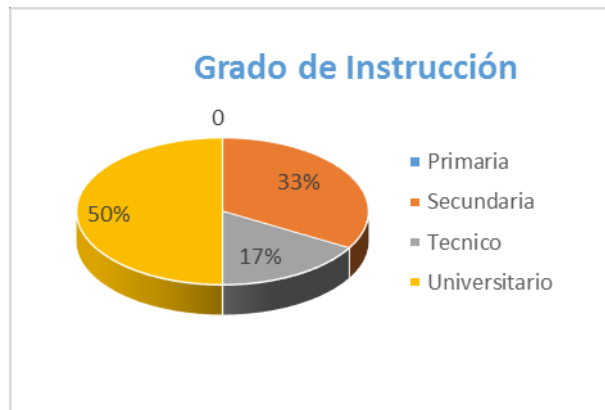


Figura N° 06: Grado de Instrucción.

Fuente: Tabla N° 01.

Figuras de la Tabla N° 02

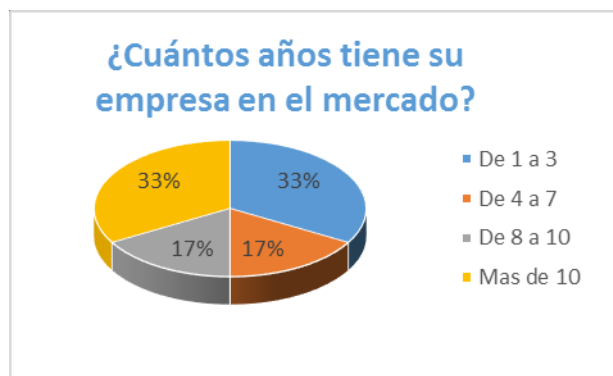


Figura N° 07: Tiempo de la empresa en el mercado.

Fuente: Tabla N° 02.

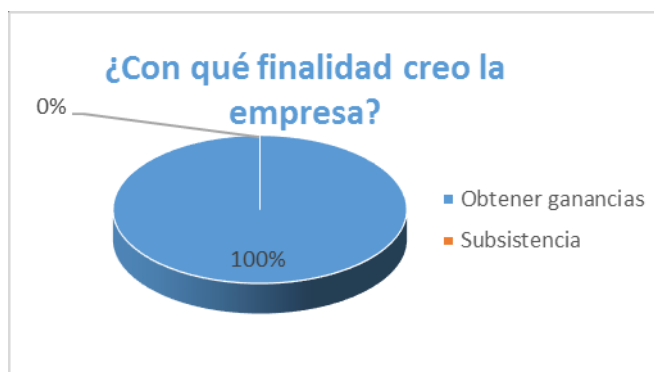


Figura N° 08: Con finalidad creó la empresa.

Fuente: Tabla N° 02.

Figuras de la Tabla N° 03



Figura N° 09: Se ha capacitado en los últimos años.

Fuente: Tabla N° 03.

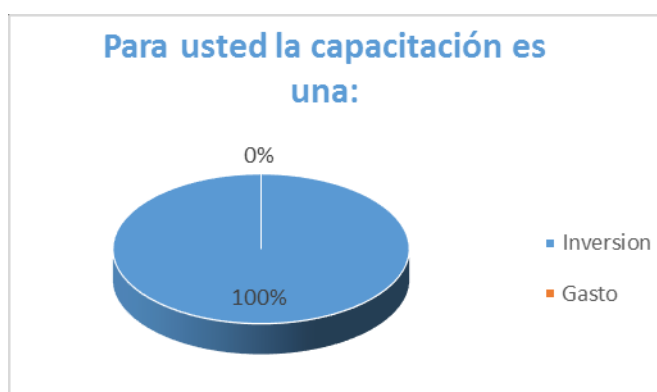


Figura N° 10: Para usted la capacitación es una.

Fuente: Tabla N° 03.

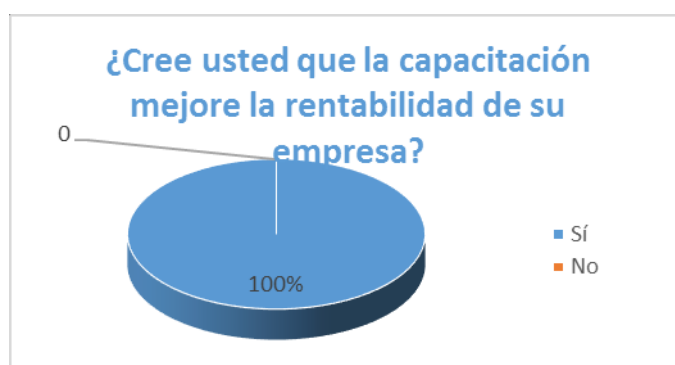


Figura N° 11: Cree usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa.

Fuente: Tabla N° 03.



Figura N° 12: Cree usted que la capacitación ayuda a que el trabajador se identifique con la empresa.

Fuente: Tabla N° 03.

Figuras de la Tabla N° 04

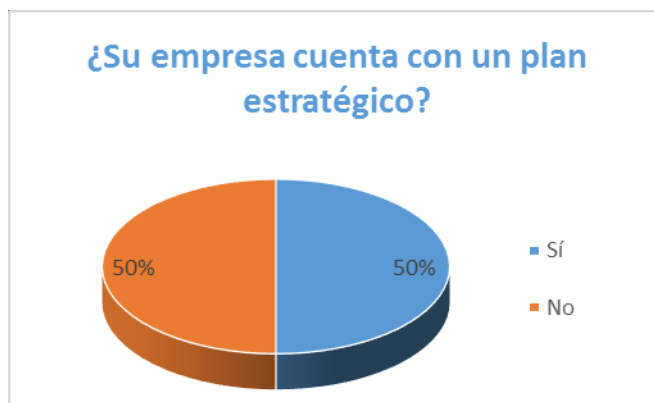


Figura N° 13: Su empresa cuenta con un plan estratégico

Fuente: Tabla N° 04.

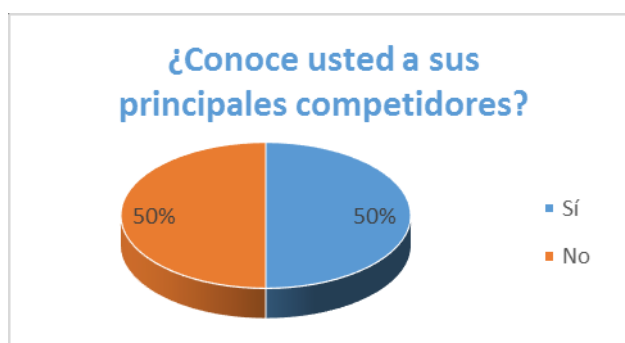


Figura N° 14: Conoce usted a sus principales competidores.

Fuente: Tabla N° 04.

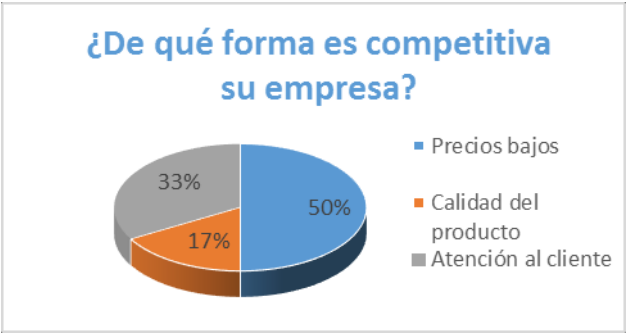


Figura N° 15: Conoce usted a sus principales competidores.

Fuente: Tabla N° 04.

Anexo N° 02:

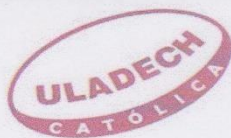
Razón Social	R.U.C.	Dirección
Spartan Nutricion & Fitness	10414338718	Av. Francisco Bolognesi 763
BetelFit Gym	10328573160	Jr. Elias Aguirre N° 161
Buffalo Gym Fitness	10424691025	Jr. Manuel Ruiz Mz. 32 Lt. 10A
Gym Aventura Chimbote S.A.C.	20569303614	Jr. Elias Aguirre N° 181
Perfection Fitness Club S.R.L.	20569328951	Jr. Manuel Ruiz N° 479
Angelo's Gym	10328884084	Av. Aviación N° 555

Anexo 03: Hoja de Tabulación.

N°	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	CONTEO	FRECUENCIA ABSOLUTA
PARTE I: Datos de los representantes.				
1	¿Qué cargo desempeña en la empresa?	Dueño	III	4
		Gerente		
		Administrador	II	2
		TOTAL		
2	¿Cuántos años tiene trabajando en la empresa?	De 1 a 3	III	3
		De 4 a 7	I	1
		De 8 a 10	I	1
		Mas de 10	I	1
		TOTAL		
3	Edad del encuestado	De 18 a 29 años	I	1
		De 30 a 39 años	III	3
		De 40 a 49 años	I	1
		De 50 a 59 años	-	
		De 60 años a mas	I	1
		TOTAL		
4	Sexo del encuestado	Masculino	III	3
		Femenino	III	3
		TOTAL		
5	Estado Civil	Soltero	IIII	4
		Casado	I	1
		Conviviente	I	1
		TOTAL		
6	Grado de instrucción	Primaria	-	-
		Secundaria	II	2
		Técnico	I	1
		Universitario	III	3
		TOTAL		
PARTE II: Datos de la Empresa.				
7	¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?	De 1 a 3	II	2
		De 4 a 7	I	1
		De 8 a 10	I	1
		Mas de 10	II	2
		TOTAL		
8	¿Con qué finalidad creó la empresa?	Obtener ganancias	IIII	6
		Subsistencia	-	-
		TOTAL		
PARTE III: Referente a la Capacitación				
9	¿Se ha capacitado en los últimos años?	Sí	IIII	5
		No	I	1

10	Para usted la capacitación es una:	TOTAL		6
		Inversión	IIIII	6
		Gasto	-	-
		TOTAL		6
11	¿Cree usted la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?	Sí	IIIII	6
		No	-	-
		TOTAL		6
12	¿Cree usted la capacitación ayuda a que el trabajador se identifique con la empresa?	Sí	IIIII	6
		No	-	-
		TOTAL		6
PARTE IV: Referente a la Competitividad				
13	¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?	No	I	1
		TOTAL		6
14	¿Conoce usted a sus principales competidores	Sí	III	3
		No	III	3
		TOTAL		6
15	¿De qué forma es competitiva su empresa?	Precios bajos	III	3
		Calidad del producto	I	1
		Atención al cliente	II	2
		TOTAL		6

Anexo N° 04: La Encuesta.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

CUESTIONARIO APLICADO A LOS DUEÑOS, ADMINISTRADORES Y/O REPRESENTANTES DE LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO GIMNASIOS DEL CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE.

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las Micros y Pequeñas Empresas del sector Servicios – Rubro Gimnasios del casco urbano del Distrito de Chimbote, periodo 2014 – 2015; la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado.

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA – SECTOR SERVICIOS – RUBRO GIMNASIOS EN EL CASCO URBANO DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE, AÑO 2014 – 2015”.

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

ENCUESTADOR: América Galarreta Pajares.

I. PARTE. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO.

Del encuestado, dueño y/o representante legal.

1) ¿Cargo que desempeña en la empresa?

Dueño Rep. Legal Administrador

2) ¿Cuántos años tiene trabajando en la empresa?

De 1 a 3 años

3) **Edad del encuestado.**

- De 18 a 29 años
- De 30 a 39 años
- De 40 a 49 años
- De 50 a 59 años
- De 60 años a más

4) **Sexo del encuestado.**

- Masculino Femenino

5) **Estado Civil.**

- Soltero Casado Conviviente

6) **Grado de Instrucción.**

- Primaria: Completa Incompleta
- Secundaria: Completa Incompleta
- Técnico: Completo Incompleto
- Universitario: Completo Incompleto

II. PARTE. DATOS DE LA EMPRESA.

7) **¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?**

- De 1 a 3 años
- De 4 a 7 años
- De 8 a 10 años
- De 10 años a más

8) ¿Con qué finalidad creó la empresa?

Obtener ganancias

Subsistencia

III. PARTE: LA CAPACITACIÓN.

9) ¿Se ha capacitado en los últimos años?

Sí No

10) ¿Para usted la capacitación es una?

Inversión Gasto

11) ¿Cree usted que la capacitación mejore la rentabilidad de su empresa?

Sí No

12) ¿Cree usted que la capacitación ayuda a que el trabajador se identifique con la empresa?

Sí No

IV. PARTE: LA COMPETITIVIDAD.

13) ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?

Sí No

14) ¿Conoce usted a sus principales competidores?

Sí No

15) ¿De qué forma es competitiva su empresa?

Precios bajos

Calidad del producto

Atención al cliente

Anexo N° 05: Presupuesto

Descripción de Material	Unidad	Precio	Cantidad	Sub total
Lapiceros	Und.	0.80	2	1.60
Memoria USB	Und.	25.00	1	25.00
Anillados	Und.	16.00	3	48.00
Pasajes				180.00
Fotocopias	Und.	0.10	40	4.00
Impresiones	Und.	0.30	15	3.00
Libros	Und.	16.00	2	32.00
Curso Taller de Tesis				2,300
TOTAL				2,593.60