



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
DE CHIMBOTE**

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

**TITULO:**

**“CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE  
HOTELERAS DE LA CARRETERA PANAMERICANA  
NORTE DE LA CIUDAD DE MANCORA AÑO 2014”**

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

**AUTOR:**

**DAIANNA DÍAZ TINEO**

**ASESOR:**

**MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS**

**SULLANA – PERÚ**

**2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
DE CHIMBOTE**

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

**TITULO:**

**“CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE  
HOTELERAS DE LA CARRETERA PANAMERICANA  
NORTE DE LA CIUDAD DE MANCORA AÑO 2014”**

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

**AUTOR:**

**DAIANNA DÍAZ TINEO**

**ASESOR:**

**MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS**

**SULLANA – PERÚ**

**2016**

**JURADO EVALUADOR**

MGTR. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS  
PRESIDENTE

MGTR. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO  
SECRETARIO

LIC. MARITZA CHUMACERO ANCAJIMA  
MIEMBRO

MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS  
ASESOR

## **AGRADECIMIENTO**

**A Dios,** por presentarme la oportunidad de poder demostrar mis habilidades como profesional, reflejado en esta investigación.

### **A mis padres:**

Por haberme dado la vida. A mi madre por el afecto que me ha dado y me sigue brindando, por su apoyo permanente e incondicional desde que decidí hacerme profesional.

## **DEDICATORIA**

Con cariño a mis hermanas Sue y Adriana, quienes apoyaron positivamente al desarrollo de esta investigación.

## RESUMEN

Esta investigación está referida a capacitación y rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas (MYPE) hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el año 2014. Como objetivo general se presentó determinar las características de la capacitación y la rentabilidad de las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora, correspondiendo a una investigación de diseño no experimental y descriptivo. Se realizó con 16 MYPE en estudio. Para el procesamiento de datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial para la interpretación de las variables, de acuerdo a los objetivos de la investigación. Por lo tanto se concluye que una de las principales características de la MYPE es la necesidad de su talento humano altamente capacitado y en aprendizaje continuo, esto se ve reflejado en el 100% MYPE encuestadas, aceptando que una de sus políticas es que sus colaboradores reciban capacitación de modo continuo y El mayor factor de medición de la rentabilidad es el desarrollo de nuevos productos o diferenciación de competidores. Cuando se incluye un nuevo servicio se debe considerar la innovación y la calidad del mismo, sin dejar a un lado la diferenciación del producto o diferenciación de sus competidores, siendo este el mayor factor de medición de la rentabilidad de las MYPE en estudio; representando el 75% de MYPE (12 MYPE) que evidencia como un indicador de la rentabilidad y un el 25% (4 MYPE) la participación de mercado.

Palabras claves: capacitación, micro y pequeña empresa y rentabilidad

## **ABSTRACT**

This research refers to training and profitability of micro and small enterprises (MYPE) hotel of the Panamerican highway in the city of Mancora in 2014. The general objective was presented to determiner the characteristics of training and the profitability of MYPE hotel of the Panamerican highway in the city of Mancora, corresponding to a non-experimental research design and descriptive. It was performed with 16 MYPE of the hotel Panamerican highway in the city of Mancora. For data processing descriptive and inferential to the interpretation of statistical variables, according to the research objectives was used. Therefore it is concluded that one of the main features of the MYPE is the need for highly trained human talent in continuous learning, this is reflected in the 100% MYPE surveyed, accepting that one of their policies is that its partners receive continuously training and measurement The biggest factor in profitability is the development of new products or competitors differentiation. When a new service should be considered include innovation and the quality of it, leaving aside product differentiation or differentiation from competitors, which is the biggest factor in measuring the profitability of MYPE in study; representing 75% of MYPE (12 MYPE) that evidence as an indicator of profitability and 25% (4 MYPE) market share.

Keywords: training, micro and small enterprises and profitability

## INDICE GENERAL

<b>JURADO EVALUADOR</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vii</b>
<b>INDICE GENERAL</b>	<b>viii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISION DE LA LITERATURA</b>	<b>8</b>
<b>II. 1 BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>8</b>
<b>2.1 ANTECEDENTES:</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1 Variable: Capacitación</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1.1 Antecedentes Internacionales</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1.2 Antecedentes Nacionales</b>	<b>10</b>
<b>2.1.2 Variable: Rentabilidad</b>	<b>11</b>
<b>2.1.2.2 Antecedentes nacionales</b>	<b>12</b>
<b>2.2 BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1 Variable capacitación</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1.1 Teoría de la capacitación</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1.2 Técnicas De Capacitación Aplicadas A Las MYPE</b>	<b>15</b>
<b>2.2.1.3 Trascendencia De La Capacitación En Las MYPE</b>	<b>17</b>
<b>2.2.1.5 Modelo Capinte</b>	<b>19</b>
<b>2.2.1.6 Determinación De Necesidades De Capacitación</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1.8 Tipos de capacitación</b>	<b>22</b>
<b>2.2.2 Variable capacitación</b>	<b>23</b>
<b>2.2.2.1 Teoría de la rentabilidad.</b>	<b>23</b>
<b>2.2.2.2 Definición De Rentabilidad</b>	<b>24</b>
<b>2.2.2.3 Tipos de rentabilidad</b>	<b>24</b>

2.2.2.3.1 Rentabilidad económica	24
2.2.2.3.2 Rentabilidad financiera	24
2.2.2.4 Calculo de la rentabilidad de la inversión en capacitación	25
2.2.2.5 Los RR.HH. y su impacto en la rentabilidad empresarial	27
2.2.2.6 Factores de la rentabilidad	31
2.2.2.6.1 Intensidad de la inversión	31
2.2.2.6.2 Productividad	32
2.2.2.6.2 Participación de mercado	33
2.2.2.6.2 Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores.	34
2.2.2.6.3 Calidad de producto/servicio.	35
2.2.2.6.3 Tasa de crecimiento del mercado	35
2.2.2.6.4 Integración vertical	35
2.2.2.6.5 Costos operativos	36
2.2.2.7 Fuentes de rentabilidad empresarial	38
2.2.2.7.1 Posicionamiento de la empresa en el mercado.	38
2.2.2.7.2 Recursos y capacidades como generadores de ventajas competitivas.	38
2.2.2.7.3 La estrategia como creadora de rentabilidad y competitividad.	39
<b>2.3 MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>40</b>
<b>III. METODOLOGÍA</b>	<b>42</b>
3.1. Tipo de investigación:	42
3.2. Nivel de investigación:	42
3.3. Diseño de investigación:	42
3.3.1. Población y muestra:	43
3.3.2. Población:	43
3.3.3. Muestra:	43
a) Criterios de inclusión:	43
b) Criterios de exclusión:	44

<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>	<b>44</b>
<b>3.5 Plan De Análisis.</b>	<b>45</b>
<b>3.7 Matriz de consistencia</b>	<b>46</b>
<b>3.8 Matriz de Operacionalización de variables</b>	<b>49</b>
<b>IV. RESULTADOS</b>	<b>51</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>63</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	<b>65</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>74</b>
<b>Anexo N° 01- Encuesta</b>	<b>75</b>
<b>Anexo N° 02- Relación de MYPE</b>	<b>77</b>
<b>Anexo N° 03 – Validacion De Expertos</b>	<b>78</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 Reciben Capacitacion .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 2 Recibio Capacitacion .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 3 Tecnicas De Capacitacion.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 4 Realiza Capacitacion.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 5 Rendimiento Empresarial .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 6 Estrategia En Reduccion De Costos .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 7 Mejores Beneficios .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 8 Mejora La Rentabilidad .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 9 Factores Que Miden La Rentabilidad .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 10 Tipos De Capacitacion .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 11tipos De Rentabilidad.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 12 Fuentes De Rentabilidad .....</b>	<b>62</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1 Reciben Capacitacion .....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 2 Recibio Capacitacion .....</b>	<b>52</b>
<b>Gráfico 3 Tecnicas De Capacitacion.....</b>	<b>53</b>
<b>Gráfico 4 Realiza Capacitacion.....</b>	<b>54</b>
<b>Gráfico 5 Rendimiento Empresarial .....</b>	<b>55</b>
<b>Gráfico 6 Estrategia En Reduccion De Costos .....</b>	<b>56</b>
<b>Gráfico 7 Mejores Beneficios .....</b>	<b>57</b>
<b>Gráfico 8 Mejora La Rentabilidad .....</b>	<b>58</b>
<b>Gráfico 9 Factores Que Miden La Rentabilidad.....</b>	<b>59</b>
<b>Gráfico 10 Tipo De Capacitacion.....</b>	<b>60</b>
<b>Gráfico 11tipos De Rentabilidad .....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfico 12fuentes De Rentabilidad .....</b>	<b>62</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1</b> matriz De Consistencia .....	<b>46</b>
<b>Cuadro 2</b> Matriz De Operacionalización - Capacitación .....	<b>49</b>
<b>Cuadro 3</b> Matriz De Operacionalización - Rentabilidad.....	<b>50</b>

## **I. INTRODUCCIÓN**

La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una empresa 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 préstamos o bienes de servicios; dentro de ellos el sector turístico. Gracias a su auge se permite consolidar el desarrollo de los países y así resuelve los problemas de empleo. Las MYPE, representan más del 80% de la oferta actual de servicios turísticos, por lo que su fortalecimiento, en términos de capacitación y rentabilidad es fundamentales. (Secretaria de turismo, 2005)

Las empresas del sector Hoteles y Restaurantes han crecido y evolucionado en los últimos años, sobre todo por la participación del estado, que ha implementado una política de apoyo al turismo, y por el sector privado con sus propuestas al ejecutivo y la mayor cantidad de planes y proyectos de inversión. La demanda de hoteles se caracteriza por ser altamente estacional, se incrementa en los feriados largos (año nuevo, semana santa, fiestas patrias), en las fiestas patronales o regionales de cada departamento y en la realización de grandes eventos internacionales y nacionales (campeonatos mundiales de deportes, conferencias, congresos mundiales, etc.). En estas fechas, la ocupación de los hoteles puede llegar al 100% e incluso incrementar la inversión en hoteles y restaurantes mediante remodelación de sus establecimientos e incluso la construcción de nuevos. El grado de demanda de hoteles se desarrolla a lo largo de todo el país dependiendo de las características del turista.

El turista nacional prefiere las playas de la costa norte para disfrutar de sus feriados largos y se hospeda sobretodo en casas de amigos y familiares antes que en hoteles. (Portocarrero, 2010)

Como es el concurrido caso en el norte de la costa peruana que es sinónimo de sol, calor, playa. La mayoría de visitantes llega por sus olas y la arena, pero hay más. Recuerda que el clima siempre es bueno por allá durante el año, y entre sus balnearios más requeridos es Máncora que cen ocasión del feriado largo por Fiestas Patrias, la capacidad hotelera en el balneario de Máncora, ubicado en el departamento norteño de Piura, está copada en 100 por ciento, y se espera la llegada de unos 7,000 turistas nacionales y extranjeros. Esta situación ha motivado que algunos pobladores opten por acondicionar habitaciones en sus viviendas para alojar a los visitantes, el clima soleado, sus playas y la variada gastronomía convierten al distrito piurano en uno de los atractivos más visitados del país durante esta temporada.

Máncora posee una capacidad hotelera superior a las 5,000 camas, las cuales están distribuidas en hoteles y centros de hospedaje; sin embargo, debido a que cada año se incrementa la afluencia de visitantes a la zona, los pobladores acondicionan sus viviendas para recibir a los turistas, los extranjeros provienen sobre todo de Francia, España y Ecuador. Para garantizar la seguridad de los visitantes, dijo, se tiene diseñado un plan elaborado de manera conjunta con la Policía Nacional, el municipio y otros sectores que permitirá resguardar la integridad de los turistas.

La capacitación como variable de estudio continúa influenciado por las tecnologías de la información y la comunicación; la capacitación se convierte en un instrumento

facilitador para alcanzar estos objetivos, pero la visita hoy, a un determinado polo turístico genera una decisión para el turista, que va más allá de la satisfacción de la necesidad principal que motivó el viaje, como puede ser el disfrute de las bellezas naturales de un país o región, para la búsqueda de una experiencia más integral y enriquecedora las MYPE turísticas presentan un perfil de agradable y de vida, que debe ser considerada por las empresas prestadoras de los servicios turísticos, además constituye uno de los factores fundamentales para la reanimación y modernización de la producción nacional, la introducción de nuevas tecnologías y la transformación de la cultura empresarial mediante la aplicación de nuevos conceptos sobre la valoración de la calidad, la atención al cliente.

La rentabilidad vista desde el ámbito internacional tras el incremento de la actividad turística registrado en 2011 como consecuencia de la llamada primavera árabe, la incertidumbre vuelve a marcar el sector turístico español. Y es que a la contracción de la demanda interna se une un escenario de estancamiento económico en los principales mercados emisores, con la excepción de Alemania. Como consecuencia de todo ello, las ventas se retrasan y aumenta la presión sobre los precios, lo que afecta la cuenta de resultados de las empresas. (La nueva hoja de ruta hacia la rentabilidad, 2012)

La rentabilidad en el Perú siendo un país multiétnico, pluricultural y multilingüe; en las empresas turísticas, peruanas es indispensable otorgar un tratamiento adecuado a la importancia del componente humano en la prestación de servicios que incluye todas las decisiones y acciones directivas que afectan la naturaleza de las relaciones entre la organización y sus trabajadores, conformando un sistema con

integración estructurada de partes que se interrelacionan entre sí, con el fin de que todos los integrantes de la empresa se motiven y esfuercen para alcanzar efectividad en la labor que desempeñan. La variable rentabilidad internacionalmente está dentro del Top 1000 de empresas privadas del país, aumentando desde el 2002 y que en el 2006 se completó el quinto año consecutivo de incremento de ese indicador; segundo, que la tasa de rentabilidad del 2006 es aproximadamente 10 puntos porcentuales mayor que la obtenida en el 2005; y, tercero, teniendo en cuenta las tendencias observadas en el primer semestre del presente año, es de esperar que en el 2007 la rentabilidad patrimonial promedio de las Top 1000 empresas del Perú se sitúe en un nivel similar al del 2006, aunque no es posible afirmar que en el 2007 se registrará un sexto año de incremento continuo de la rentabilidad patrimonial.

En la región Piura, la historia demuestra que conforme la civilización va avanzando, traslata su característica económica de las actividades primarias hacia los servicios. Existen territorios -países, ciudades- que obtienen grandes ingresos con el turismo y mantienen un alto nivel de desarrollo. El éxito turístico empresarial se dará cuando todos se comprometan a hacer de este territorio un emporio turístico. El trabajador del aeropuerto o terrapuerto que brinda un saludo amable está sembrando para mañana, tanto como el taxista, el mozo, el empleado del banco, el tendero, o el botones de un hotel lo podrían hacer. La impresión que obtengan los visitantes respecto a estos servicios, será el mejor difusor para nuevos visitantes o para un próximo retorno. Actualmente gracias a instituciones de Gobierno y el compromiso que sustentan las empresas se ha creado un proceso y procedimientos básicos para que cada trabajador trabaje de manera efectiva, productiva y sobre todo que logre alcanzar y explotar sus habilidades antes desconocidas.

La capacitación repercute en el trabajador mejorando su nivel de vida, ya que una vez se sienta con los conocimientos necesarios, este podrá asumir con mayor seguridad su trabajo y afrontar su futuro con mayor optimismo y por ende haciendo que su trabajo sea más productivo. Más que nada se basa en el presupuesto y gastos que las empresas realizan, cada área tiene un presupuesto fijo en el cual lo deberán administrar lo más adecuado posible para poder desempeñar bien los gastos que logren llegar a la meta pronosticada para el año. Es muy importante que las personas encargadas de esta área de capacitación sean lo más cuidadosas para elaborar su plan de capacitación y que los programas estén situados a la realidad que se está enfrentando la empresa, la economía que este atravesando el país, y que los directivos estén abiertos para visualizar que ese presupuesto logre que los trabajadores cumplan no sólo con su puesto y obligaciones ante la empresa, sino que desarrollen su plan de carrera dentro de la organización, para poder así avanzar con aspectos y entornos ambientales ajenos a la empresa.

En Piura el uso de los recursos productivos en las actividades más rentables, como el turismo, requiere que los agentes, independientemente de su localización, riqueza, liquidez actual, y buen capital humano puedan obtener conocimientos, tecnología y capacidad de gestión que les permita aprovechar las oportunidades del negocio. La falta de acceso de la mayoría de las unidades productivas a servicio de desarrollo empresarial, impide que los beneficios potenciales se cristalicen en rendimientos reales, y en consecuencia, los recursos se utilicen en actividades de menor rentabilidad. (Talledo Rueda, 2013)

Fundamentar la importancia de la capacitación en este ambiente globalizado, es de vital importancia para fidelizar la clientela y lograr clientes satisfechos de verdad, así mismo llegar al consenso de la estabilidad del cliente con la empresa, presentar una rentabilidad.

En el turismo: capacitación y rentabilidad son dos variables que tienen una importancia de primer orden y poseen una relación estrecha, que pudiera dar la impresión de que son paralelas, pero existen características consecuentes entre ellas que se deben analizar.

El turismo como industria es un fenómeno que ha adquirido una creciente dinámica en la economía internacional, para muchos países constituye su actividad fundamental, generadora de ingresos, empleo y desarrollo. Este hecho ha significado que las empresas turísticas avancen hacia un camino mucho más profesional, en el que cada detalle cuenta. Las MYPE han adquirido un papel preponderante en la economía peruana ya que aquí encontramos al 98% de las empresas del Perú. Estas aportan el 42% del PBI y emplean a casi el 80% de la población económicamente activa. Además, las MYPE turísticas es una de las principales fuentes de empleo y permite una inversión inicial pequeña y el acceso a estratos de bajos y medianos recursos, además puede constituirse en apoyo importante para la gran empresa; tales como que cliente al llegar a un establecimiento de servicio, obviamente necesita o desea un servicio, pero sobre todo busca felicidad, seguridad, confort de habitaciones y áreas del hotel. Cualquier técnica o ciencia aplicada a la dirección hotelera no sería efectiva si no se logra

entender por todos los trabajadores la necesidad de lograr el servicio de excelencia.  
(Sulbaran Silva, 2009)

Por otro lado, a nivel regional y local casi no existen estadísticas desagregadas por sectores y rubros productivos sobre las MYPE turísticas; por tal motivo, es importante empezar a desarrollar trabajos descriptivos en un primer momento. Por ello se pretende responder a la siguiente pregunta: ¿Cómo se caracteriza la capacitación y rentabilidad de las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el año 2014?

Para poder interpretarla se presenta como objetivo general determinar las características de la capacitación y la rentabilidad de las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el año 2014. Y como objetivos específicos:

1. Señalar cuáles son las técnicas de capacitación utilizadas en las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014
2. Determinar cuáles son los tipos de capacitación de las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014.
3. Indicar cuáles son las fuentes de rentabilidad de las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014.
4. Determinar cuáles son los factores primordiales de la rentabilidad MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014.

La presente investigación se justifica con el fin de identificar las características de la capacitación en la MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el 2014, se justifica además porque permitirá a nivel

descriptivo conocer las principales técnicas, tipos de capacitación, fuentes de rentabilidad y los factores primordiales de la rentabilidad MYPE hoteleras en estudio. Permitirá además contar con datos estadísticos concretos sobre las principales técnicas de la capacitación, trascendencia de las MYPE del ámbito de estudio. En el ámbito metodológico proporciona un instrumento (cuestionario) para el recojo de información de otros trabajos parecidos a realizarse en otros ámbitos geográficos. Asimismo, el presente trabajo de investigación servirá como antecedentes y base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por los estudiantes de Administración de nuestra Universidad.

## **II. REVISION DE LA LITERATURA**

### **II. 1 BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 ANTECEDENTES:**

##### **2.1.1 Variable: Capacitación**

###### **2.1.1.1 Antecedentes Internacionales**

**Olea S.** (2010) En su trabajo de investigación titulado “Evaluación de impacto de la capacitación: caracterización y una propuesta para la gran empresa privada” en Santiago de Chile, cuyo objetivo de investigación nombro el concepto de evaluación de impacto de capacitación, dado el rol que la capacitación posee en las empresas de la cualidad y la necesidad latente que gestores de esta área tienen

de obtener resultados concretos que puedan evidenciar la eficacia de este tipo de actividades.

Para esto, se desarrolló una revisión teórica de conceptos, metodologías y estudios relacionados con el tema, los cuales resultaron en una propuesta para la gran empresa privada chilena dado que según las investigaciones posee características organizacionales que facilitarían la aplicación de métodos de evaluación de la capacitación, entre otros cambios en la gestión de ésta. Finalmente, se concluye que la evaluación de impacto de la capacitación es una herramienta que debe utilizarse con mayor frecuencia dado los beneficios que mediante ésta se pueden obtener. Siendo necesarias mayores practicas al respecto, con el objetivo de encontrar el método más adecuado para cada organización.

**Rengifo (2011)** en su tesina “Caracterización la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía Shipibo-Conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo” en España, investigó cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas. En una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona-España con el objetivo de elaborar el marco teórico en que se basa la investigación cuantitativa.

Y en la segunda fase encuestó a 11 pequeñas empresas y 4 medianas empresas. Llegando a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de base la filosofía de una de las empresas en la que expresa que se debe estar constantemente desaprendiendo y aprendiendo de nuevo. Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que quedar con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionará.

#### 3.1.1.2 Antecedentes Nacionales

**Quirós (2008)** en su investigación “Estrategias y acciones de MYPE para facilitar el desarrollo y capacitación de su talento”, en Cajamarca expone que en los albores de la crisis financiera, los presupuestos departamentales se designaban de acuerdo al retorno de inversión. Para los departamentos de RR.HH., cuantificar el valor económico del personal resultaba una tarea complicada. Sin embargo, este no es el tiempo para que las compañías escatimen en la inversión en sus trabajadores. Bajo la presión de la globalización, la creciente escasez de talento, y una relación empleador-empleado constantemente puesta en tensión por las presiones económicas, las compañías deben -hoy más que nunca- considerar su capital humano como una posesión valiosa, merecedora de inversiones continuas. Tomando como conclusión que existe otra razón de peso para

mantener el compromiso de invertir en el personal: las compañías que lo hacen cosechan mejores resultados económicos. Aquellas que sobresalen en el desarrollo del liderazgo, del talento, y la administración de resultados contemplan ingresos y ganancias sustancialmente mayores.

## 2.1.2 Variable: Rentabilidad

### 2.1.2.1 Antecedentes internacionales

**Brioso, (2009)** en su estudio realizado denominado: “La estructura de la rentabilidad pymes: una revisión del pasado y del presente” en Argentina, elaboro un análisis sobre las principales teorías que busca explicar la estructura de la rentabilidad en donde se repasan los aportes teóricos existentes, desde el desafío particular que representa la perspectiva de la MYPE y el contexto argentino. Concluyendo que las micro y pequeña empresas (MYPE) se han convertido en un sector de primera importancia en el diseño de la estrategia de competitividad. Siendo esta la comprensión que cualquier política de desarrollo, en el marco de una economía abierta a la globalización, sean el sector cuyo desarrollo y formalización se convierte en estratégico para los más importantes intereses nacionales tiene que estar acompañada de una explícita política de promoción de la MYPE para que tenga rentabilidad en el país.

**Ramírez, (2010)** en su proyecto de investigación denominada la rentabilidad de la capacitación en Chile, señala que al considerar una estrategia, técnica o metodología se tiene mayor confiabilidad. Las empresas no suelen aplicarlo porque consume mucho más tiempo, pero es importante mantenerse con un objetivo futuro. Concluyendo que es importante preocuparnos por lograr los mejores y más aptos programas de capacitación, además de indicadores que han demostrado un desarrollo en capacitación y formación rentable, es relevante también evaluar los resultados que obtenemos con ellos, en ese sentido, la evaluación de la capacitación se convierte en un tema trascendental a la hora de conocer el retorno de la inversión que como organización.

#### 3.1.2.2 Antecedentes nacionales

**Medina H. (2010)** en su investigación titulada “Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPE del sector turismo de la localidad de Huancavelica” señala, que se debe recordar que las Micro y pequeñas Empresas – MYPE, son la mayor cantidad de empresas en el Perú en un aproximado de 97%, y en Huancavelica en un 100%, asimismo existen acciones por parte de las instituciones financieras como la presencia de financiamiento a estas MYPE, así como las acciones del Gobierno Local, Gobierno Regional, Cámara de Comercio, Universidad Nacional de Huancavelica y ONG con referencia a la realización de actividades

de capacitación a los micro empresarios, el presente trabajo trata de determinar la incidencia del financiamiento y la capacitación en la percepción de la rentabilidad de las MYPE del sector turismo de la localidad de Huancavelica, año 2008. Los empresarios de la localidad solicitan créditos financieros a las entidades bancarias que le otorgan más facilidades en el acceso, siendo el de mayor requerimiento la caja rural de ahorro y crédito los libertadores de Ayacucho con el 55.56% seguidamente de la caja municipal de Pisco con el 27.77%. El 66.67% de empresarios que acceden a créditos financieros lo hacen con la intención de comprar activos para sus empresas y así mejorar la calidad de sus servicios o productos, o para la compra de mercaderías manufacturadas. Por otro lado el 33.33% solo accede a créditos para mejorar el local ya sea en la refacción de estos o en la ambientación. El 85% de empresas entrevistadas y/o encuestadas son de la actividad de restaurantes mientras que el 15% es de hoteles u Hostales, determinándose que exista una mayor tendencia de los empresarios huancavelicanos a realizar la actividad relacionada a la alimentación.

Como conclusiones se llegaron a las siguientes: El 100% de las MYPE determinaron haber percibido rentabilidad en sus empresas en el año 2008. Si existe relación entre el financiamiento y la percepción de rentabilidad.

**Alem & Farré (2007)** en un estudio titulado “Rentabilidad pyme en Córdoba”, en Huancavelica en este trabajo analizan los problemas de acceso al financiamiento de las MYPE en Córdoba. Se presentan hechos estilizados de la problemática de acceso al financiamiento, analizando las principales causas de la misma. Además, se analiza la dinámica de inversión de las MYPE en, poniendo énfasis en los retos y desafíos que enfrentan las empresas para financiar sus proyectos de inversión en los próximos años.

## 2.2 BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.2.1 Variable capacitación

#### 2.2.1.1 Teoría de la capacitación

Capacitación es una técnica de formación, que se le brinda a una persona o individuo para que desarrolle sus conocimientos, habilidades y actitudes, de manera más eficaz a fin de mejorar su rendimiento presente o futuro.

Un programa de capacitación implica brindar conocimientos, que luego permitan al empresario en la medida necesaria desarrollar su labor y sea capaz de resolver los problemas que se le presenten durante su desempeño, de manera sistemática y organizada en función de objetivos definidos.

Ésta repercute en el individuo de dos diferentes maneras:

- I. Eleva su nivel de vida: La manera directa de conseguir esto es a través del mejoramiento de sus ingresos, por medio de esto tiene la oportunidad de lograr una mejor plaza de trabajo y aspirar a un mejor salario.
- II. Eleva su productividad: esto se logra cuando el beneficio es para ambos, es decir empresa y colaborador. (Vizcarra, 2006)

#### 2.2.1.2 Técnicas De Capacitación Aplicadas A Las MYPE

Estimular la curiosidad y la investigación en nuestra gente: Algunos jefes temen que su grupo obtenga mucha información porque ésta es un factor de poder. Sin embargo, debemos potenciar a la gente que forma parte de nuestro equipo por el beneficio de todos. Preguntemos una y otra vez. Por ejemplo, “por qué” son dos palabras maravillosas, utilizadas por creativos, publicistas y profesionales en marketing todo el tiempo. Si trabajamos sobre un concepto aparentemente firme, en una reunión de trabajo, preguntemos dos, tres... cinco veces “por qué es así”, y desnudaremos conclusiones maravillosas, generalmente aclaratorias, ya que echan luz sobre el origen de algunos temas y nos ayuda a resolverlo desde la fuente. Pero también estimula la curiosidad de nuestra gente de manera asombrosa. Por ejemplo:

- El juego: la versión lúdica del aprendizaje se remonta a nuestros inicios como humanos. Aprendemos a vivir jugando. Incluso los cachorros de muchos mamíferos

“juegan” a cazar o atacar, pues se están preparando para su vida de adultos. La participación en juegos o experiencias imaginarias se vive como real por los participantes, generando el mismo interés en el asunto y les ayuda a descubrirse a sí mismos cuando asumen roles en los que antes no habían estado.

He tenido experiencias sorprendentes en este sentido (pedirle a un tímido que sea en determinado juego “agresivo” por diez minutos llevó a despertar en él la idea de que podría sentirse a gusto actuando como un sujeto más seguro de sí mismo. ¡Fue magnífico!). Pero por otra parte, sabiendo que la experiencia no es real y al no temer por sus consecuencias, la ansiedad disminuye y despliegan mejor sus capacidades. En las reuniones de capacitación donde se aplica esta técnica no sólo se capta toda la atención de los integrantes sino que también suelen salir de éstas motivados a llevarlo rápidamente a la práctica cotidiana. Una versión conocida es el role playing.

- El humor: Lamentablemente no todos hacemos buenas bromas e incluso podemos estropear la atención de los que nos escuchan al decir una expresión graciosa que no haga reír a nadie. Por eso, en caso de duda, mejor abstenerse.

Pero si llegamos a un buen feedback con la gente y conseguimos detectar qué los divierte, es mejor utilizarlo.

Hacer reír a la gente no sólo la relaja y predispone mejor, sino que además genera endorfinas que, entre otras cosas, consiguen una atención más plena y una mayor apertura. Además las endorfinas generan adicción. Por eso las personas que divierten a otras se convierten en atractivas. Difícilmente alguien olvide un concepto que ha aprendido mientras reía durante su explicación o práctica.

- Los ejemplos: Ejemplificar cada concepto con experiencias claramente comprensibles para todos hace de la escucha en situación de entrenamiento una verdadera experiencia provechosa. Y cuando el ejemplo es una anécdota real, tiene más fuerza todavía. No obstante, cualquiera sea el caso, conseguiremos que las personas recuerden el concepto al que nos referimos a partir de la pequeña historia comentada. (Corba, 2009)

### 2.2.1.3 Trascendencia De La Capacitación En Las MYPE

En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo.

La insolencia, también es una de las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a sus colaboradores, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y

métodos de trabajo que garantizan eficiencia. Para las empresas u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en beneficios para la empresa. (Sosa, 2008)

#### 2.2.1.4 Transmisión De Conocimientos

Transmitir conocimientos es la capacidad para analizar y evaluar el desempeño actual y potencial de los colaboradores y definir e implementar acciones de desarrollo para las personas y equipos. Es la función que planifica, coordina y controla los flujos de conocimientos que se producen en la empresa en relación con sus actividades y con su entorno con el fin de crear unas competencias esenciales

Con la gestión del conocimiento las organizaciones buscan transferir el conocimiento y la experiencia existente entre sus miembros, de modo que pueda ser utilizado como un recurso disponible para otros en la organización.

Las personas con esta capacidad desarrollan tareas de identificar, recoger y organizar el conocimiento existente, facilitar la creación de nuevo conocimiento y apuntalar la innovación a través de la reutilización.

Implica las habilidades de comprensión de las necesidades de desarrollo, formación y adquisición de capacidades de los

colaboradores, así como la habilidad para identificar los campos de satisfacción o insatisfacción profesional y de motivación que les puede servir de empuje de movilización y desarrollo en la organización.

Otras competencias que también intervienen son la comunicación, la capacidad de gestión, responsabilidad. (Universidad de Cádiz, 2006)

#### 2.2.1.5 Modelo Capinte

El diseño de planes y programas se elabora a partir de diversos métodos y enfoques, según sean las metas que se establezcan, el grado de desarrollo del sistema de capacitación, la tecnología de las empresas y la importancia que se otorgue a la función de entrenamiento.

Las empresas elaboran sus planes y programas con datos ficticios, que de momento sirven para el llenado de formatos oficiales para el registro en la Dirección General de Capacitación y Productividad, con la finalidad exclusiva de cumplir con los requerimientos legales que establece la LFT. Por el contrario otras empresas adoptan modelos muy sofisticados que no se adecuan a las necesidades y características de la organización, porque han sido diseñados para aplicarse en otros países.

El método Capinte se fundamenta en un modelo integral que responde a la solución de problemas que resultan de deficiencias o

carencias en cuanto a los conocimientos, habilidades y actitudes que todo trabajador debe poseer para el desempeño eficiente de un puesto determinado.

Para su implantación se requiere de la conciencia del nivel directivo respecto de la importancia y los beneficios de la capacitación misma, y de que ésta debe ser diagnosticada y determinada con la participación directa de jefes y supervisores, quienes son las personas que más conocen las necesidades y problemas de la organización. (Córdova, 2006)

#### 2.2.1.6 Determinación De Necesidades De Capacitación

El objetivo del diagnóstico de capacitación es identificar las necesidades de capacitación de los servidores públicos por áreas de trabajo para cumplir con su misión, para el desempeño de sus funciones o para el desarrollo de los proyectos en los cuales participa.

En cada dependencia, área o grupo de trabajo el marco de referencia para realizar el diagnóstico es:

- La misión de la entidad
- Los planes y proyectos del área
- Las funciones bajo su responsabilidad y las orientaciones y líneas de política fijadas en el Plan Nacional de Formación y Capacitación.

- Informe de la Oficina de Control Interno sobre la gestión (Alvarez, 2006)

#### 2.2.1.7 Proceso De La Capacitación

Para elaborar un programa de capacitación el primer paso es detectar las necesidades de la empresa. Aplicar técnicas adecuadas para este fin elimina las pérdidas de tiempo.

El segundo paso es clasificar y jerarquizar esas necesidades. Es decir, se tienen que clasificar y ordenar para decidir cuáles son las más urgentes, o más importantes, o cuáles requieren atención inmediata y cuáles se tienen que programar a largo plazo.

El tercer paso es definir los objetivos de capacitación, es decir, motivos de llevar adelante el programa. Estos objetivos tienen que formularse de manera clara, precisa y medible para más adelante, después de aplicar el programa, poder evaluar los resultados.

El cuarto paso es elaborar el programa de capacitación. En este momento se determina qué (contenido), cómo (técnicas y ayudas), cuándo (fechas, horarios), a quién (el grupo), quién (instructores), cuánto (presupuesto).

El quinto paso es ejecutar el programa, es decir, llevarlo a la práctica.

El sexto paso es evaluar los resultados del programa. Esto debe hacerse antes, durante y después de ejecutarlo. (Emprende MYPE, 2010)

#### 2.2.1.8 Tipos de capacitación

##### a) Capacitación para el trabajo

Va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa.

Se divide a su vez en:

- Capacitación de preingreso. Se hace con fines de selección y busca brindar al nuevo personal los conocimientos, habilidades o destrezas que necesita para el desempeño de su puesto.
- Capacitación de inducción. es una serie de actividades que ayudan a integrar al candidato a su puesto, a su grupo, a su jefe y a la empresa, en general.

b) Capacitación promocional. Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

c) Capacitación en el trabajo. Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que

los objetivos de la empresa. Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo. El desarrollo incluye la capacitación, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona.

## 2.2.2 Variable capacitación

### 2.2.2.1 Teoría de la rentabilidad.

Según 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 sería 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. (Dioses, 2010)

### 2.2.2.2 Definición De Rentabilidad

La rentabilidad es el beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos absolutos, esto es, en unidades monetarias, el de rentabilidad se expresa en términos porcentuales. Se puede diferenciar entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

### 2.2.2.3 Tipos de rentabilidad

#### 2.2.2.3.1 Rentabilidad económica

La Rentabilidad Económica (Return on Assets) es el rendimiento promedio obtenido por todas las inversiones de la empresa. También se puede definir como la rentabilidad del activo, o el beneficio que éstos han generado por cada capital invertido en la empresa. Es un indicador que refleja muy bien el desempeño económico de la empresa.

#### 2.2.2.3.2 Rentabilidad financiera

La Rentabilidad Financiera (Return on Equity) o rentabilidad del capital propio, es el beneficio neto obtenido por los propietarios por cada unidad monetaria de capital invertida en la empresa. Es la rentabilidad de los socios o propietarios de la empresa. Es un

indicador de la ganancia relativa de los socios como suministradores de recursos financieros.

#### 2.2.2.4 Calculo de la rentabilidad de la inversión en capacitación

La capacitación puede ser vista como una herramienta de motivación o una herramienta de desarrollo. Dependiendo de cuál de estas ópticas prevalece y del diseño final de la intervención, puede ser considerada un gasto o una inversión. Dada la necesidad de responder ante determinadas metas y resultados organizacionales, los tomadores de decisiones exigen que se demuestre la rentabilidad de la inversión en los cursos de capacitación, con la finalidad de aceptar determinada propuesta del Área de Desarrollo o Recursos Humanos.

Si no se puede demostrar la rentabilidad con números e indicadores concretos, son otros factores de carácter subjetivo los que harán que la decisión sea favorable. Entre ellos, la motivación, la integración, el establecer mayores lazos de confianza entre los participantes, oportunidad para compartir con los participantes, etc. Las organizaciones optan por uno de cuatro enfoques en su abordaje hacia las entidades de capacitación.

1. ¿Qué cursos tienes? Desde la percepción de quienes internamente proponen la capacitación, hay ciertas habilidades por desarrollar en la empresa y sería

conveniente hacer unos cursos. En estos casos, el impacto en la rentabilidad es bastante cuestionable y poco demostrable.

2. Quiero desarrollar competencias específicas en un segmento de la población organizacional. En este caso, el Área de Recursos Humanos ha diseñado un modelo de competencias organizacionales. Ha elaborado un instrumento de medición del desarrollo de la competencia y, luego de efectuar la Evaluación de Desempeño en Competencias de la empresa, identifica por segmentos de la población quiénes deberían asistir a la capacitación. El punto de partida es el modelo de competencias. En este caso la rentabilidad de la inversión en capacitación es más observable, medible y “sobrentendida”.

3. Estamos ante un proceso de cambio cultural o nos acabamos de fusionar. En este caso es fundamental un amplio conocimiento del tipo de cultura actual y de la cultura deseada, hacer una descripción de los componentes de cada una de ellas y validar que efectivamente lo que se conoce como cultura actual sea justamente ello.

4. Tenemos un problema específico y necesitamos que desarrollen a nuestra gente para que lo resuelva. Este es el caso en el que la rentabilidad de la inversión en capacitación se hace más evidente, debido a que es fácil

medir y evaluar que los resultados no se están alcanzando.  
(Gil, 2013)

#### 2.2.2.5 Los RR.HH. y su impacto en la rentabilidad empresarial

Todos los propietarios y accionistas de una empresa así como los gerentes que trabajan para ellos tienen como gran objetivo el crecimiento de la rentabilidad; pues será esta la que permitirá repagar a las distintas fuentes de financiamiento y la creación de valor empresarial.

Indudablemente que para que la rentabilidad aumente deberán ocurrir los siguientes impactos:

1. Que aumenten los ingresos totales
2. Que se reduzcan los costos totales
3. Que se reduzca la inversión.

Para que aumenten los ingresos totales las empresas implementarán una serie de estrategias que van desde aumentar la cobertura en el mercado actual, aumentar la fuerza de ventas, ingresar a nuevos mercados, aumentar el portafolio de productos, hasta subir los precios; sin embargo todas ellas no producirán resultados esperados en el muy corto plazo.

Para que se reduzca la inversión se deberán tomar decisiones muy importantes con respecto a niveles de stock de cuentas por cobrar, nivel de inventarios, y a la desinversión en activos fijos. Igualmente estas decisiones tomarán mucho tiempo en madurar y concretarse.

Reducir los costos totales; es algo que tenemos más a la mano pero por lo mismo solemos cometer muchos errores en la búsqueda de este objetivo. La reducción de costos en nuestro país ha estado enfocada mayormente en la reducción de personal y sus costos laborales asociados.

La reducción de costos que yo les propongo en este artículo es la que es producto de la mejora de procesos; los procesos los ejecutan los recursos humanos y si los recursos humanos no son los adecuados los costos serán altos porque serán el resultado de procesos ineficientemente ejecutados. Es decir: “Los costos son el resultado de ejecutar bien o mal los procesos empresariales; desde los estratégicos hasta los operativos de última línea”.

Es indudable que para lograr la mejora de los recursos humanos deberemos revisar las variables que influyen en sus desempeños. Consideren con relación a los desempeños organizacionales que:

El conocimiento les permite a los RR HH responder sobre el ¿Qué hacer?, la experiencia les da la capacidad de responder al ¿Cómo

hacerlo?; sin embargo estos dos aspectos no se aprovecharán a plenitud si el tercer aspecto no entra en juego, la motivación; esta permite responder al ¿Quiere hacerlo?

¿Cómo lograremos que los desempeños individuales mejoren?

Las empresas muchas veces contratan e incorporan personal analizando solo el costo salarial pero no el costo total de tener un trabajador dentro de la organización. Un trabajador puede tener un bajo salario pero que ocurre con sus niveles de calidad y productividad, que hay de la cantidad material que desperdicia en planta, cuanto produce por hora, cuantos clientes nos hace perder y que tantos empleados se van de la empresa por su carácter agresivo, el espacio que ocupa, los recursos que consume, y qué pasa con lo que se debe gastar en capacitarlo y entrenarlo. Un trabajador puede ser económico en cuánto a lo que mensualmente se le abona, pero muy caro o costoso por los resultados que el mismo genera.

Esto no sólo es válido para los empleados administrativos, personal de venta u operarios, también lo es para los funcionarios y directivos por sus desconocimientos, faltas de experiencia e incapacidades para decidir, resolver problemas y dirigir al personal.

Los procesos no mejorarán si las personas y el entorno en el que desarrollan sus tareas no son los más adecuados. Los costos se

reducirán en la medida que las personas que ejecutan los procesos están preparadas para hacerlo.

No basta con que sean buenas personas, ¿De qué nos sirve personal “muy bueno” desde el punto de vista humano; si se los capacita, entrena y se les da el material e instrumentos necesarios para hacer bien su tarea y luego realizan la tarea de manera decepcionante?

¿Qué está ocurriendo en esta situación? Algo simple, el personal es muy bueno humanamente, algo que por cierto es también importante, pero carece de conocimientos y experiencias para la labor asignada, o lo que es peor no posee determinadas condiciones fundamentales en el orden psicofísico que le permiten encarar su labor, o bien a veces carece de la actitud para aplicar los conocimientos.

Si no poseen capacidad de concentración de manera constante, si no poseen inclinación por los números, sino toleran las labores repetitivas o monótonas, si sufren de temor al encierro o a las alturas, si carecen de simpatía o gusto por la relaciones, si no son capaces de compartir el conocimiento, por más capacitaciones que se les brinde, no estarán en condiciones de poder realizar con constancia y seguridad actividades productivas y de calidad.

Si queremos prevenir falencias que lleven a improductividades y fallas de calidad, lo mejor es prevenir mediante una correcta

definición de los perfiles de puestos; esto permitirá una adecuada contratación de personal basada en un proceso eficaz de búsqueda y selección.

Si nuestros procesos de reclutamiento, selección, incorporación y adiestramiento no son de los mejores, no tendremos en los puestos de la organización a las personas más competentes para desempeñar el cargo. Y por tanto los procesos ejecutados serán ineficientes y costosos.

Es indudable la relación directa que existe entre la calidad de los RR HH y la rentabilidad empresarial. Y lo más importante deberemos seguir reinvertiendo en los RR HH pues serán ellos los que nos garantizarán la sustentabilidad en el tiempo y los que nos darán la ventaja competitiva. (Ponce Polanco, 2012)

#### 2.2.2.6 Factores de la rentabilidad

##### 2.2.2.6.1 Intensidad de la inversión

Cuando invertimos estamos dando algo a alguien con el fin de obtener algo mejor. Se puede invertir de muchas formas, invertir nuestro tiempo en una relación, la inteligencia en el trabajo o los fines de semana haciendo deporte para tener una buena salud.

Así como se puede invertir en cualquiera de estas situaciones esperando algo bueno a cambio, podemos invertir nuestro dinero en un fondo mutuo esperando asegurar un capital que nos garantice

mantener un nivel de vida en una etapa de retiro o convertir en realidad alguno de nuestros sueños hacia futuro.

Invertir dinero es poner el dinero en algún tipo de instrumento financiero, llámese acciones, bonos, fondos mutuos, esperando más dinero a cambio.

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

#### 2.2.2.6.2 Productividad

Para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios.

La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento del recurso material y humano.

Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos.

La productividad en las máquinas y equipos esta dada como parte de sus características técnicas. No así con el recurso humano o los trabajadores. Deben de considerarse factores que influyen. Al disminuir la ineficiencia, la productividad aumenta. La eficiencia es el límite de la productividad. La productividad óptima, es el nivel de eficiencia para el cual fue pretendido el proceso.

#### 2.2.2.6.2 Participación de mercado

Este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales. De manera similar que los estudios de penetración y tamaño del mercado, las empresas contratantes de este tipo de estudios son principalmente negocios que venden a otras empresas en el área industrial, así como mercados donde no se dispone de investigaciones sectoriales (por ejemplo: educación, ciertas unidades de negocios de las telecomunicaciones, entretenimiento, etc.)

Los principales objetivos de este tipo de estudio son los siguientes:

1. Determinar la participación de mercado de la empresa y sus marcas, partiendo de las cifras de venta o volúmenes vendidos.

2. Monitorear el crecimiento de la empresa o sus marcas a lo largo del tiempo.

#### 2.2.2.6.2 Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores.

Un nuevo producto puede ser creado o hecho "nuevo" de muchas maneras. Un concepto enteramente nuevo se puede traducir en un nuevo artículo y/o servicio. Simples cambios secundarios en un producto existente pueden convertirlo en otro "nuevo" o se puede ofrecer un producto existente a nuevos mercados que lo considerarán "nuevo". Sólo podemos considerar nuevo un producto durante un período limitado.

Esto corresponde a la actitud de innovación que es una filosofía paralela a la del concepto de mercadotecnia.

Cuando se incluye un nuevo producto debe tomarse en consideración la innovación y la calidad del producto/servicio, sin dejar a un lado la diferenciación del producto en el mercado y superando siempre a los competidores del mercado que son un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, que además de ofrecer productos similares, igualmente tienen libertad absoluta para sus actividades inherentes y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos.

Estudios han demostrado que las industrias en crecimiento son aquellas que están orientadas a productos nuevos.

#### 2.2.2.6.3 Calidad de producto/servicio.

El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.

#### 2.2.2.6.3 Tasa de crecimiento del mercado

La tasa de crecimiento es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período determinado. Esto tiene que ver también, con el ciclo de vida del producto, que se define por ser el clásico ciclo de nacimiento, desarrollo, madurez y expiración, aplicado a las ventas de un producto.

#### 2.2.2.6.4 Integración vertical

La integración vertical comprende un conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización.

Dichas decisiones son de tres tipos:

1. Definir los límites que una empresa debería establecer en cuanto a las actividades genéricas de la cadena de valor de la producción.

2. Establecer la relación de la empresa con las audiencias relevantes fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.

3. Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.

Este conjunto de decisiones permiten caracterizar a una empresa: qué bienes y capacidades forman parte de la empresa y que tipos de contratos se establecen con agentes externos.

#### 2.2.2.6.5 Costos operativos

Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido, durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema.

Dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:

A) gastos técnicos y administrativos. Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.

B) alquileres y/o depreciaciones. Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios

necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos. Etc.

C) obligaciones y seguros. Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre estos podemos enumerar: inscripción a la cámara nacional de la industria de la construcción, registro ante la secretaría del patrimonio nacional, seguros de vida, etc.

D) materiales de consumo. Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.

E) capacitación y promoción. Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos en que tanto éste lo haga, en esa misma medida o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc.

Los costos de operación son los necesarios a fin de operar y mantener el sistema que se proyecta, de manera que se obtenga de éste los

productos esperados, en las condiciones previstas durante la etapa de estudio y diseño.

#### 2.2.2.7 Fuentes de rentabilidad empresarial

##### 2.2.2.7.1 Posicionamiento de la empresa en el mercado.

Más que el tamaño absoluto de la empresa, la mejor forma para valorar su posición relativa en el mercado es determinando su cuota de mercado - CM. Esta medida proporciona una idea del poder y posición de la empresa respecto a su entorno y admite que empresas con distinto posicionamiento y, a la vez heterogéneas en cuanto a su influjo dominante, obtienen diferentes márgenes de rentabilidad. Los primigenios estudios para indagar la relación entre CM - rentabilidad consideraron a la empresa como unidad de análisis y, como variable distintiva, a la CM que equivale a la media ponderada de las cuotas obtenidas en los diversos mercados donde se actúa.

##### 2.2.2.7.2 Recursos y capacidades como generadores de ventajas competitivas.

Se considera que la distinta dotación de rentabilidad y competitividad disponibles por la empresa y su imperfecta movilidad, constituye la fuente sustancial de ventajas competitivas y una explicación temporalmente válida de las diferencias intrasectoriales para generar rentabilidad empresarial. El nuevo enfoque disiente del análisis estructural empleado para analizar el entorno específico en las siguientes dimensiones:

- Prioriza en el análisis interno de la empresa para explicar su posicionamiento competitivo.
- Considera la empresa como una simbiosis de recursos y capacidades generadoras de ventajas competitivas.
- Concibe que el proceso estratégico se construye sobre bases sólidas conformadas por una combinación exclusiva de rentabilidad y competitividad.

#### 2.2.2.7.3 La estrategia como creadora de rentabilidad y competitividad.

El análisis de la dimensión estratégica forzosamente se debe iniciar con la concepción de que la empresa es una cartera de rentabilidad y competitividad interactuando y cuyo propósito esencial fabricar bienes y prestar de servicios que luego se transfieren al mercado. Para dar aplicabilidad al proceso surge la metodología del análisis estratégico en el cual se involucra el análisis endógeno, cuya unidad básica es la empresa, con el fin de complementar el tradicional análisis del entorno genérico y sectorial. Siguiendo el pensamiento estratégico la formulación de la estrategia desde la concepción estática se basa en la definición de objetivos y la asignación de recursos organizacionales para lograrlos. (Muñoz, 2014)

### 2.3 MARCO CONCEPTUAL

1. Micro y pequeña empresa.- La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas.
2. Capacitación.- Es un proceso subordinado a la idea de meta a lograr, es decir, un proceso que responde a una meta que es aceptada conscientemente.
3. Rentabilidad.- Es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital.
4. La competencia.- Una cualidad personal e intransferible que está referida a la realización de un trabajo determinado, con un nivel de calidad aceptable, y en un ambiente de trabajo apropiado. Siendo así, un individuo puede ser competente para realizar un trabajo y no para otro, o para trabajar en un ambiente laboral determinado y no en otro.
5. Gestión de recursos.- Esta área se refiere a las conductas relacionadas con la gestión eficiente del tiempo, el dinero, los recursos materiales y de infraestructura y los recursos humanos.
6. Relacionamiento interpersonal.- Esta área se refiere a las conductas que implican la interacción eficaz del individuo con otras personas con ocasión del trabajo.

7. Comprensión de sistemas.- Esta área se refiere a las conductas relacionadas con la comprensión de la estructura y el funcionamiento de sistemas complejos.
8. La disposición anímica.- Tiene que ver con los factores que influyen en el estado afectivo y la voluntad de trabajo de las personas; entre estos se incluyen las 10 actitudes, las creencias, la percepción de equidad, los valores y la motivación con relación a las condiciones del trabajo.
9. Beneficios de la Capacitación.-La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Recursos Humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.
10. La efectividad.- es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado.
11. Eficiencia.- es la capacidad de lograr el efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles viable.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo de investigación:

Descriptivo: buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández & Baptista, 2010)

#### 3.2. Nivel de investigación:

Cuantitativo: se miden los conceptos de las variables y se transforman mediciones en valores numéricos, para ser analizados con técnicas estadísticas y proyectar los resultados al universo, se aplican encuestas con preguntas con indicadores nominales y de alternativas. (Lee, 2002)

#### 3.3. Diseño de investigación:

No experimental, se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos. (Hernández & Baptista, 2010)

M -----O

DONDE:

- M = muestra conformada por las MYPE del ámbito de estudio.
- O= observación de las variables: rentabilidad y capacitación

### 3.3.1. Población y muestra:

### 3.3.2. Población:

La población para el estudio para estar investigación está conformada por 16 MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora. La fuente de información utilizada fue la Municipalidad Distrital de Máncora, mediante la Guía turística oficial autorizada (Vivamancora.com)

### 3.3.3. Muestra:

La muestra para el estudio para estar investigación está conformada por 16 MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora. Representando el 100%, por que posibilita profundizar en el análisis de las variables permitiendo tener mayor control de las variables a estudiar y sea menor el error de la muestra.

#### a) Criterios de inclusión:

- Propietarios de MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el año 2014.

b) Criterios de exclusión:

- Propietarios de MYPE hoteleras que no se encuentren en la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora.
- Propietarios MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora con menos de 5 años de antigüedad.
- MYPE que no se encuentran dentro del área demográfica.
- Propietarios de MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora que no se encuentren en condiciones de brindar información al investigador por falta de disponibilidad de tiempo.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio del instrumento llamado cuestionario, se obtendrán los datos sin manipular las variable y se observar tal y como se muestran en su entorno.

Esta técnica es cuantitativa dado que los datos se recopilan sobre una parte de la población (muestra), estos serán los propietarios de las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora y se elabora en función a las variables: rentabilidad y capacitación en concordancia las definiciones operacionales. (Hernández & Baptista, 2010)

El instrumento será el cuestionario, este se elaboró especialmente para el

estudio de manera confiable y anónima; en el grado en que su aplicación repetida al objeto en estudio produzca resultados iguales, y válidos, al grado en que un instrumento mide la variable que pretende medir, (Morales, 1976).

### 3.5 Plan De Análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo en el cual se realizará a través del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas; para el procesamiento de los datos se empleará el programa Excel, para el análisis de los datos se aplicarán medidas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables en estudio y los resultados se presentarán en cuadros y gráficos estadísticos. De acuerdo a la información obtenida de los cuadros estadísticos se hará uso de la interpretación para obtener resultados cualitativos (Base de datos). Para ello se confeccionará el tipo de Base de datos deductivos ya que permitirá hacer deducciones a través de los cuadros y gráficos estadísticos.

### 3.6 Principios éticos.

La recolección de datos de la presente investigación se realizó con total transparencia y autenticidad, guardan total discreción y confiabilidad de los datos obtenidos de los individuos del estudio, la investigación además fue realizada con honestidad en el análisis de datos.

### 3.7 Matriz de consistencia

#### CUADRO IMATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACION	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA
¿Cómo se caracteriza la capacitación y rentabilidad de las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014?	<p>Objetivos general:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar las características de la capacitación en las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014.</li> </ul> <p>Objetivo específico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Señalar cuáles son las técnicas de</li> </ul>	<p>La presente investigación se justifica con el fin de identificar las características de la capacitación en la MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el 2014, se justifica además porque permitirá a nivel</p>	<p>Rentabilidad Capacitación</p>	<p>La población para el estudio para estará investigación está conformada por 16 MYPE hoteleras de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora.</p> <p>La muestra para el estudio para estará investigación está conformada por 16 MYPE hoteleras de la</p>	<p>Tipo de investigación: Descriptivo</p> <p>Nivel de investigación: Cuantitativa</p>

	<p>capacitación utilizadas en las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar cuáles son los tipos de capacitación de las MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014</li> <li>• Indicar cuáles son las fuentes de rentabilidad de MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la</li> </ul>	<p>descriptivo conocer las principales técnicas, tipos de capacitación, fuentes de rentabilidad y los factores primordiales de la rentabilidad MYPE hoteleras en estudio. Permitirá además contar con datos estadísticos concretos sobre las principales técnicas de la capacitación, trascendencia de las MYPE del ámbito de estudio. En el ámbito</p>		<p>carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora. Representando el 100%, por que posibilita profundizar en el análisis de las variables permitiendo tener mayor control de las variables a estudiar y sea menor el error de la muestra.</p>	
--	---	---	--	--	--

	<p>cuidad de Máncora en el año 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar cuáles son los factores primordiales de la rentabilidad MYPE hoteleras de la carretera Panamericana en la ciudad de Máncora en el año 2014.</li> </ul>	<p>metodológico proporciona un instrumento (cuestionario) para el recojo de información de otros trabajos parecidos a realizarse en otros ámbitos geográficos. Asimismo, el presente trabajo de investigación servirá como antecedentes y base teórica para otros estudios posteriores de nuestra Universidad.</p>			
--	--	--	--	--	--

3.8 Matriz de Operacionalización de variables

CUADRO 2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACION - CAPACITACIÓN

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
CAPACITACIÓN	Capacitación es una técnica de formación, que durante un proceso que se le brinda a una persona o individuo para que así desarrolle sus conocimientos, habilidades y actitudes, de manera más eficaz a fin de mejorar y elevar su nivel de su rendimiento en la empresa presente o futuro.	Es un proceso subordinado a la idea de meta a lograr, es decir, un proceso que responde a una meta que es aceptada conscientemente.	Proceso	¿La empresa tiene como política que sus colaboradores reciban capacitación de modo continuo?  ¿Cuál es el número de veces que ha recibido capacitación?	Si No  Si No	CUESTIONARIO
			técnicas	¿Qué técnicas de capacitación utiliza?  ¿Qué temas considera que sería necesario incluir en la capacitación?	Juego Humor Ejemplos	
			Niveles	¿Quién realiza la capacitación?	Empleador Empleados Terceros	
			habilidades	¿Al capacitar a sus trabajadores, puede aumentar eficacia y mejorar el rendimiento empresarial?	Si No	

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
RENTABILIDAD	Es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. En relación de utilidades e inversión a la empresa, teniendo en cuenta las fuentes rentables de la misma.	Es un índice que mide la relación entre la utilidad o ganancia obtenida y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.	utilidades	¿Considera Ud. que la capacitación es una estrategia de reducción de costos?	Si No	CUESTIONARIO
			Inversión	¿Cree que la rentabilidad de como respuesta mejores beneficios?	Si No	
			Fuentes	¿Cuáles son las fuentes de rentabilidad de su empresa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento de la empresa en el mercado.</li> <li>• Recursos y capacidades como generadores de ventajas competitivas.</li> <li>• La estrategia como creadora de rentabilidad y competitividad.</li> </ul>	
			Rendimiento	<p>¿Cree usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?</p> <p>¿Cuáles son los factores que miden la rentabilidad de su empresa?</p> <p>¿Qué medidas han adoptado para incrementar su rentabilidad?</p>	<p>Si</p> <p>No</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intensidad de la inversión <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productividad</li> </ul> </li> <li>• Participación de mercado</li> <li>• Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores.</li> <li>• Calidad de producto/servicio</li> <li>• Tasa de crecimiento del mercado <ul style="list-style-type: none"> <li>Integración vertical <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos operativos</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	

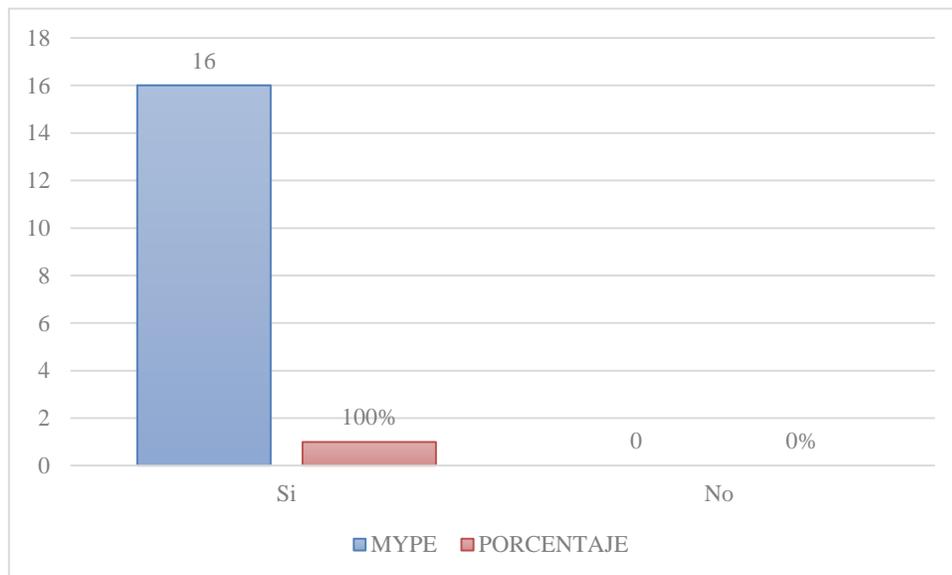
CUADRO 3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACION - RENTABILIDAD

#### IV. RESULTADOS

¿La empresa tiene como política que sus colaboradores reciban capacitación de modo continuo?

*Tabla 1 RECIBEN CAPACITACION*

<b>RECIBEN CAPACITACIÓN</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	16	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>16</b>	<b>100</b>



*GRÁFICO 1 RECIBEN CAPACITACION*

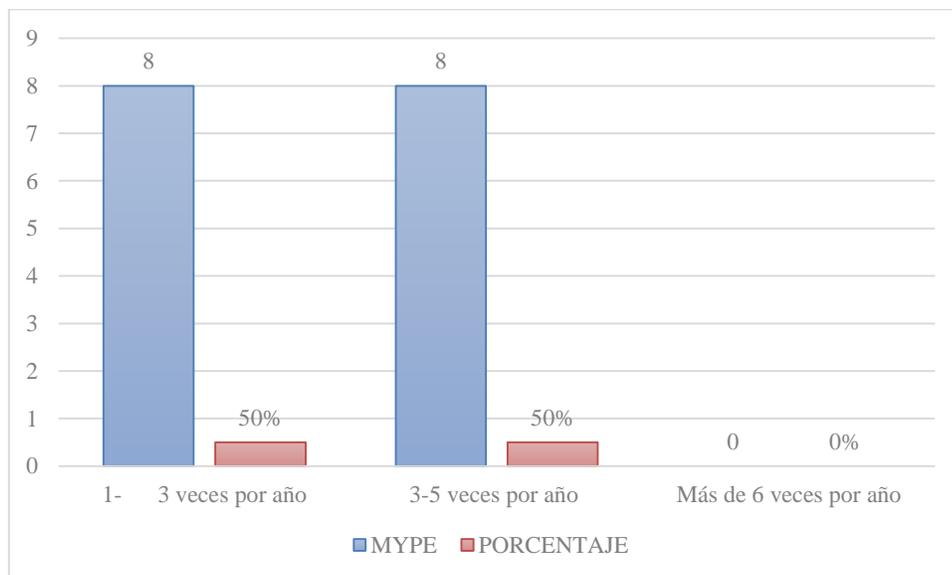
Interpretación de resultados:

El 100% de MYPE (16 MYPE) recibe capacitación de manera continua.

¿Cuál es el número de veces que ha recibido capacitación durante el año?

*Tabla 2 RECIBIO CAPACITACION*

<b>CAPACITACION</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>1- 2 veces por año</b>	8	50%
<b>3-5 veces por año</b>	8	50%
<b>Más de 6 veces por año</b>	0	0%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



*GRÁFICO 2 RECIBIO CAPACITACION*

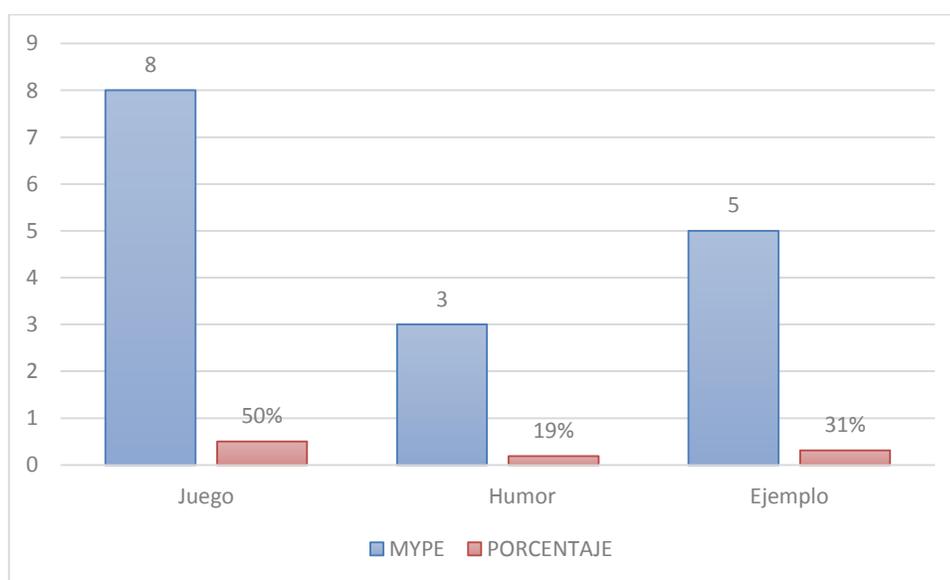
Interpretación de resultados:

El 50% de MYPE (8 MYPE) recibe capacitación entre 1 a 2 veces por año, de 3 a 5 veces por año el 50% restante.

¿Qué técnicas de capacitación utiliza?

*Tabla 3 TECNICAS DE CAPACITACION*

<b>Técnicas</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Juego</b>	8	50%
<b>Humor</b>	3	19%
<b>Ejemplo</b>	5	31%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



*GRÁFICO 3 TECNICAS DE CAPACITACION*

Interpretación de resultados:

El 50% de MYPE (8 MYPE) prefiere como técnica de capacitación el juego, el 19% el humor, y el 31% el ejemplo.

¿Quién realiza la capacitación?

Tabla 4 REALIZA CAPACITACION

<b>REALIZA CAPACITACION</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>EMPLEADOR</b>	0	0%
<b>EMPLEADO</b>	0	0%
<b>TERCEROS</b>	16	100%
<b>TOTAL MYPES</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

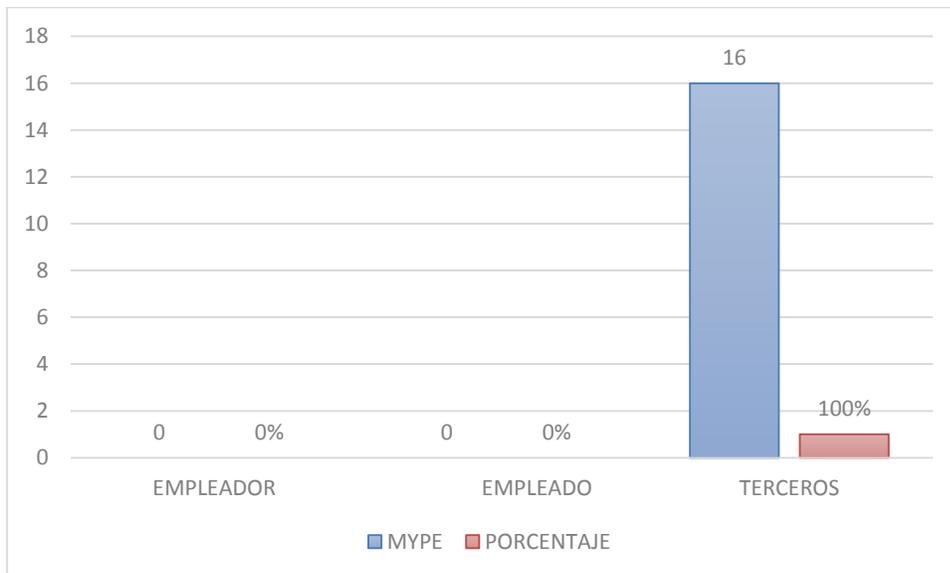


GRÁFICO 4 REALIZA CAPACITACION

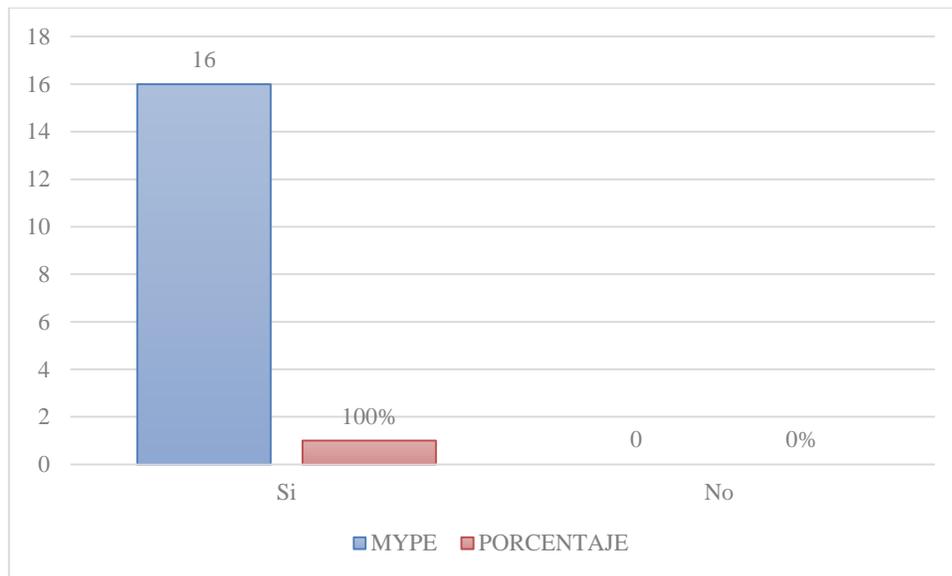
Interpretación de resultados:

El 100% de MYPE (16 MYPE) son terceros quienes realizan la capacitación en la MYPE del ámbito de estudio.

¿Al capacitar a sus trabajadores, puede aumentar eficacia y mejorar el rendimiento empresarial?

*Tabla 5 RENDIMIENTO EMPRESARIAL*

<b>RENDIMIENTO EMPRESARIAL</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	16	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>16</b>	<b>100</b>



*GRÁFICO 5 RENDIMIENTO EMPRESARIAL*

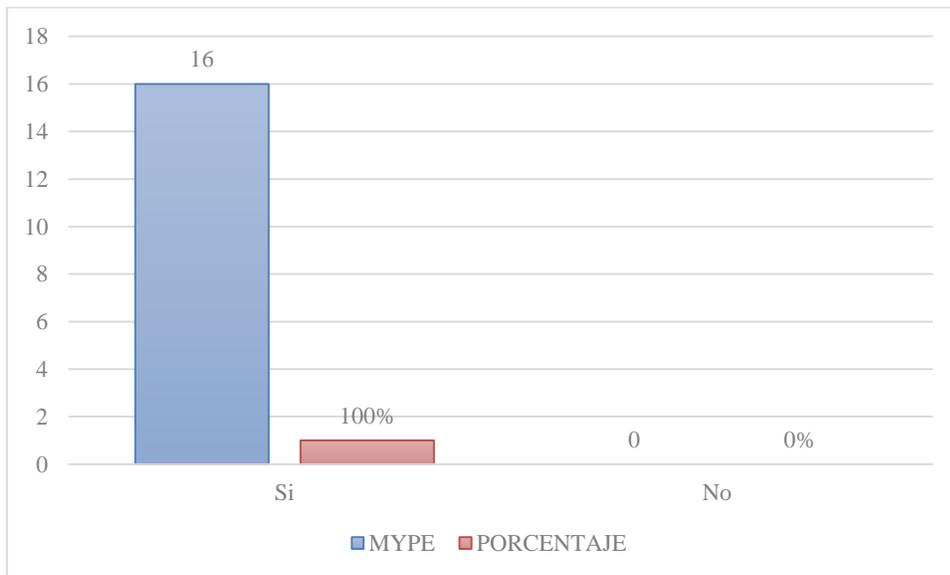
Interpretación de resultados:

El 100% de MYPE (16 MYPE) sostiene que al capacitar a sus trabajadores puede aumentar eficacia y mejorar el rendimiento empresarial.

¿Considera Ud. que la capacitación es una estrategia de reducción de costos?

*Tabla 6 ESTRATEGIA EN REDUCCION DE COSTOS*

<b>ESTRATEGIA DE REDUCCION DE COSTOS</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	12	100%
<b>No</b>	4	0%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>16</b>	<b>100</b>



*GRÁFICO 6 ESTRATEGIA EN REDUCCION DE COSTOS*

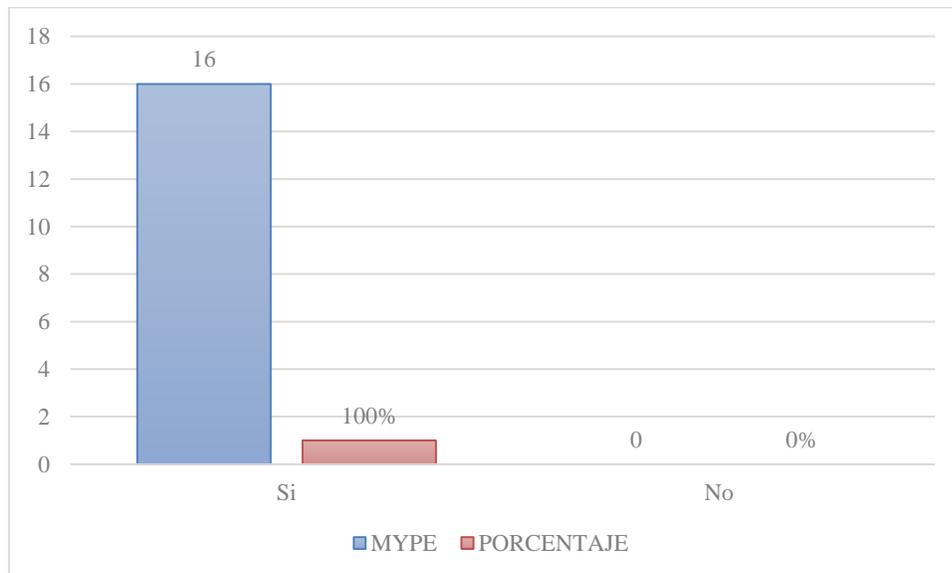
Interpretación de resultados:

El 100% de MYPE (16 MYPE), sostiene que la capacitación funciona como una estrategia para reducir costos.

¿Cree que la rentabilidad de como respuesta mejores beneficios?

*Tabla 7 MEJORES BENEFICIOS*

<b>MEJORES BENEFICIOS</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	16	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>16</b>	<b>100</b>



*GRÁFICO 7 MEJORES BENEFICIOS*

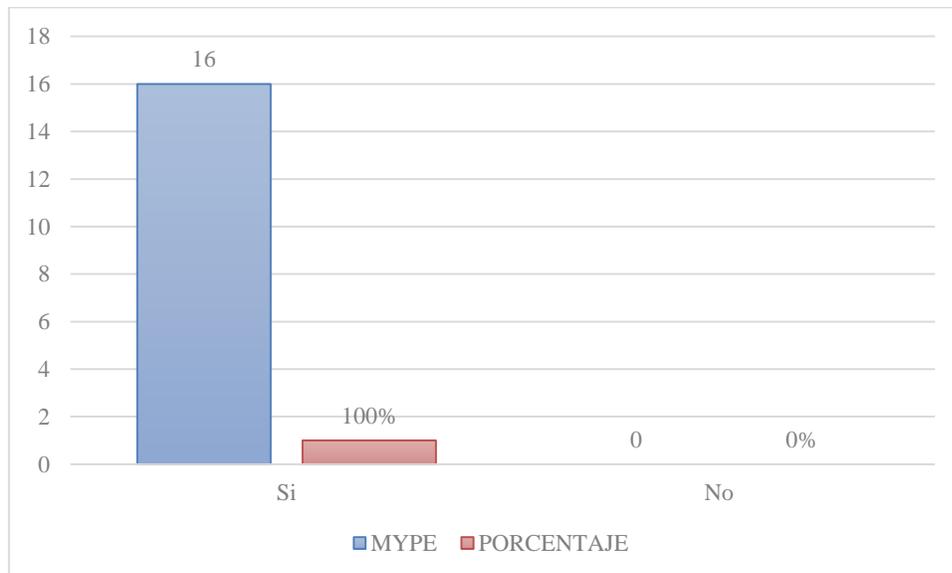
Interpretación de resultados:

El 100% de MYPE (16 MYPE) concuerda que la rentabilidad presenta mejores beneficios.

¿Cree usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?

*Tabla 8 MEJORA LA RENTABILIDAD*

<b>MEJORA LA RENTABILIDAD</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	16	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>16</b>	<b>100</b>



*GRÁFICO 8 MEJORA LA RENTABILIDAD*

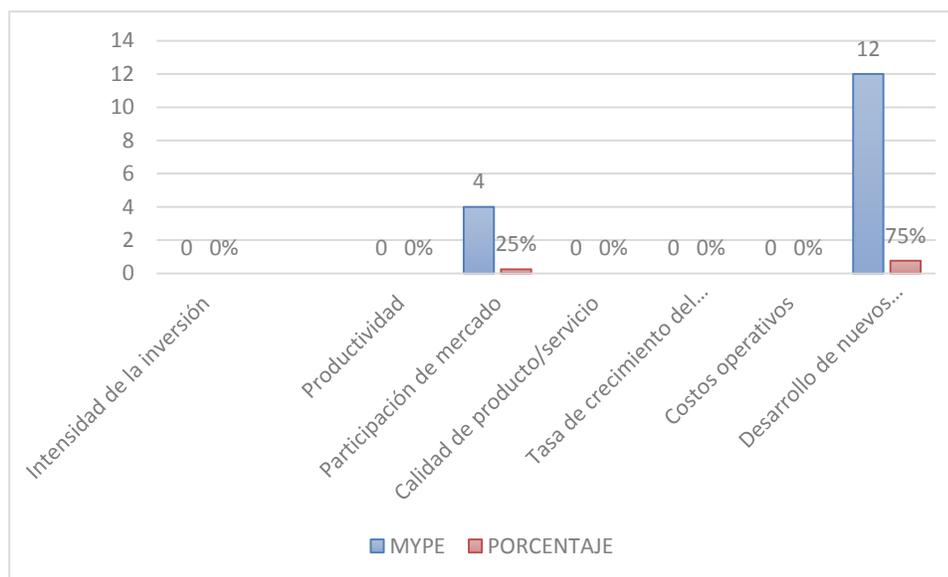
Interpretación de resultados:

El 100% de MYPE (16 MYPE) cree que la capacitación mejora la rentabilidad de la empresa.

¿Cuáles son los factores que miden la rentabilidad de su empresa?

*Tabla 9 FACTORES QUE MIDEN LA RENTABILIDAD*

<b>FACTORES QUE MIDEN LA RENTABILIDAD</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Intensidad de la inversión</b>	0	0%
<b>Productividad</b>	0	0%
<b>Participación de mercado</b>	4	25%
<b>Calidad de producto/servicio</b>	0	0%
<b>Tasa de crecimiento del mercado Integración vertical</b>	0	0%
<b>Costos operativos</b>	0	0%
<b>Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores</b>	12	75%
<b>TOTAL MYPES</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



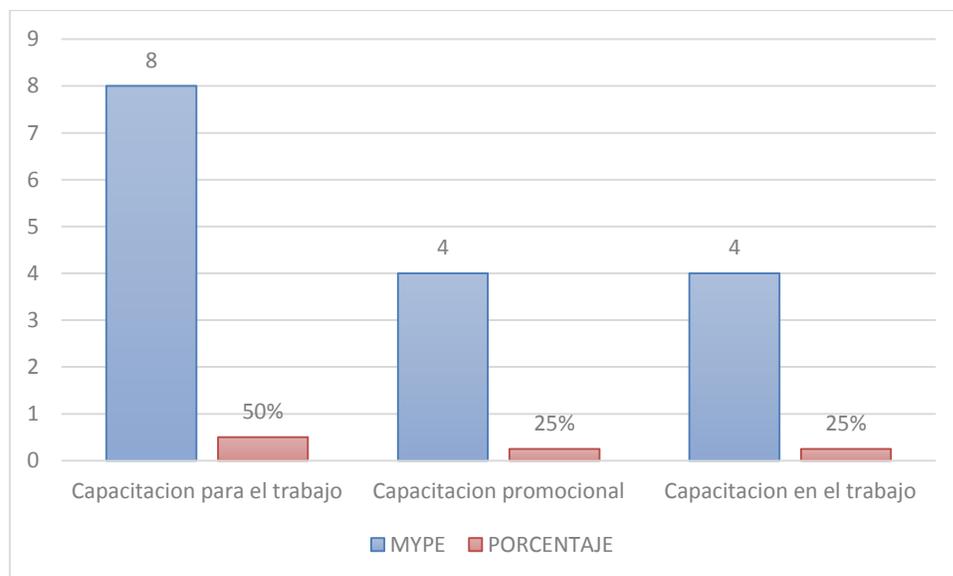
*GRÁFICO 9 FACTORES QUE MIDEN LA RENTABILIDAD*

Interpretación de resultados: El 75% de MYPE (12 MYPE) evidencia al desarrollo de nuevos productos o diferenciación de competidores como factor que mide la rentabilidad, y el 25% (4 MYPE) la participación de mercado.

¿Cuáles son los tipos de capacitación utilizados por su empresa?

*Tabla 10 TIPOS DE CAPACITACION*

<b>TIPOS DE CAPACITACION</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Capacitación para el trabajo</b>	8	50%
<b>Capacitación promocional</b>	4	25%
<b>Capacitación en el trabajo</b>	4	25%
<b>TOTAL MYPES</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



*GRÁFICO 10 TIPO DE CAPACITACION*

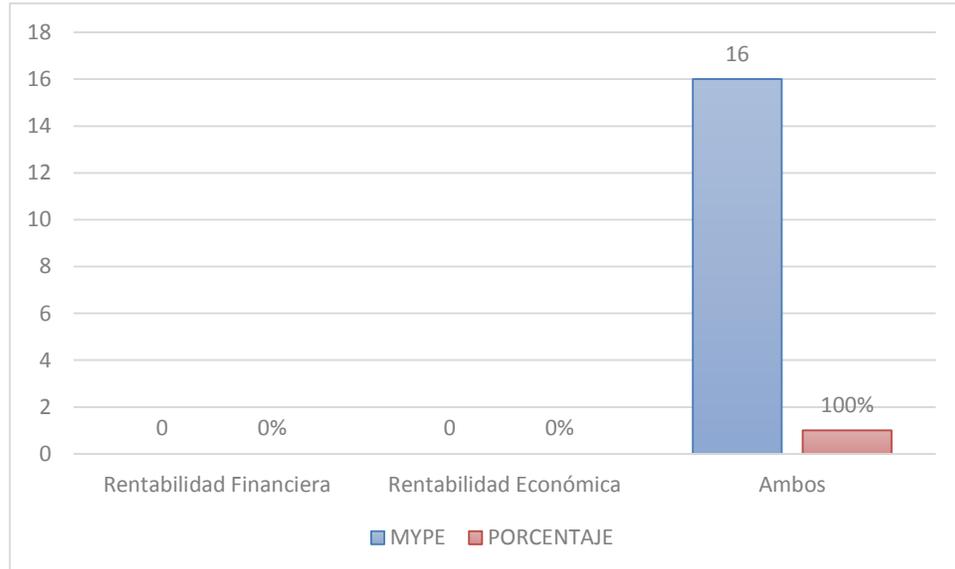
Interpretación de resultados:

El 50% de MYPE (8 MYPE) evidencia que utiliza la capacitación para el trabajo como tipo de capacitación más frecuente en la MYPE, el 25% capacitación promocional, y el 25% restante capacitación en el trabajo.

¿Cuáles son los tipos de rentabilidad conocidos por Ud.?

*Tabla 11 TIPOS DE RENTABILIDAD*

<b>TIPOS DE RENTABILIDAD</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Rentabilidad Financiera	0	0%
Rentabilidad Económica	0	0%
Ambos	16	100%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



*GRÁFICO 11 TIPOS DE RENTABILIDAD*

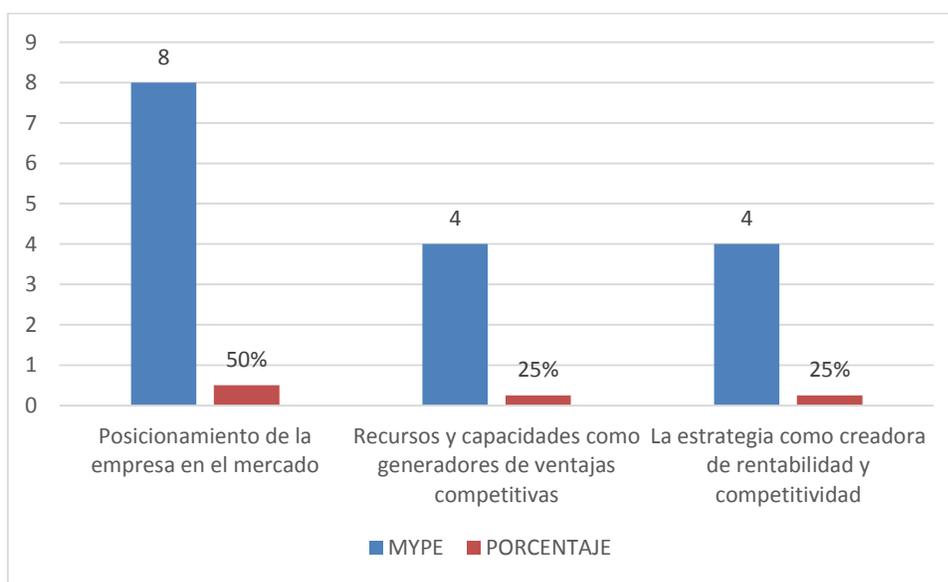
Interpretación de resultados:

El 100% de MYPE (16 MYPE) reconoce a la rentabilidad financiera y rentabilidad económica como tipo de rentabilidad.

¿Cuáles son las fuentes de rentabilidad de su empresa?

*Tabla 12 FUENTES DE RENTABILIDAD*

<b>FUENTES DE RENTABILIDAD</b>	<b>MYPE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Posicionamiento de la empresa en el mercado</b>	8	50%
<b>Recursos y capacidades como generadores de ventajas competitivas</b>	4	25%
<b>La estrategia como creadora de rentabilidad y competitividad</b>	4	25%
<b>TOTAL MYPES</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



*GRÁFICO 12 FUENTES DE RENTABILIDAD*

Interpretación de resultados:

El 50% de MYPE (8 MYPE) utiliza como fuente de rentabilidad el posicionamiento de la empresa en el mercado.

## CONCLUSIONES

1. Existe una amplia variedad de métodos o técnicas para capacitar al personal, esto se ve reflejado en el 50% de MYPE (8 MYPE) prefiere como técnica de capacitación el juego la cual en su mayoría permite resolver conflictos y lograr negociaciones o desempeñar cargos de más responsabilidad como jefes o supervisores.
2. Una de las principales características de la MYPE es la necesidad de su talento humano altamente capacitado y en aprendizaje continuo, esto se ve reflejado en el 100% MYPE encuestadas, aceptando que una de sus políticas es que sus colaboradores reciban capacitación de modo continuo.
3. El tipos de capacitación más frecuentados por las MYPE en el ámbito d estudio es la capacitación para el trabajo (50% de MYPE encuestadas) pues va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma.
4. Existen diferentes fuentes de rentabilidad en las MYPE entre ellas el posicionamiento de la empresa en el mercado, los recursos y capacidades como generadores de ventajas competitivas y las estrategias como creadora de rentabilidad y competitividad. Las fuentes más factibles de la rentabilidad utilizadas por la empresa es el posicionamiento de la misma mediante un proceso que se trabaja de manera constante y a largo plazo. Para conseguir un posicionamiento coherente y consistente se debe implicada a toda la organización en este proceso, si no hay un apoyo claro de la dirección y si no

se comunica de forma adecuada a todos los empleados y colaboradores de la compañía.

5. El mayor factor de medición de la rentabilidad es el desarrollo de nuevos productos o diferenciación de competidores. Cuando se incluye un nuevo servicio se debe considerar la innovación y la calidad del mismo, sin dejar a un lado la diferenciación del producto o diferenciación de sus competidores, siendo este el mayor factor de medición de la rentabilidad de las MYPE en estudio; representando el 75% de MYPE (12 MYPE) que evidencia como un indicador de la rentabilidad y un el 25% (4 MYPE) la participación de mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Aguilar Olivera, M. (Setiembre de 2008). El financiamiento de las micro y pequeñas empresas en Puno. Un análisis empírico de la demanda de créditos. Universidad Nacional del Altiplano. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de [http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fcendoc.esan.edu.pe%2Fpaginas%2Finfoalerta%2Fproyecto%2Fmypespuno.pdf&ei=-YzpU6P1I-W48gGKqICgBw&usg=AFQjCNG69Fefr22ZId\\_QVpR7uOMI104ijg&sig2=y2-8pbmiB83mFIVWkcq](http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fcendoc.esan.edu.pe%2Fpaginas%2Finfoalerta%2Fproyecto%2Fmypespuno.pdf&ei=-YzpU6P1I-W48gGKqICgBw&usg=AFQjCNG69Fefr22ZId_QVpR7uOMI104ijg&sig2=y2-8pbmiB83mFIVWkcq)
2. Altamirano Pinedo, D. (2013). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro venta de calzado en el distrito de El Porvenir - Trujillo año 2012. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000028211>
3. Alvarez, G. (2006). Planes Institucionales de Capacitación. Obtenido de <http://www.vichada.gov.co/documentos/MECI/Subsistcontrolestrategico/AmbientedeControl/Desarrollodeltalentohumano/GTHPR02PlanInstitucionaldeCapacitacionV0210Mayo2013.pdf>
4. Anzola Rojas, S. (2010). Administración de pequeñas empresas (Tercera ed.). México: Mc Graw Hill.
5. Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (s.f). Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú (MYPES). (C. Católica, Ed.) Perú. Recuperado el 25 de Abril de 2014, de [http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Frevistas.pucp.edu.pe%2Findex.php%2Fstrategia%2Farticle%2Fdownload%2F4126%2F4094&ei=IWTpU\\_S7MMLU8AHt8oFY&usg=AFQjCNHcRLR30yrzitVW4IJ1PrH3X7SbMg&](http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Frevistas.pucp.edu.pe%2Findex.php%2Fstrategia%2Farticle%2Fdownload%2F4126%2F4094&ei=IWTpU_S7MMLU8AHt8oFY&usg=AFQjCNHcRLR30yrzitVW4IJ1PrH3X7SbMg&)

6. Caballero Bustamante. (s.f). Informativo Caballero Bustamante. Recuperado el 30 de Abril de 2014, de [http://www.caballero Bustamante.com.pe/plantilla/2013/julio13\\_novedades\\_090713\\_mype.pdf](http://www.caballero Bustamante.com.pe/plantilla/2013/julio13_novedades_090713_mype.pdf)
7. Cabrera Díaz, R., & Mariscal Lahusen, M. (11 de Mayo de 2005). Tesis para optar el Título de Licenciado en Contaduría y Finanzas con orientación en Alta Dirección, Universidad de las Américas , Puebla. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ladi/cabrera\\_d\\_r/portada.html](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ladi/cabrera_d_r/portada.html)
8. Cofide. (2011). El portal de los nuevos empresarios. Recuperado el 30 de Abril de 2014, de <http://mass.pe/noticias/2011/09/lineas-de-financiamiento-de-cofide-para-mype>
9. Cohen Arazi, M., & Baralla, G. (2012). La situación de las PyMEs en América Latina. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de [http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww10.iadb.org%2Fintal%2Fintalcdi%2FPE%2F2013%2F12471.pdf&ei=xnHpU-TmA47B7Abj9oGIDg&usg=AFQjCNFLAnS\\_6C9ozXzGSXAuQBGpZqmyoQ&sig2=KeP8saIXIZUJnybdGs3lzw&bvm=bv](http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww10.iadb.org%2Fintal%2Fintalcdi%2FPE%2F2013%2F12471.pdf&ei=xnHpU-TmA47B7Abj9oGIDg&usg=AFQjCNFLAnS_6C9ozXzGSXAuQBGpZqmyoQ&sig2=KeP8saIXIZUJnybdGs3lzw&bvm=bv)
10. Corba, V. (2009). NOTICIAS E INFORMACIONES TÉCNICAS Y DE INTERÉS GENERAL. Obtenido de Distintas técnicas de capacitación: [http://www.ias.org.ar/down/asociados/reporter\\_ias/tecnica/tecnicas/liderazgo.htm](http://www.ias.org.ar/down/asociados/reporter_ias/tecnica/tecnicas/liderazgo.htm)
11. Córdova, M. (2006). Capacitación. Obtenido de [http://html.mx.com/capacitacion\\_1.html](http://html.mx.com/capacitacion_1.html)
12. De la Mora Díaz, M. J. (Diciembre de 2006). Análisis de las necesidades de financiamiento en las empresas pequeñas manufactureras del Municipio de Colima. Tesis para optar el Título de Maestro en Administración, Universidad de Colima, Colima. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de

[http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdigeset.ucol.mx%2Ftesis\\_posgrado%2FPdf%2FMaria\\_Josefina\\_de\\_la\\_Mora\\_Diaz.pdf&ei=6IbpU9DhCsT5yQsqmIKABQ&usg=AFQjCNEYIfePJW7qLjr6C6Ex7W6OrFxLAQ&sig2=HT0gxeYXzOx3](http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdigeset.ucol.mx%2Ftesis_posgrado%2FPdf%2FMaria_Josefina_de_la_Mora_Diaz.pdf&ei=6IbpU9DhCsT5yQsqmIKABQ&usg=AFQjCNEYIfePJW7qLjr6C6Ex7W6OrFxLAQ&sig2=HT0gxeYXzOx3)

13. Díaz Llanes, M. (2012). Análisis contable con un enfoque empresarial. (EUMED, Ed.)
14. Elias, A. (s.f). Crece Negocios. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://www.crecenegocios.com/la-rentabilidad-de-una-empresa/>
15. Emprende Mype . (2010).
16. Espinosa Salas, D. (s.f). Scribd. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/32889464/RENTABILIDAD-ECONOMICA-Y-RENTABILIDAD-FINANCIERA>
17. Gaona Córdova, J. (2013). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro librerías de la ciudad de Paita, periodo 2012. Tesis para optar el título de Contador Público, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Paita. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000027802>
18. Gil, F. (Noviembre de 2013). Transformando talento. Obtenido de <http://semanaeconomica.com/transformandotalento/2013/11/19/calculando-la-rentabilidad-de-la-inversion-en-capacitacion/>
19. Guevara Corcuera, H. (2005). Proyectos de inversión II. Chimbote: Sistema de Educación Abierta - Uladech.
20. Guzmán Cuevas, J., & Rodríguez Gutiérrez, M. J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*(18).
21. Hernandez, & Baptista, F. &. (2010). *Metodologia de la Investigacios*. Mexico: Editorial Mexicana.
22. Informativo Caballero Bustamante. (s.f). Caballero Bustamante. Recuperado el 15 de Abril de 2014, de

[http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.caballerobustamante.com.pe%2Fplantilla%2Fflab%2Fecb191009\\_1.pdf&ei=gIDpU8GRMePMsQTzn4GwCQ&usg=AFQjCNFF7N-XPuvSLbmqy0os9ys0nL-GwQ&sig2=kaHQaQ1axvHEOeJHfRDU9](http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.caballerobustamante.com.pe%2Fplantilla%2Fflab%2Fecb191009_1.pdf&ei=gIDpU8GRMePMsQTzn4GwCQ&usg=AFQjCNFF7N-XPuvSLbmqy0os9ys0nL-GwQ&sig2=kaHQaQ1axvHEOeJHfRDU9)

23. Inga Quesada, M. (2006). El mercado de crédito para las Micro y pequeñas empresas, en el distrito de Trujillo de la Región La Libertad. Tesis para el Título de Licenciado en Economía, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://pirhua.udep.edu.pe/handle/123456789/1322>
24. Jibaja Huaman, L. N., & Vite Ramírez, A. (2010). Análisis de la calidad del servicio de atención y de la rentabilidad de los restaurantes – pollerías del distrito de Piura. Tesis para optar el Título de Contador Público, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/202931173/Tesis-Analisis-de-La-Calidad-y-Rentabilidad>
25. Kirzner, I. (s.f). Eumed.net. Recuperado el 01 de Agosto de 2014, de [http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=26&cad=rja&uact=8&ved=0CD8QFjAFOBQ&url=http%3A%2F%2Fwww.eumed.net%2Fcoursecon%2Ftextos%2FKirzner\\_empresa.pdf&ei=P-TjU5WnJ4zgsASh1oG4Dw&usg=AFQjCNETwyx9X2eZXwjaLnl5BATOaTS-tw&sig2=S3R2G2Djfs](http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=26&cad=rja&uact=8&ved=0CD8QFjAFOBQ&url=http%3A%2F%2Fwww.eumed.net%2Fcoursecon%2Ftextos%2FKirzner_empresa.pdf&ei=P-TjU5WnJ4zgsASh1oG4Dw&usg=AFQjCNETwyx9X2eZXwjaLnl5BATOaTS-tw&sig2=S3R2G2Djfs)
26. KPMG Asesores S.L. (s.f). Empresario Autónomo/ Manual del empresario Autónomo. Madrid, España: Comfort S.L.U.
27. La Enciclopedia Financiera. (s.f). La Enciclopedia Financiera. Recuperado el 24 de Abril de 2014, de <http://www.encyclopediainanciera.com/sistema-financiero/intermediarios-financieros.htm>
28. La nueva hoja de ruta hacia la rentabilidad. (Junio de 2012). Hoteltur, 14.
29. Lee, K. y. (2002). Conceptos fundamentales de Ciencia e Investigación.

30. Lira Briceño, P. (2009). Finanzas y Financiamiento: Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer (Primera ed.). (E. Lastra, & A. Arce, Edits.) Perú: © Nathan Associates Inc.
31. Medina Hernández, L., & Flores Palomino, M. (2010). Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPES. Monografía, Huancavelica. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos87/incidencia-financiamiento-rentabilidad-mypes/incidencia-financiamiento-rentabilidad-mypes3.shtml>
32. Muñoz Córdova, E. (2013). Caracterización del financiamiento, la capacitación de las MYPES del sector servicios –rubro restaurantes de la ciudad de Sullana periodo 2012. Tesis para optar el título profesional de Contador Público, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000032261>
33. Muñoz, J. R. (2014). FUENTES DE RENTABILIDAD EMPRESARIAL. Obtenido de [https://cladea2014.files.wordpress.com/2014/10/paper\\_289.pdf](https://cladea2014.files.wordpress.com/2014/10/paper_289.pdf)
34. Nacional Financiera S.N.C. (s.f). Manual forma tu microempresa. Manual, México.
35. Nuñez Rojas, K. (2006). Administración de pequeñas empresas. (M. A. Cardoza Sernaqué, Ed.) Chimbote, Perú: Universidad los Ángeles de Chimbote.
36. Ocampo Mogollón, J. (2013). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en el crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresas del sector servicio - rubro restaurantes de comida rápida de la provincia de Piura, periodo 2011-2012. Tesis para optar el Título de Contador Público, Universidad los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 22 de Julio de 2014, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000027842>
37. Olivo Méndez, V. H. (Febrero de 2010). La eficiencia y rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas manufactureras exportadoras en Morelia Michoacan. Tesis para optar el Título de Maestro en Ciencias en Comercio

Exterior, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fbibliotecavirtual.dgb.umich.mx%3A8083%2Fjspui%2Fbitstream%2F123456789%2F6082%2F1%2FLAEFICIE%2FNCIAYRENTABILIDADDELASPEQUE%25C3%2591ASYMEDIANASE%2FMPRESASMANUFACTURE>

38. Ponce Polanco, M. (2012). El portal del capital humano. Obtenido de <http://www.infocapitalhumano.pe/articulos.php?id=44&t=los-rrhh-y-su-impacto-en-la-rentabilidad-empresarial>
39. Proinversión y Esan. (s.f). MYpequeña Empresa Crece. Recuperado el 30 de Abril de 2014, de [www.crecemype.pe/](http://www.crecemype.pe/)
40. Punto Contable. (s.f). Punto Contable. Recuperado el 30 de Abril de 2014, de <http://puntocontable.blogspot.com/2008/08/el-financiamiento-y-las-mypes.html>
41. Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://lema.rae.es/drae/?val=>
42. Rengifo Silva, J. (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del serctor comercio - rubro artesanía shipibo - conibo del distrito de Callería - Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009 - 2010. Tesis para optar el Título de Contador Público, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Coronel Portillo. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de [http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Ferp.uladech.edu.pe%2Farchivos%2F03%2F03012%2Fdocumentos%2Frepositorio%2F2012%2F01%2F03%2F00180%2F00018020130821115047.pdf&ei=LabpU7jfNYrK8gGd\\_4CQCw&usg=AFQjC](http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Ferp.uladech.edu.pe%2Farchivos%2F03%2F03012%2Fdocumentos%2Frepositorio%2F2012%2F01%2F03%2F00180%2F00018020130821115047.pdf&ei=LabpU7jfNYrK8gGd_4CQCw&usg=AFQjC)

43. Rubio Dominguez, P. (s.f). Introducción a la Gestión Empresarial. Fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas. Madrid, España: Eumed.net. Recuperado el 12 de Julio de 2014, de <http://www.eumed.net/libros-gratis>
44. Santiago Jiménez, A. I. (15 de Diciembre de 2004). Análisis de la Situación Actual que enfrentan micro y pequeños empresarios respecto al acceso a Financiamiento. Tesis para optar el Título de Licenciado en Contaduría y Finanzas con orientación en Asesoría Externa, Universidad de las Américas , Puebla. Recuperado el 15 de Abril de 2014, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/laex/santiago\\_j\\_ai/portada.html](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/santiago_j_ai/portada.html)
45. Santiesteban Zaldívar, E., Fuentes Frías, V. G., Leyva Cardeñoza, E., & Lozada Núñez, D. (2011). Análisis de la rentabilidad económica: tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial. Cuba: Universia.
46. Secretaria de turismo. (2004). Smetoolkit . Obtenido de Herramientas mype: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/2958/Programa-de-Modernizaci%C3%B3n-para-la-PYME-Tur%C3%ADstica>
47. Secretaria de turismo. (2005). Smetoolkit. Obtenido de Herramientas mype: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/2958/Programa-de-Modernizaci%C3%B3n-para-la-PYME-Tur%C3%ADstica>
48. Sevilla Siglo XXI S.A. (2009). Cuaderno para emprendedores y empresarios: gestión financiera. Argentina: El Cid Editor.
49. Sosa, M. (2008). Obtenido de La importancia de la capacitación del recurso humano: <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/rh/51/impcap.htm>
50. Sulbaran Silva, E. J. (2009). La técnica del punto de equilibrio aplicada a un producto turístico. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos84/tecnica-punto-equilibrio-producto-turistico/tecnica-punto-equilibrio-producto-turistico.shtml>

51. Talledo Rueda, G. S. (Octubre de 2013). Blog. Obtenido de Identidad cultural:  
<http://becara.blogspot.com/2009/03/problema-del-estudio.html>
52. Tantas Acuña, L. (2010). Caracterización del financiamiento la capacitación y la rentabilidad de las MYPES Del Sector Comercio – Rubro Distribuidoras De Útiles De Oficina Del Distrito De Chimbote, Periodo 2008-2009. Tesis para optar el Título de Contador Público, Chimbote. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/92531676/mype-1>
53. Univesidad de Cádiz. (2006). Plan Estratégico de la UCA, Fundación Universidad Empresa . Obtenido de [http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com\\_content&view=article&id=174%3Acapacidad-de-gestionar-y-transmitir-conocimiento&catid=55%3Acompetencias&Itemid=146](http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=article&id=174%3Acapacidad-de-gestionar-y-transmitir-conocimiento&catid=55%3Acompetencias&Itemid=146)
54. Vega Paredes, C. (2012). Análisis del financiamiento para las PYMES en la región Piura (Perú). Tesis para optar el Título de Master Propio Universitario, Universidad Internacional de Andalucía, España.
55. Vigil Lazo, Y. (s.f). Monografías.com. Recuperado el 30 de Abril de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos58/formacion-mypes/formacion-mypes2.shtml>
56. Vizcarra, N. (2006). Mundo Mype. Obtenido de <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=169>
57. Yamakawa, P., Del Castillo, C., Baldeón , J., Espinoza, L. M., Granda, J. C., & Vega , L. (2010).
58. Yamakawa, P., Del Castillo, C., Baldeón, J., Espinoza, L. M., Granda, J. C., & Vega, L. (Octubre de 2010). Modelo tecnológico de integración de servicios para la mype peruana. Primera. Lima, Perú: Cordillera S.A.C. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.esan.edu.pe%2Fpublicaciones%2F2010%2F10%2F20%2Flibro%2520mype%25201.pdf&ei=-njpU->

SKAqLG7Aa50IGgDg&usg=AFQjCNFdzDQyTKMx5Co\_OJkMOhcjx4eon  
A&si

59. Zuazo Ortiz, A. (16 de Setiembre de 2011). Mi propia empresa. Recuperado el 30 de Abril de 2014, de <http://www.mep.pe/etapas-del-proceso-de-financiamiento-de-la-mype/>

# ANEXOS



**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE HOTELERAS DE LA CARRETERA PANAMERICANA NORTE DE LA CIUDAD DE MÁNCORA AÑO 2014”

La información que usted nos proporcionará será anónima y utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

1. ¿La empresa tiene como política que sus colaboradores reciban capacitación de modo continuo?  
Si ( ) No ( )
2. ¿Cuál es el número de veces que ha recibido capacitación durante el año?  
Si ( ) No ( )
3. ¿Qué técnicas de capacitación utiliza?  
Si ( ) No ( )
4. ¿Quién realiza la capacitación?  
Si ( ) No ( )
5. ¿Al capacitar a sus trabajadores, puede aumentar eficacia y mejorar el rendimiento empresarial?  
Si ( ) No ( )
6. ¿Considera Ud. que la capacitación es una estrategia de reducción de costos?  
Si ( ) No ( )

7. ¿Cree que la rentabilidad de como respuesta mejores beneficios?  
Si ( ) No ( )
8. ¿Cree usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?  
Si ( ) No ( )
9. ¿Cuáles son los factores que miden la rentabilidad de su empresa?  
a) Intensidad de la inversión  
b) Productividad  
c) Participación de mercado  
d) Calidad de producto/servicio  
e) Tasa de crecimiento del mercado Integración vertical  
f) Costos operativos  
g) Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores
10. ¿Cuáles son los tipos de capacitación utilizados por su empresa?  
a) Capacitación para el trabajo  
b) Capacitación promocional  
c) Capacitación en el trabajo
11. ¿Cuáles son los tipos de rentabilidad conocidos por Ud.?  
a) Rentabilidad financiera.  
b) Rentabilidad económica.
12. ¿Cuáles son las fuentes de rentabilidad de su empresa?  
a) Posicionamiento de la empresa en el mercado  
b) Recursos y capacidades como generadores de ventajas competitivas  
c) La estrategia como creadora de rentabilidad y competitividad

Anexo N° 02- Relación de MYPE

1. SOL Y MAR
2. KIMBAS BUNGALOWS
3. Balsa & TOTORA MÁNCORA
4. LA QUEBRADA MANCORA
5. LA CASA DE BETTY
6. LOKI DEL MAR
7. RESTAURANT DEL WAWA
8. PUNTA BALLENAS
9. CASA BLANCA
10. EL CHAPARRAL
11. ARYIA
12. TERRAZAS
13. MIRAMAR
14. EL ARPON
15. INTI HOTEL
16. EL PIRATA

FUENTE: Municipalidad Distrital de Máncora. Vivamancora.com. Guía turística oficial autorizada.

## ANEXO N° 03 – VALIDACION DE EXPERTOS



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

### DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado Validador:

Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario anexo, el cuál será aplicado a las MYPE HOTELERAS de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el año 2014 seleccionadas, por cuanto considero que sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

**“CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE HOTELERAS DE LA  
CARRETERA PANAMERICANA NORTE DE LA CIUDAD DE MÁNCORA  
AÑO 2014”**

Para efectuar la validación del instrumento, Usted. Deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.

## JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan:

**E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C=Cambiar**

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

### Juicio de Experto sobre la Pertinencia del Instrumento

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS					OBSERVACIONES
N°	Ítem	E	B	M	X	C	
1	¿La empresa tiene como política que sus colaboradores reciban capacitación de modo continuo?						
2	¿Cuál es el número de veces que ha recibido capacitación durante el año?						
3	¿Qué técnicas de capacitación utiliza?						
4	¿Quién realiza la capacitación?						
5	¿Al capacitar a sus trabajadores, puede aumentar eficacia y mejorar el rendimiento empresarial?						
6	¿Considera Ud. que la capacitación es una estrategia de reducción de costos?						
7	¿Cree que la rentabilidad de como respuesta mejores beneficios?						

<b>8</b>	¿Cree usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?						
<b>9</b>	¿Cuáles son los factores que miden la rentabilidad de su empresa?						
<b>10</b>	¿Cuáles son los tipos de capacitación utilizados por su empresa?						
<b>11</b>	¿Cuáles son los tipos de rentabilidad conocidos por Ud.?						
<b>12</b>	¿Cuáles son las fuentes de rentabilidad de su empresa?						



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**

**DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN**

Estimado Validador:

Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario anexo, el cuál será aplicado a las MYPE HOTELERAS de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el año 2014 seleccionadas, por cuanto considero que sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

**“CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE HOTELERAS DE LA  
CARRETERA PANAMERICANA NORTE DE LA CIUDAD DE MÁNCORA  
AÑO 2014”**

Para efectuar la validación del instrumento, Usted. Deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.

## JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan:

**E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C=Cambiar**

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

### Juicio de Experto sobre la Pertinencia del Instrumento

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS					OBSERVACIONES
N°	Ítem	E	B	M	X	C	
1	¿La empresa tiene como política que sus colaboradores reciban capacitación de modo continuo?						
2	¿Cuál es el número de veces que ha recibido capacitación durante el año?						
3	¿Qué técnicas de capacitación utiliza?						
4	¿Quién realiza la capacitación?						
5	¿Al capacitar a sus trabajadores, puede aumentar eficacia y mejorar el rendimiento empresarial?						
6	¿Considera Ud. que la capacitación es una estrategia de reducción de costos?						
7	¿Cree que la rentabilidad de como respuesta mejores beneficios?						

<b>8</b>	¿Cree usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?						
<b>9</b>	¿Cuáles son los factores que miden la rentabilidad de su empresa?						
<b>10</b>	¿Cuáles son los tipos de capacitación utilizados por su empresa?						
<b>11</b>	¿Cuáles son los tipos de rentabilidad conocidos por Ud.?						
<b>12</b>	¿Cuáles son las fuentes de rentabilidad de su empresa?						



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**

**DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN**

Estimado Validador:

Es grato dirigirme a Ud., a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario anexo, el cuál será aplicado a las MYPE HOTELERAS de la carretera Panamericana Norte de la ciudad de Máncora en el año 2014 seleccionadas, por cuanto considero que sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

**“CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE HOTELERAS DE LA  
CARRETERA PANAMERICANA NORTE DE LA CIUDAD DE MÁNCORA  
AÑO 2014”**

Para efectuar la validación del instrumento, Usted. Deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.

## JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan:

**E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C=Cambiar**

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

### Juicio de Experto sobre la Pertinencia del Instrumento

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS					OBSERVACIONES
N°	Ítem	E	B	M	X	C	
1	¿La empresa tiene como política que sus colaboradores reciban capacitación de modo continuo?						
2	¿Cuál es el número de veces que ha recibido capacitación durante el año?						
3	¿Qué técnicas de capacitación utiliza?						
4	¿Quién realiza la capacitación?						
5	¿Al capacitar a sus trabajadores, puede aumentar eficacia y mejorar el rendimiento empresarial?						
6	¿Considera Ud. que la capacitación es una estrategia de reducción de costos?						
7	¿Cree que la rentabilidad de como respuesta mejores beneficios?						

<b>8</b>	¿Cree usted que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?						
<b>9</b>	¿Cuáles son los factores que miden la rentabilidad de su empresa?						
<b>10</b>	¿Cuáles son los tipos de capacitación utilizados por su empresa?						
<b>11</b>	¿Cuáles son los tipos de rentabilidad conocidos por Ud.?						
<b>12</b>	¿Cuáles son las fuentes de rentabilidad de su empresa?						