



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO- RUBRO
VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS -HUÁNUCO, 2018.**

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

AUTORA:

**ABIGAIL VENTURA HUAMAN GUZMAN
COD. ORCID. 0000-0002-1193-527X**

ASESOR:

**Dr. EDUARDO ANATOLIO MELGAREJO LEANDRO
COD. ORCID. 0000-0002-5592-2596**

HUÁNUCO

2019

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS SECTOR COMERCIO–RUBRO VENTA DE INSUMOS
INFORMÁTICOS -HUÁNUCO, 2018.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Meza Reyes, Arnulfo

COD. ORCID.0000-0001-5581-9211

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado

Huánuco, Perú

ASESOR

Dr. Eduardo Anatolio Melgarejo Leandro

COD. ORCID. 0000-0002-5592-2596

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Perú.

JURADO

Barrueta Salazar, Luis Henry

COD. ORCID. 0000-0002-9540-263X

Dávila Sánchez, Eddie Jerry

COD. ORDID. 0000-0003-4893-3283

Gavidia Medrano, Geroncio Algimiro

COD. ORCID. 0000-0002-2413-1155

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote filial Huánuco por acogernos en su seno.

A los docentes de la Escuela de Administración por sus enseñanzas y consejos para el éxito profesional de igual manera a nuestro asesor.

De igual manera a los comerciantes de las MYPES del rubro venta de insumos informáticos de Huánuco; por haberme brindado las facilidades necesarias para la aplicación de este trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A mis hijos quienes fueron el motivo y la inspiración para lograr mis objetivos y ser perseverante ante los obstáculos durante estos años en el claustro universitario, a ellos con mucho amor.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación estuvo dirigido a determinar en qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018. El estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño de investigación correlacional - descriptivo. Se trabajó con una población muestral de 30 MYPES del sector comercio rubro venta de ropa para niños, para determinar el muestreo se utilizó el muestreo no probabilístico intencional, ya que fue por la necesidad de la investigadora. Para la prueba de hipótesis y determinar el grado de influencia se aplicó la correlación de Pearson. Los resultados demostraron que entre la variable la capacitación y la variable rentabilidad de las MYPES su influencia o relación es positiva baja tras los resultados analizados, además con los resultados obtenidos se concluye aceptando la hipótesis de investigación.

Palabras clave: Capacitación, rentabilidad, insumos informáticos.

ABSTRACT

The present research was aimed at determining the extent to which training influences the profitability of micro and small enterprises trade - clothing sales for children - Huánuco, 2017. The study was a quantitative type with a correlational research design - descriptive. We worked with a sample population of 30 MYPES of the retail trade sector selling children's clothing, to determine the sampling was used non-probabilistic sampling intentional, as it was because of the need of the researcher. For the hypothesis test and to determine the degree of influence the Pearson correlation was applied. The results showed that between the training variable and the variable profitability of the MYPES their influence or relationship is positive low after the results analyzed, in addition with the results obtained it is concluded not accepting the research hypothesis.

Keywords: Training, profitability, clothing sales.

INDICE

TÍTULO DE LA TESIS	ii
HOJA DE FIRMA DE JURADO.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INDICE	viii

I. INTRODUCCIÓN.....	14
-----------------------------	-----------

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes.....	17
2.2 Bases Teóricas	24
2.2.1 Capacitación	28
2.2.2. Las habilidades gerenciales.....	32
2.2.3. Clasificación de la habilidades gerenciales.....	35
2.2.4. Relaciones laborales.....	37
2.2.5. Satisfacción del cliente.....	41
2.2.6. Rentabilidad.....	43
2.2.7. Rentabilidad financiera	47

III.HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General.....	51
3.2. Hipótesis Nula	51
3.3. Hipótesis Específicos.....	51

IV.METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación.....	52
4.2. Población y muestra.....	52
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	53

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	54
4.5. Plan de análisis.....	55
4.6. Matriz de consistencia.....	55
4.7. Principios éticos.....	58
V.RESULTADOS	
4.1 Resultados.....	60
V. CONCLUSIONES.....	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....88
ANEXOS.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	60
Ejerce liderazgo y gestiona el cambio en su empresa	
Tabla 2	61
Promueve la vivencia de los valores de la empresa y un clima de confianza para el logro de las metas propuestas.	
Tabla 3	62
Determina las condiciones para la evaluación y/o selección del personal de la empresa.	
Tabla 4	63
Muestra una actitud emprendedora y motiva los cambios necesarios con tenacidad.	
Tabla 5	64
Considera que la capacitación empresarial mejora las competencias profesionales.	
Tabla 6	65
La capacitación crea un mejor clima laboral	
Tabla 7	66
La capacitación aumenta la competitividad empresarial.	
Tabla 8	67
La capacitación empresarial reduce el estrés laboral.	
Tabla 9	68
Está convencido que la capacitación empresarial disminuye el ausentismo laboral.	
Tabla 10	69
Su empresa ofrece productos de calidad.	
Tabla 11	70
El cliente se siente satisfecho por el cumplimiento de la oferta ofrecida.	
Tabla 12	71
El servicio que brinda su empresa es de calidad.	
Tabla 13	72
Resuelve las quejas y reclamos de sus clientes en forma oportuna.	
Tabla 14	73

¿Por qué causas las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos no consiguen mejorar sus resultados empleando nuevas tecnologías?	
Tabla 15	74
¿Cuáles de las siguientes actividades primarias de la cadena de valor considera la más importante para mejorar su rentabilidad?	
Tabla 16	75
¿En el proceso de toma de decisiones las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos analiza los resultados posibles para cada alternativa?	
Tabla 17	76
¿Los gerentes en las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos toman decisiones estratégicas?	
Tabla 18	77
¿Qué tipos de liderazgo se impartió en las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos?	
Tabla 19	78
Al modificar la estructura de precios para diferenciarse y aumentar su rentabilidad ¿qué resultados obtuvo las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos?	
Tabla 20	79
¿Las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos consideran como factor la tasa de crecimiento de mercado en las decisiones financieras?	
Tabla 21	80
¿Las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos utilizan el monitoreo y control de riesgo financiero para su administración?	
Tabla 22	81
¿Las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos diversifican su cartera clientes para no caer en riesgo de inversión?	
Tabla 23	82
¿Las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos aplica el proceso de la administración del riesgo financiero?	

I. INTRODUCCIÓN

A través del presente trabajo de investigación la que se denomina “LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS – HUÁNUCO, 2018.” Teniendo en cuenta las tendencias en mención, estas crean un medio comercial distinto al que existía hace algunos años atrás. La competencia se ha vuelto tan multifacética e impredecible, que ninguna ventaja será capaz de durar, sino que deberá regenerarse constantemente de acuerdo al medio. Bajo este enfoque, las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del mundo desarrollado no han quedado rezagadas, dado que, las grandes empresas y/o corporaciones transnacionales que existen en la actualidad, se iniciaron como MYPE. Flores. A (2006)

En el Perú, la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), surgen por la necesidad de generación de empleo que no podido ser satisfecha por el Estado en su totalidad, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo, y por lo tanto, estas personas guiadas por esa necesidad y a su vez por un tema de emprendimiento buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, y para ello, recurren de diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto-emplearse, emplear a sus familiares y demás personas cercanas a su entorno. Gilberto. J (2009).

Para realizar este estudio se hizo una investigación correlacional - descriptivo, haciendo uso del tipo de estudio cuantitativo. Este trabajo consta de V capítulos:

En el capítulo I se formula el problema de investigación, los objetivos, justificación.

El capítulo II se menciona algunos trabajos que se han realizado tratando de solucionar el mismo problema. Esboza el marco teórico elaborando los elementos teórico – conceptuales que enmarcan y guían el problema e hipótesis formulados.

En el capítulo III se diseña la Metodología de la Investigación izando las variables, identificando la población y analizando los instrumentos de recolección de datos.

En el capítulo IV se realiza el tratamiento de los resultados, para poder determinar la relación entre las variables de estudio, se presentará mediante gráficos y tablas.

En el capítulo V se presenta las conclusiones del trabajo de investigación.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se ha formulado el siguiente enunciado:

¿En qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio –rubro venta de insumos informáticos –Huánuco, 2018?

Para lo cual se formuló el objetivo general: Determinar en qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio –rubro venta de insumos informáticos –Huánuco, 2018.

Y como objetivos específicos:

Determinar en qué medida el fortalecimiento de las habilidades gerenciales influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.

Determinar en qué medida las relaciones laborales influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.

Determinar en qué medida la satisfacción de los clientes influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

ASTETE Y SANHUEZA (2011) en su trabajo de investigación titulado “CAPACITACIÓN Y EMPLEO PARA LA MYPE A TRAVÉS DEL SENCE”, sustentada en la Universidad Austral de Chile para optar el grado de Licenciado en Administración, llegando a las siguientes conclusiones:

Con respecto a la variable empleabilidad no impacta positivamente a los trabajadores, ya que el acceder a una capacitación no les ha garantizado mantener u obtener un mejor trabajo que les permita una estabilidad familiar.

La productividad tiene un impacto parcial positivo en los micros y pequeños empresarios, porque con las becas logran mejorar la gestión de sus procesos productivos pero esta variable se ve afectada porque este tipo de empresas no tiene suficiente capacidad de inversión y financiamiento para mejorar en mayor medida la eficiencia de la MYPE.

La tercera variable en estudio es la competitividad, la cual está presente en los trabajadores y MYPES, la cual no ha tenido una señal positiva en ambos sectores, esto es porque los cursos que imparte el SENCE no logran desarrollar los contenidos necesarios para que los sectores antes mencionados puedan mantenerse en la industria a la que pertenecen.

Las capacitaciones que el SENCE ofrece a los trabajadores y trabajadoras son en base a las principales actividades económicas tales como: agrícola, ganadera, y forestal, que están presentes en la provincia de Valdivia. Además,

se inyectan recursos y mano de obra a las actividades que están propensas a estar en descenso (las actividades económicas mencionadas anteriormente) para disminuir el desempleo en la industria y obtener una estabilidad laboral.

Dos de los objetivos específicos no se lograron realizar porque hubo problemas con la fuente de información por el retraso de la ejecución de las becas impartidas para el segundo semestre. Por esta razón no se pudo obtener el marco muestral de ese periodo (dos años, como se había pensado al inicio de esta investigación). Por lo que solo se analizaron las personas que fueron beneficiadas el primer semestre del 2010. La baja ejecución de las Becas MYPE, se debió a falta de presupuesto del organismo del Estado, ya que producto del terremoto, se debieron destinar parte de los recursos a las regiones más afectadas.

Las características principales de los microempresarios encuestados es su bajo nivel educativo, sin embargo este es mayor en relación a los niveles educativos que poseen los trabajadores de las MYPES. Respecto a la edad los encuestados tienen una edad promedio 40 años, se reparten en un 50% son mujeres y un 50% pertenecen al género masculino.

BUSTOS (2013), en su tesis denominado “FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y CAPACITACIÓN EN EL DISTRITO FEDERAL PARA EL DESARROLLO DE MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS” sustentada en la Universidad Nacional Autónoma de México

para optar del Título de Licenciado de Economía, donde llegaron a las siguientes conclusiones:

Desarrollar una investigación en la que se aborde el interés de conocer las fuentes de financiamiento que se presentan para las MiPyMES requiere analizar la estructura organizacional que conforman las pequeñas empresas para obtener, así, una viabilidad productiva que les permita ser punto de interés para las empresas públicas o privadas encargadas de otorgar créditos.

Dentro de los mercados financieros, los rendimientos se incrementan en proporción al riesgo, lo cual, desde un enfoque netamente keynesiano, implica un mayor crecimiento que está en función tanto de la inversión como del empleo; observando las características de las fuentes de financiamiento existentes en la ciudad de México, existe cada vez una mayor preponderancia hacia la capacitación de las MiPyMES, más no hacia lo que en verdad debería convergerse, que es hacia el financiamiento, sin que a esto se le antepongan obstáculos burocráticos que retrasen la tarea de minimizar el riesgo y miedo que muchas veces el sector público posee ante la incertidumbre de ver recuperado o no el crédito otorgado a los microempresarios.

La cuestión fundamental que se esboza en la hipótesis de este trabajo de investigación tiene que ver con las alternativas de financiamiento, siendo éstas uno de los puntos centrales mayormente debatidos. Las acotaciones que se han incluido indican un predominio hacia el sector proveedores como fuente de financiamiento MiPyMES, seguido de la banca comercial y la banca de

desarrollo. El sector bancario comercial suele establecer una serie de requerimientos que obligan al microempresario cumplir para tener la posibilidad de acceder a un financiamiento; sin embargo, en ocasiones, las pequeñas empresas no suelen utilizar esta vía debido a las altas tasas de interés fijadas, debido a ello, se ha incluido un apartado orientado a conocer las vertientes hacia donde se dirige el financiamiento en el sector privado por parte de Nacional Financiera.

ASENJO (2009), en su tesis “CAPACITACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE LIMA METROPOLITANA” sustentada en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle para optar grado académico de Doctor en Ciencias de la Educación, donde concluyeron en lo siguiente:

La Capacitación a los Empresarios del Centro Comercial Gamarra se relaciona positivamente con la Gestión de las Micro y Pequeñas Empresas. Según la prueba empírica, la relación es de: 0,602, que es considerada como correlación positiva media, con un nivel de confianza del 99% y el 1% de error.

Esto significa que la Gestión de las MYPES de Gamarra está asociada a la Capacitación de los empresarios. El presente estudio corrobora lo expuesto en los antecedentes y en las bases teóricas sobre el manejo empresarial. Es importante hacer notar que la correlación obtenida es sólo media, porque los que gerencian las MYPES son sus propios dueños, que en un 70% no tienen educación superior empresarial; no tienen conocimientos suficientes en gestión empresarial: planificación, organización, dirección y control, para mejorar la gestión de sus empresas; y hacer frente a la globalización y la competencia por

la apertura de fronteras con los tratados de libre comercio que se están dando, con EE.UU. Chile y acuerdos comerciales, con otros países del mundo.

La Capacitación en Planificación de los Empresarios de Gamarra se relaciona positivamente con la Gestión de las Micro y Pequeñas Empresas. La prueba empírica da como resultado 0,483, considerada como correlación positiva media, con un nivel de confianza del 99% y del 1% de error.

La correlación encontrada entre la capacitación en planificación y la gestión corrobora la teoría de capacitación en gestión.

La correlación media encontrada en planificación nos da a conocer, que los empresarios de gamarra conocen medianamente elaborar proyectos, presupuestos, tienen una visión no tan clara de igual modo su visión, por lo tanto no colaboran dichos conocimientos apropiadamente para mejorar la gestión de sus empresas.

La Capacitación en Organización de los Empresarios de Gamarra se relaciona positivamente con la Gestión de las Micro y Pequeñas Empresas.

La prueba empírica da como resultado 0,510, considerada como relación positiva media, con un nivel de confianza del 99% y del 1% de error.

La relación entre capacitación y organización, hallada en el estudio, corrobora con las teorías sobre organización y gestión empresarial. La correlación encontrada en organización nos dice que los empresarios de Gamarra conocen medianamente de organigramas, funciones de constitución y formalización de sus empresas, esto no es apropiado para mejorar la gestión de sus unidades productivas.

La Capacitación en Dirección de los Empresarios de Gamarra se relaciona positivamente con la Gestión de las Micro y Pequeñas Empresas. La prueba empírica da como resultado 0,462, considerada como relación positiva media, con un nivel de confianza del 99% y del 1% de error. La asociación encontrada entre ambas variables corrobora el conocimiento teórico sobre capacitación en dirección y gestión empresarial.

BAYONA (2013), en su tesis, “ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA RENTABILIDAD DE LAS CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO EN EL PERÚ” sustentada en la Universidad de Piura para optar el título de Economista, en cuya investigación llegó a las siguientes conclusiones:

En primer lugar observamos que el rendimiento de las instituciones microfinancieras (CMAC) ha venido mejorando en los últimos años 54, principalmente en la CMAC Arequipa la cual a diciembre 2012 lidera el grupo de este tipo de instituciones.

El indicador de rendimiento ROE depende también de las decisiones que toman sus propios directivos y de la eficiencia con la que trabaja su administración y personal operativo. Sin embargo el entorno macroeconómico también influye en su determinación. Al respecto, el objetivo principal de este estudio en esta tesis es identificar que variables internas y del entorno influyen en el rendimiento de las

Cajas Municipales de Ahorro y Crédito en el Perú.

Trabajos empíricos anteriores han tomado en cuenta la importancia de factores o determinantes agregados y específicos. Desde ese punto de vista, en la presente investigación se ha estimado los determinantes de la rentabilidad (ROE) de las principales instituciones microfinancieras peruanas (CMAC) utilizando la metodología de datos de panel dinámicos.

Se concluyó que no solo son importantes las características del entorno económico donde la entidad se desenvuelve, sino que también los factores que se relacionan con las políticas específicas de cada institución.

Se pudo determinar que los seis factores microeconómicos relevantes que afectan la salud y la rentabilidad financiera (ROE) de las CMAC son el volumen de actividad (VOL), productividad (CREDTRAB), tasa de interés pagada (TAP), gastos promedio (GTOSPROM), los ingresos por servicios financieros y finalmente el apalancamiento de la institución.

El volumen de actividad tiene un gran impacto positivo en la rentabilidad de las CMAC lo que implica que durante este periodo hubo un aumento en el volumen el cual representa el total de activos en las CMAC, por ende conlleva a un mayor impacto sobre el desempeño financiero de estas instituciones.

Desde el análisis de macroeconómico se analizaron tres determinantes los cuales fueron crecimiento del producto bruto interno, tasa de interés pasiva de moneda nacional, tasa activa de moneda nacional y la inflación medida por el índice de precios al consumidor. El determinante con mayor influencia en el rendimiento de la institución resultó ser el crecimiento del Producto Bruto

Interno, el cual presente una relación positiva con el rendimiento, esto se explica con la mayor posibilidad del ente de poder cumplir con las deudas financieras.

Por otro lado, una subida en las tasas de interés, tanto activa como pasiva, provocara que la Tasa de interés recibida de las CMAC suba, teniendo esto un efecto positivo sobre las ganancias y rentabilidad de los mismos. La subida de las tasas de interés pasiva, provocara que la Tasa de Interés Pagada (tap) sufra el mismo comportamiento, el cual tendrá un efecto, en este caso negativo para el desempeño de las instituciones financieras.

Se puede determinar la importancia del nivel de apalancamiento en el impacto que tendrá la inflación sobre los estados financieros y su rentabilidad. Puesto que por teoría se sabe que las instituciones más beneficiadas en tiempos de inflación son justamente aquellas que tienen un alto nivel de apalancamiento.

HUAMANI Y LEONARDO (2015), en su tesis titulada “El ARRENDAMIENTO FINANCIERO Y SU RENTABILIDAD EN LAS MYPES DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS” sustentada en la Universidad Nacional del Callao para optar el título de Contador Público, donde llegaron a las siguientes conclusiones:

Se concluye que el arrendamiento financiero es un instrumento financiero de crédito mercantil que permite adquirir bienes de capital para mejorar el proceso de producción y hacerlas competitivas.

Al mejorar el proceso productivo, se podrá ofrecer al mercado un mejor producto y servicios que ayuden al micro y pequeño empresario a poder competir con otras empresas, aumentando sus ventas, por ende un incremento en su rentabilidad.

Bajo este mecanismo del arrendamiento financiero las MYPES tendrán un mejor posicionamiento financiero el cual les hará elegibles para los futuros financiamientos que puedan solicitar.

Este mecanismo de Leasing también permite a las MYPES mejorar su estructura financiera al adquirir bienes de capital, por ello permite mejorar la estructura financiera de las MYPES, ya que de acuerdo a la NIC 17, este tipo de operaciones forma parte del activo de la empresa.

VILLAR (2016), en su tesis denominada “FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y EL DESARROLLO DE UNA MYPE EN EL DISTRITO DE HUANUCO EN EL 2015”, sustentada en la Universidad de Huánuco, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, llegando a las siguientes conclusiones:

Las fuentes de financiamiento han influenciado de manera positiva en el desarrollo de las MYPES del Distrito de Huánuco, gracias a que dichas fuentes les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología, impulsándolos a una mejora tanto en su producción como en sus ingresos, ya que ahora cuentan con un mejor inventario para ofrecer a sus clientes.

Al evaluar el desarrollo de las MYPES del Distrito de Huánuco en el año 2015, constatamos que gran parte de las microempresas se han mantenido en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar efectivamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que en su mayoría fue de fuentes de entidades formales, en este caso de cajas rurales de ahorro y crédito como de cajas municipales de ahorro y crédito. Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para tener una fuente de ingreso permanente.

Finalmente se determina como resultado de la investigación que las MYPES han respondido favorablemente al financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por un ahorro personal o por la participación de entidades financieras, pero pese a este progreso aún persiste una carencia de cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, falta de formalización, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales; estos son aspectos que limitan a muchos emprendedores de poder invertir en nuevas tecnologías que les pueda generar una reducción en costos y un mejor margen de ingresos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Capacitación

Es un proceso destinado a promover, facilitar, fomentar y desarrollar, las aptitudes, habilidades o grado de conocimiento de los trabajadores, con el fin de

permitirles mejores oportunidades y condiciones de vida y de trabajo y de incrementar la productividad nacional, procurando la necesaria adaptación de los trabajadores a los procesos tecnológicos y a las modificaciones estructurales de la economía. La capacitación puede ser vista como sinónimo de formación continua”.

Para PENNA (2000) “la capacitación laboral es aquella inversión en capital humano, orientada a incrementar las competencias laborales, realizada con posterioridad a la educación formal. La capacitación no está sólo restringida al desarrollo de competencias del empleo asalariado, también puede comprender iniciativas destinadas al autoempleo o al micro emprendimiento”.

Existe un amplio rango de iniciativas de capacitación laboral como lo son la nivelación escolar con orientación a la inserción en el mercado laboral, la capacitación con énfasis en el desarrollo de competencias básicas, capacitación dirigida a las necesidades de empresas específicas y aquella orientada a grupos específicos. La capacitación busca básicamente promover el desarrollo integral del personal y como consecuencia el desarrollo de la capacitación. Además busca propiciar y fortalecer el conocimiento técnico y necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.

Los principales beneficios de la capacitación para los trabajadores es crear mejor imagen de la empresa, mejorar la relación jefe-subordinado, elevar la moral de la fuerza de trabajo e incrementar la productividad y la calidad en el trabajo. Los beneficios primordiales de la capacitación para los trabajadores es eliminar los

temores de las incompetencias, subir el nivel de satisfacción con el puesto y desarrollar un sentido de progreso.

SERNA y DELGADO (2007) mencionan que: la capacitación en el trabajo no puede escapar al concepto de la educación continua, que pueda significar un verdadero proceso de aprendizaje y un cambio de actitudes del individuo, en beneficio de una mayor y mejor capacidad de conocimiento, ya que quien aprende es un agente que genera su propia información, para ratificar o rectificar sus acciones, sus hábitos y comprender en forma más real su ubicación en el contexto social en el que se encuentra inmerso.

La capacitación del personal de cualquier empresa, es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las PYMES, pues existe la necesidad constante de que éstas se adapten al cambio, así mismo se supone que puede generar potencialmente mayor productividad. La globalización de la economía ha creado muchas oportunidades para las PYMES, pero también ha creado un sin número de retos, especialmente para las empresas de este tipo que desean tener una presencia global, o que envían a sus trabajadores a asignaciones en el extranjero, para poder comunicarse y comerciar (BARRAGAN, 2002: 134 –135).

Es por ello que, entre otras cosas, hoy por hoy se requiere de personas mejor capacitadas (administradores), para enfrentar los cambios que demandan las organizaciones, cambios con un enfoque de desarrollo integral (administrativo), considerando que los modelos tradicionales y actuales de la administración, se encuentran en una etapa crítica, al no resolver los problemas y cubrir o satisfacer

las necesidades que demanda la sociedad actual, entendiéndola a ésta también como una organización.

Problemas como la destrucción del medio ambiente, la pobreza, el desempleo, deben motivar a las empresas y a sus empresarios a buscar nuevas y mejores formas de administrar, nuevas formas de integrarse al entorno social que las rodea y del cual directa o indirectamente se benefician, y para ello se requiere de personas que posean o desarrollen actitudes investigativas, que les permitan conocer a su empresa, generar nuevas formas de competir, pero sobre todo, que orienten a las organizaciones a su desarrollo social y económico integral.

TOFFLER (1992) manifiesta que en el mundo se está produciendo un cambio de época que requiere nuevas formas de percepción, particularmente en los negocios, en el cual se contrasta con el paradigma anterior, en el que se visualizaban a las organizaciones como maquinas, caracterizadas por estructuras rígidas, personas consideradas como parte de las maquinas, que podían ser remplazadas sin problema, ordenes sin posibilidad de cuestionarse y ejecutivos que no comprendían y mucho menos reconocían los sentimientos como factor relevante en su relación con los trabajadores; así mismo sostiene que en las relaciones del ser humano de fines del siglo XX se está dando un cambio profundo, en cuanto a la estructura de poder, pues el conocimiento adquirirá mayor relevancia.

La capacitación en el trabajo se manifestó durante mucho tiempo a través de un aprendizaje en asociaciones gremiales, pero en las empresas este fenómeno se dio de forma más reciente, alcanzando un desarrollo visible en los años cincuenta. Ante todo hacer y explicar la capacitación, fue una de las preocupaciones de los profesionales, en una actitud de proselitismo, para demostrar sus beneficios (PAIN, 1993: 23 -24)

En pleno siglo XXI existen empresarios o empresas en las que no se le da importancia a la capacitación, en favor de una mejor y más productiva administración, pero como se mencionó anteriormente, el personal de cualquier organización se puede convertir en su recurso más valioso, motivo por el cual en esta era actual, denominada era del conocimiento, se requiere de personas altamente calificadas, atentos a descubrir y poner en práctica nuevas y mejores formas de administrar las empresas, para prevenir no solo su propia supervivencia, sino que además permita promover el desarrollo social integral de las organizaciones.

Normas que amparan la capacitación empresarial

- Constitución Política del Perú (1993 art.23)
- Decreto Legislativo 1086, Artículo 34, Promulgado el 28 de junio de 2008.
- Ley N° 27711 "Ley Orgánica del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo" (Promulgado el 29 de abril de 2002)
- Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña
- Empresa (MYPE) (Promulgada el 3 de julio de 2003)

2.2.2. Las Habilidades Gerenciales

WHETTEN y CAMERON (2011) definen las habilidades gerenciales como aquellas destrezas necesarias para manejar la propia vida, así como las relaciones con otros. Los nuevos tiempos se caracterizan por los constantes y repentinos cambios, sin embargo hay algo que no cambiará en mucho tiempo, las habilidades básicas que están en el núcleo de las relaciones personales positivas y agradables. Las relaciones siempre han estado guiadas por valores como el amor y la confianza y éstas son unas de las metas de los seres humanos. A pesar de los recursos tecnológicos, las habilidades humanas siempre serán fundamentales en el crecimiento particular y profesional del individuo.

Por otro lado, MADRIGAL (2009) llama habilidad al talento o ingenio de un sujeto para efectuar una labor; de esta forma en el ámbito organizacional, se considera que las habilidades de un gerente se miden en función de su capacidad y aptitud para administrar, tomar medidas, negociar y arreglar problemas; estos son términos que designan labores de primer grado en cualquier función directiva de todas las organizaciones gubernamentales o privadas. También intervienen conocimientos para realizar actividades como estructuras y planeación de estrategias en beneficio del desarrollo organizacional.

El Gerente

Hace algunas décadas se consideraba muy fácil definir el trabajo de un gerente, ya que ellos ocupaban los cargos administrativos, en los cuales

les decían a los demás colaboradores qué hacer y cómo hacerlo. Estos cargos administrativos eran ocupados por personas de diferentes características, edades que variaban entre los 18 años hasta los 80 años, los cuales tenían a su cargo diferentes tipos de empresas y hasta variaban entre gerentes hombres o mujeres. ROBBINS y COULTER (2013) resaltan que en el 2007 solo había 12 mujeres directoras encargadas de empresas destacadas en Estados Unidos.

Pero en la actualidad no es tan fácil definir a un gerente, ya que los constantes cambios que se dan dentro y fuera de la organización, hacen que en muchas ocasiones le corresponda al directivo realizar ciertas actividades que son meramente de cargos operativos. Entonces, ¿Cómo se podría definir a los gerentes? Son los colaboradores encargados de organizar y controlar la labor de otras personas, para que se logren los objetivos que se han planteado en la organización.

El trabajo de un administrador, entonces, no tiene que ver con resultados propios, sino con apoyar a los demás a efectuar sus labores, esto puede representar el enlace del trabajo de un distrito o inspeccionar a una sola persona.

BELKER y TOPCHIK (2007) comentan que el gerente debe ser el encargado de lograr que los colaboradores se auto dirijan, que realicen sus funciones con gusto y no solo porque lo tengan que hacer, por lo tanto

ellos deben enfocarse en su relación con los colaboradores y luego con la tarea que deben desempeñar, necesitan confiar en ellos.

Antes se presentaban dos tipos de directivos en las organizaciones, los especialistas, que se encargaban de los quehaceres técnicos con funciones concretas, y los generalistas, que se encargaban de la gerencia general.

Pero la modernidad ha forzado a buscar personas más allá de especialistas y generalistas, un nuevo tipo de gerente, que se encuentre competente para manejar empresas en el siglo XXI, se refiere entonces a un gerente integral, el cual es una persona capacitada para manejar recurso humano, físico, financiero, tecnológico, entre otros.

TOBAR (2010) afirma que cada puesto tiene sus propias funciones, el gerente integral es el encargado de fungir como capitán del equipo y velar porque todos los puestos realicen su trabajo adecuadamente. Cuando alguno de los departamentos efectúa mal sus funciones, no se dice que es únicamente ese departamento el que está mal, sino que se dice que la empresa es la que realiza mal sus operaciones. Es entonces cuando el gerente debe actuar de acuerdo a los tres ejes de la gerencia integral.

2.2.3. Clasificaciones de las habilidades gerenciales

La relación de un gerente con sus colaboradores es muy significativa, ya que implica el tratarlos con respeto y dignidad, esto se consigue a través de una formación directiva concreta y una actitud positiva. A criterio de

los autores WHETTEN y CAMERON (2005), las habilidades gerenciales esenciales son diez, agrupadas en tres categorías.

- Personales, contemplan a la persona en sí.
- Interpersonales, relación con las demás personas.
- Grupales, liderazgo y trabajo en equipo.

Las habilidades personales contemplan a la persona en sí, cuando una persona se conoce a sí misma (carácter, conducta, reacciones, entre otras) permite relacionarse e interactuar con las demás personas más fácil, estas interacciones ponen en evidencia las habilidades de comunicación, tolerancia, y solidaridad en las que los vínculos con los demás se verán beneficiados. Las destrezas grupales se refieren a la forma en que una persona toma la batuta de un grupo para dirigirlos a una meta en común.

En ese contexto, KATZ (como se citó en ROBBINS y COULTER, 2013) implementó un proyecto para detallar las destrezas gerenciales, en el cual identificó tres habilidades básicas, las habilidades técnicas, que son los conocimientos específicos de un trabajo y las técnicas necesarias para realizar correctamente las labores del puesto. Estas prácticas son más significativas en los escalones menores de la administración; también están las habilidades humanas, estas se centran en la capacidad de trabajar bien con las personas. Los gerentes que ponen estas habilidades en práctica, son los que logran desarrollar el potencial de cada uno de sus subordinados; y por último se encuentran las habilidades conceptuales, que son las que usan los gerentes para

deliberar y enjuiciar condiciones imprecisas y complicadas. Con estas habilidades el gerente logra contemplar la organización en su totalidad.

MADRIGAL (2009) considera que las habilidades que un gerente debe dominar en primer lugar es la comunicación, saber tomar decisiones y estar conscientes del riesgo que cada una conlleva, tener creatividad para innovar, improvisar y planear, ser líder, saber manejar el tiempo y sobre todo ser asertivo. También explica que las habilidades son capacidades que se logran del desarrollo del juicio, la información, la experiencia y el talento.

2.2.4. Relaciones laborales

La expresión relaciones laborales se utiliza habitualmente para designar las prácticas y las reglas que estructuran las relaciones entre los asalariados, los empresarios y el Estado en diferentes ámbitos: dentro de una empresa, una rama de actividad, un territorio determinado o la economía en general. Estas relaciones pueden ser individuales o colectivas, de modo que los actores pueden estar directamente implicados o bien pueden relacionarse por medio de sus representantes (como pueden ser los grupos, los sindicatos de asalariados, las organizaciones empresariales o bien las instituciones del Estado). Asimismo, estas relaciones pueden ser informales y formales (acuerdos, convenios colectivos, reglamentos, leyes, etc.), (MARTÍN, s/f: 155).

Esta amplia definición de las relaciones laborales permite delimitar un campo de investigación científica en cuyo seno los especialistas pueden optar por ciertos temas de investigación, como pueden ser el estudio del movimiento sindical, de las asociaciones empresariales, los conflictos laborales, la negociación colectiva y otros.

Teorías relacionadas con las Relaciones Laborales

El enfoque clásico de la organización del trabajo se basa en tres teorías: La Teoría de la Organización Científica de Taylor, El Modelo de Burocracia de Weber y El Concepto de Administración de Fayol.

Teoría de la organización científica de Taylor: Para él la mejor forma de ejecutar una tarea era dividirla en elementos básicos. Cada elemento sería tan simple que cualquier trabajador con un mínimo de capacitación podría realizarlo en un tiempo mínimo. Las cadenas de montaje, la ultra especialización de las tareas y los salarios por trabajo a destajo han evolucionado a partir de este enfoque. (Simón Dolan, Randall S. Schuler, Ramón Valle. La gestión de los recursos humanos).

El modelo burocrático de Weber: trae la jerarquía, las líneas de autoridad y la sistematización de comportamientos. El trabajo debe hacerse de forma rutinaria, impersonal, en un marco rígido y con un conjunto de reglas o directrices, por lo que nada debe dejarse a la improvisación o a la creatividad de los individuos.

Teoría de administración de empresas de Fayol: esta teoría aporta las cuatro funciones clásicas de un administrador competente: planificación, organización, dirección y control. De esta teoría también se mantiene la noción de unidad de mando, por lo cual un subordinado debe recibir las órdenes de un único supervisor, la distinción de autoridad de línea (ejecutiva) y asesora, la noción de alcance de control que determina el número de empleados que puede supervisar con eficiencia un gerente, y el principio de especialización de funciones, basado en el agrupamiento de actividades similares en el mismo departamento.

Por otra parte, se encuentra la Teoría del comportamiento, la cual ofrece teorías sobre las necesidades humanas. La Escuela de las Relaciones Humanas promovida por Elton Mayo, propone que unas relaciones humanas mejores llevan a unos resultados mejores.

Teoría de las Relaciones Humanas de Elton Mayo

La teoría de Mayo revela algunos datos inesperados (en los años de su investigación) sobre las relaciones humanas. Las principales conclusiones de los experimentos fueron las siguientes:

- La vida industrial le ha restado significado al trabajo, por lo que los trabajadores se ven forzados a satisfacer sus necesidades humanas de otra forma, sobre todo mediante las relaciones humanas;

- Los aspectos humanos desempeñan un papel muy importante en la motivación, las necesidades humanas influyen en el grupo de trabajo;
- Los trabajadores no sólo les interesan satisfacer sus necesidades económicas y buscar la comodidad material;
- Los trabajadores responden más a la influencia de sus colegas que a los intentos de la administración por controlarlos mediante incentivos materiales;
- Los trabajadores tenderán a formar grupos con sus propias normas y estrategias diseñadas para oponerse a los objetivos que se ha propuesto la organización. (Koontz y Weihrich 1999).

Teoría de los Factores de Herzberg

Herzberg considera que existen dos factores que explican la motivación de los trabajadores en la empresa:

Factores motivadores son los que determinan el mayor o menor grado de satisfacción en el trabajo y están relacionados con el contenido del trabajo:

- La realización de un trabajo interesante.
- El logro.
- La responsabilidad.
- El reconocimiento.
- La promoción.

Estos factores son los que mueven al trabajador hacia actitudes positivas y a sentir satisfacción.

Factores de higiene, están relacionados con el contexto de trabajo y hacen referencia al tratamiento que las personas reciben en su trabajo:

- Las condiciones de trabajo.
- La remuneración.
- Las relaciones humanas.
- La política de la empresa.

Cuando estos factores no se han resuelto bien, producen insatisfacción pero cuando se intenta mejorarlos, no logran por sí solos provocar la auténtica satisfacción. En resumen, la satisfacción se logra por dos tipos de factores que son independientes y de distinta dimensión. Por otro lado, todos los factores son susceptibles de una correcta utilización por parte de los directores de los equipos de trabajo. (Koontz y Weihrich, 1999).

2.2.5. Satisfacción del cliente

Es el resultado de la indiferencia entre los estándares de comparación previos de los clientes y la percepción del rendimiento del servicio o bien de consumo (MORALES & HERNANDEZ, 2004).

Se basa en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer que necesitan los usuarios

y los consumidores. Sin embargo hay que tener en cuenta que esta medida es la más compleja de todas, ya que las personas pueden dar distinta importancia a diferentes atributos del producto o servicio y es difícil medir las expectativas cuando los propios usuarios o consumidores a veces, no las conocen de antemano, sobre todo cuando están ante un producto o servicio de compra o uso poco frecuente (MORALES & HERNANDEZ, 2004).

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto(o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (KOTLER & ARMSTRONG, MARKETING, 2004).

Es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio (HOFFMAN & BATESON, 2011).

Define como la calidad centrada en el cliente entiende como la satisfacción, o incluso la superación, de las expectativas del cliente.

Depende del desempeño percibido de un producto en relación a las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto es inferior a las expectativas el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es igual a las expectativas el cliente quedará insatisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas el cliente quedará satisfecho. Si el desempeño es superior

a las expectativas el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado (KOTLER ARMSTRONG, 2013: 14).

Los clientes se forman expectativas sobre el valor y la satisfacción que les entregaran las varias ofertas del mercado y realizan sus compras de acuerdo con ellas. Los clientes además. Insatisfechos con frecuencia cambian y eligen productos de la competencia, y menosprecian el producto original ante los demás (KOTLER ARMSTRONG, 2013: 07). Satisfacción es la respuesta de realización del consumidor. Es un juicio de que una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo (GREMLER, ZEITHAML, & BITNER, 2009: 104).

2.2.6. Rentabilidad

Normalmente las empresas de actividad privada apuestan o invierten con la finalidad de buscar una rentabilidad, es decir una ganancia; en otras situaciones los inversionista, los empresarios que es lo que hacen colocan su capital en una institución financiera y producto de los intereses que pagan estas instituciones financieras al término de un mes o de un año, los inversionistas, empresarios ganan intereses y ellos son para sus gastos necesarios, ya que existen otro inversionistas o empresarios que arriesgan más lo que conlleva hacer empresa. Por ejemplo, puede que sea un pequeño empresario o inversionista que, pese a sus pocos recursos, está muy bien gestionada y obtiene beneficios elevados, ya que podría definirse brevemente como la aptitud y capacidad para producir futuros

réditos, resultados positivos, es decir: rentabilidad por lo cual tiene esa capacidad de generar (beneficio, ganancia, provecho y utilidad). No obstante tenga fortalezas y debilidades de la empresa; por lo tanto La rentabilidad está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión.

Puesto que si el empresario no arriesga se limitaría a recibir los intereses que no es de su agrado, pero invirtiendo en una empresa lograra mayor ganancia, incluso lo que apuestan hacer empresa miden su rentabilidad y técnicamente hay varias formas de medir la rentabilidad para ver si su capital que han depositado se lo está devolviendo, por lo tanto se evaluara mediante la medición si se ha obtenido la ganancia esperada o una perdida.

Por ello para una mejor comprensión se citara los siguientes conceptos:

Según el autor SÁNCHEZ (2002) lo define como: “Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre

alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori", y FAGA y RAMOS (2006) manifiesta que "Rentabilidad es, en principio, sinónimo de ganancia, de utilidad, de beneficio, de lucro. Presupone la realización de negocios con márgenes positivos, implica que en el largo plazo, el dinero que entra en la empresa es mayor que el dinero que sale de la misma".

Después de definir que es la rentabilidad, es necesario recalcar los diferentes tipos que existen y para comenzar definiremos la rentabilidad económica que según el autor SÁNCHEZ (2002) define que "La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación. Mientras que MARTÍNEZ y MILLA (2012) lo define como "la Rentabilidad económica, ROI, del inglés return on investment o rendimiento de los activos, que puede mejorarse a través de actuaciones tanto actuando sobre los márgenes de explotación (beneficio sobre ventas) como aumentando la rotación de activos (uso más eficiente de los mismos).

Toma de decisiones

Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones de la vida en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar y empresarial (utilizando metodologías cuantitativas que brinda la administración). La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una opción entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial (aun cuando no se evidencie un conflicto latente).

La toma de decisiones a nivel individual se caracteriza por el hecho de que una persona haga uso de su razonamiento y pensamiento para elegir una solución a un problema que se le presente en la vida; es decir, si una persona tiene un problema, deberá ser capaz de resolverlo individualmente tomando decisiones con ese específico motivo.

En la toma de decisiones importa la elección de un camino a seguir, por lo que en un estado anterior deben evaluarse alternativas de acción. Si estas últimas no están presentes, no existirá decisión.

Para tomar una decisión, cualquiera que sea su naturaleza, es necesario conocer, comprender, analizar un problema, para así poder darle solución. En algunos casos, por ser tan simples y cotidianos, este proceso se realiza de forma implícita y se soluciona muy rápidamente, pero existen otros casos en los cuales las consecuencias de una mala o buena elección pueden tener repercusiones en la vida y si es en un contexto

laboral en el éxito o fracaso de la organización, para los cuales es necesario realizar un proceso más estructurado que puede dar más seguridad e información para resolver el problema. Las decisiones nos atañen a todos ya que gracias a ellas podemos tener una opinión crítica.

2.2.7. Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por los capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. Puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa (MACAS y LUNA, 2010: 46).

Fórmula de la rentabilidad financiera

Es la relación entre el beneficio después de intereses e impuestos y el patrimonio. La rentabilidad financiera o de los fondos propios, es el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{utilidad después de intereses e impuestos}}{\text{Patrimonio}}$$

Riesgo financiero

La administración de riesgos financieros es una rama especializada de las finanzas corporativas, que se dedica a el manejo o cobertura de los riesgos financieros

La incertidumbre existe siempre que no se sabe con seguridad lo que ocurrirá en el futuro. El riesgo es la incertidumbre que “importa” porque incide en el bienestar de la gente... _Toda situación riesgosa es incierta, pero puede haber incertidumbre sin riesgo”. (BODIE, 1998).

Por esta razón, un administrador de riesgos financieros se encarga del asesoramiento y manejo de la exposición ante el riesgo de corporativos o empresas a través del uso de instrumentos financieros derivados. Para brindar un panorama más particular sobre la administración de riesgos en el cuadro No. 1, se puede apreciar la diferencia entre objetivos y funciones de la administración de riesgos financieros.

Cuadro No. 1: Objetivos y funciones de la administración de riesgos financieros

OBJETIVOS	FUNCIONES
Identificar los diferentes tipos de riesgo que pueden afectar la operación y/o	Determinar el nivel de tolerancia o aversión al riesgo.

resultados esperados de una entidad o inversión.	
Medir y controlar el riesgo - instrumentación de técnicas y herramientas, políticas e implementación de procesos.	Determinación del capital para cubrir un riesgo.
	Monitoreo y control de riesgos.
	Garantizar rendimientos sobre capital a los accionistas.
	Identificar alternativas para reasignar el capital y mejorar rendimientos.

Fuente: Frago (2002).

También es de suma importancia conocer los tipos de riesgos a los que se enfrenta toda empresa, así como, su definición; ver cuadro No. 2 donde se presentan todos los tipos de riesgos financieros más generales y comunes.

Cuadro No. 2: Tipos de riesgos financieros

TIPO DE RIESGO	DEFINICIÓN
RIESGO DE MERCADO	Se deriva de cambios en los precios de los activos y pasivos financieros (o volatilidades) y se mide a través de los cambios en el valor de las posiciones abiertas.
RIESGO CRÈDITO	Se presenta cuando las contrapartes están poco dispuestas o imposibilitadas para cumplir sus obligaciones contractuales
RIESGO DE LIQUIDEZ	Se refiere a la incapacidad de conseguir obligaciones de flujos de efectivo necesarios, lo cual puede forzar a una liquidación anticipada, transformando en consecuencia las pérdidas en “papel” en pérdidas realizadas
RIESGO OPERACIONAL	Se refiere a las pérdidas potenciales resultantes de sistemas inadecuados, fallas administrativas, controles defectuosos, fraude, o error humano
RIESGO LEGAL	Se presenta cuando una contraparte no tiene la autoridad legal o regulatoria para realizar una transacción
RIESGO TRANSACCIÓN	Asociado con la transacción individual denominada en moneda extranjera: importaciones, exportaciones, capital extranjero y prestamos

RIESGO TRADUCCIÓN	Surge de la traducción de estados financieros en moneda extranjera a la moneda de la empresa matriz para objeto de reportes financieros
RIESGO ECONÓMICO	Asociado con la pérdida de ventaja competitiva debido a movimientos de tipo de cambio

Fuente: Elaboración propia en base a: Lewent (1990), Fragoso (2002),

Jorion (1999), Baca (1997) y, Díaz (1996).

III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

La capacitación influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.

3.2. Hipótesis nula (H₀)

La capacitación no influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.

3.3. Hipótesis específicas

El fortalecimiento de las habilidades gerenciales influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.

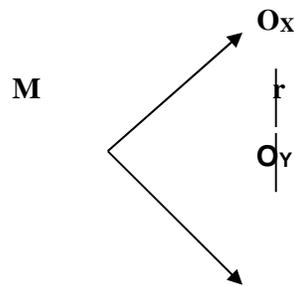
Las relaciones laborales influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.

La satisfacción de los clientes influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación a utilizar es el diseño correlacional – descriptivo. Hernández (2009), dice que es correlacional porque se va a determinar de grado de influencia entre las variables de estudio (variable dependiente y variable independiente). Y su esquema es la siguiente:



Dónde:

M = es la muestra de estudio.

O_X = observación a la variable: la capacitación.

O_Y = observación a la variable: la rentabilidad. r

= relación entre las variables de estudio

4.2. Población y Muestra

Población

En la presente investigación está constituida por 30 MYPES del sector comercio rubro venta de insumos informáticos–Huánuco, que se encuentran relacionados con el tema de Investigación.

Muestra

La muestra se determinó por un muestreo no probabilístico, esto quiere decir que se seleccionó la muestra de manera intencional y de conveniencia de la investigadora, en este caso la muestra de estudio está constituido por 30 MYPES del sector comercio rubro venta de insumos informáticos.

4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1 La capacitación	Es un proceso continuo de enseñanza aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales. Puede ser interna o externa, de acuerdo a un programa permanente, aprobado y que pueda brindar aportes a la Institución.	Fortalecimiento de las habilidades gerenciales Relaciones laborales Satisfacción de los clientes	Manejo de Liderazgo. Manejo de Dirección. Manejo de Personal. Manejo Interpersonal. Mejora competencias profesionales. Mejor clima laboral. Empresas competitivas. Reducción del estrés laboral. Menos ausentismo laboral. Productos de calidad. Cumplimiento con lo ofrecido. Brindar un buen servicio. Resolver quejas y reclamos.	Si/No

B. Instrumentos

Los principales instrumentos que se utilizaron en la presente investigación fueron los siguientes:

- El Cuestionario

4.5. PLAN DE ANÁLISIS

Para contrastar las hipótesis se usará la correlación de Pearson, además para el tratamiento de los datos utilizaremos el programa de Excel con tablas de distribución y gráficos.

4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO-RUBRO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS – HUÁNUCO, 2018.

Enunciado del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables - operacionalización	DISEÑO METODOLÓGICO	
				Tipo de Investigación	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
<p>¿En qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro venta de insumos informáticos Huánuco, 2018?</p> <p>Específicos</p> <p>¿En qué medida el fortalecimiento de las habilidades gerenciales influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos– Huánuco, 2018?</p> <p>¿En qué medida las relaciones laborales influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos– Huánuco, 2018?</p> <p>¿En qué medida la satisfacción de los clientes influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro venta de insumos informáticos Huánuco, 2018?</p>	<p>Objetivo General Determinar en qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018</p> <p>Objetivos Específicos Determinar en qué medida el fortalecimiento de las habilidades gerenciales influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.</p> <p>Determinar en qué medida las relaciones laborales influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.</p> <p>Determinar en qué medida la satisfacción de los clientes influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL La capacitación influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.</p> <p>HIPÓTESIS NULA (Ho) La capacitación no influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos– Huánuco, 2018.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS El fortalecimiento de las habilidades gerenciales influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos– Huánuco, 2018.</p> <p>Las relaciones laborales influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.</p>	<p>Variable 1 LA CAPACITACIÓN</p> <p>Dimensiones Fortalecimiento de las habilidades gerenciales</p> <p>Relaciones laborales</p> <p>Satisfacción de los clientes</p> <p>Variable 2 LA RENTABILIDAD</p> <p>Dimensiones Cadena de valor</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Rentabilidad financiera</p> <p>Riesgo financiero</p>	<p>Según nuestra investigación, reúne las características para denominarse investigación aplicada, debido a que los resultados de esta investigación pueden ser aplicados al área logística y en su desarrollo de esta.</p>	<p>Técnicas: Las principales técnicas que se utilizaron en la presente investigación fue la encuesta, la que fue aplicados a los comerciantes de las MYPES del rubro comercio venta de insumos informáticos– Huánuco.</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p>

		La satisfacción de los clientes influye considerablemente en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de insumos informáticos – Huánuco, 2018.			
--	--	--	--	--	--

4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS

La investigación no es sólo un acto técnico; es ante todo el ejercicio de un acto responsable, y desde esta perspectiva la ética de la investigación hay que planteársela como un subconjunto dentro de la moral general aunque aplicada a problemas mucho más restringidos que la moral general, puesto que nos estaríamos refiriendo a un aspecto de la ética profesional.

Respeto por las personas

Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto que esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante. Es importante tener una atención especial a los grupos vulnerables, como pobres, niños, marginados, prisioneros... Estos grupos pueden tomar decisiones empujados por su situación precaria o sus dificultades para salvaguardar su propia dignidad o libertad.

Justicia

El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda

la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

TABLA N° 01

EJERCE LIDERAZGO Y GESTIONA EL CAMBIO EN SU EMPRESA

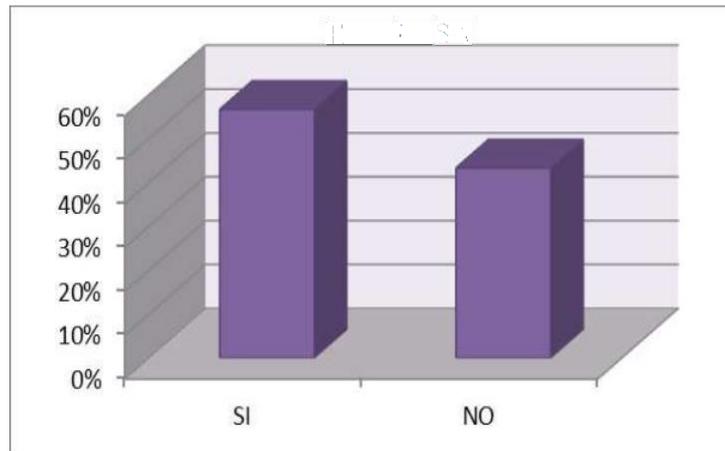
CATEGORIA	fi	%
SI	17	57%
NO	13	43%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 01

EJERCE LIDERAZGO Y GESTIONA EL CAMBIO EN SU



Fuente: Tabla N° 01

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 01 se observa que:

El 57% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si ejerce liderazgo y gestiona el cambio en su empresa; y el 43% mencionaron que no ejerce liderazgo y no gestiona el cambio en su empresa.

TABLA N° 02

PROMUEVE LA VIVENCIA DE LOS VALORES DE LA EMPRESA Y UN CLIMA DE CONFIANZA PARA EL LOGRO DE LAS METAS PROPUESTAS.

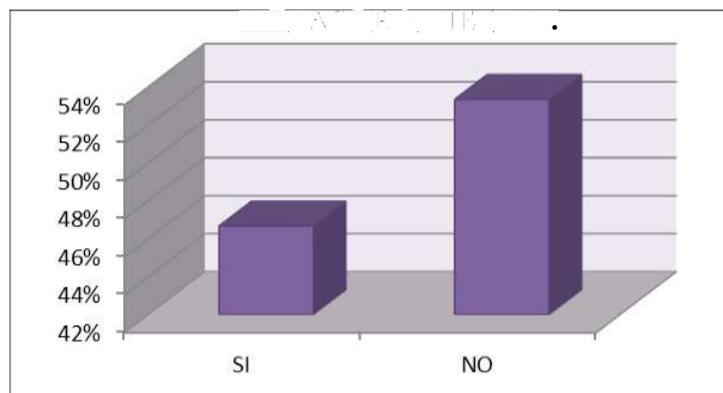
CATEGORIA	fi	%
SI	14	47%
NO	16	53%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 02

PROMUEVE LA VIVENCIA DE LOS VALORES DE LA EMPRESA Y UN CLIMA DE CONFIANZA PARA EL LOGRO DE LAS



Fuente: Tabla N° 02

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 02 se observa que:

El 47% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que sí promueve la vivencia de los valores de la empresa y un clima de confianza para el logro de las metas propuestas; y el 53% mencionaron que no promueve la vivencia de los valores de la empresa y un clima de confianza para el logro de las metas propuestas.

TABLA N° 03

DETERMINA LAS CONDICIONES PARA LA EVALUACIÓN Y/O SELECCIÓN DEL PERSONAL DE LA EMPRESA.

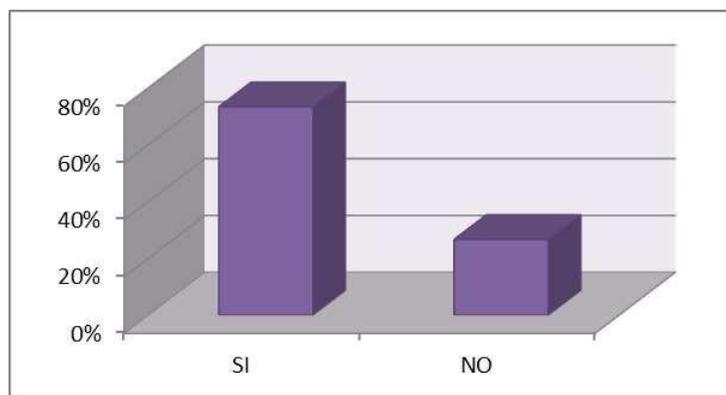
CATEGORIA	fi	%
SI	22	73%
NO	8	27%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 03

DETERMINA LAS CONDICIONES PARA LA EVALUACIÓN Y/O SELECCIÓN DEL PERSONAL DE LA EMPRESA.



Fuente: Tabla N° 03

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 03 se observa que:

El 73% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si determina las condiciones para la evaluación y/o selección del personal de la empresa; y el 27% mencionaron que no determina las condiciones para la evaluación y/o selección del personal de la empresa.

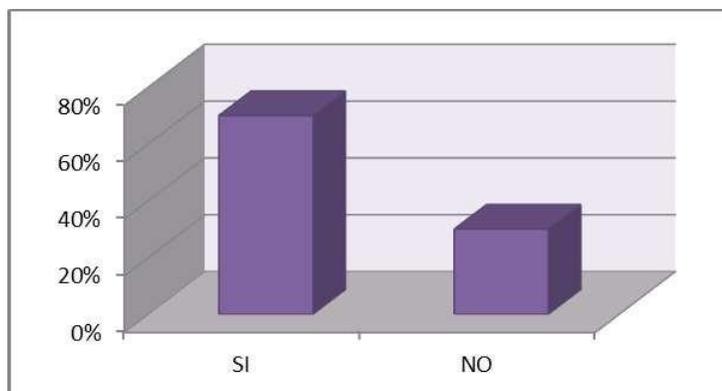
TABLA N° 04
MUESTRA UNA ACTITUD EMPRENDEDORA Y MOTIVA LOS CAMBIOS NECESARIOS CON TENACIDAD.

CATEGORIA	fi	%
SI	21	70%
NO	9	30%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 04
MUESTRA UNA ACTITUD EMPRENDEDORA Y MOTIVA LOS CAMBIOS NECESARIOS CON TENACIDAD.



Fuente: Tabla N° 04

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 04 se observa que:

El 70% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si muestra una actitud emprendedora y motiva los cambios necesarios con tenacidad; y el 30% mencionaron que no muestra una actitud emprendedora y motiva los cambios necesarios con tenacidad.

TABLA N° 05

CONSIDERA QUE LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL MEJORA LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES.

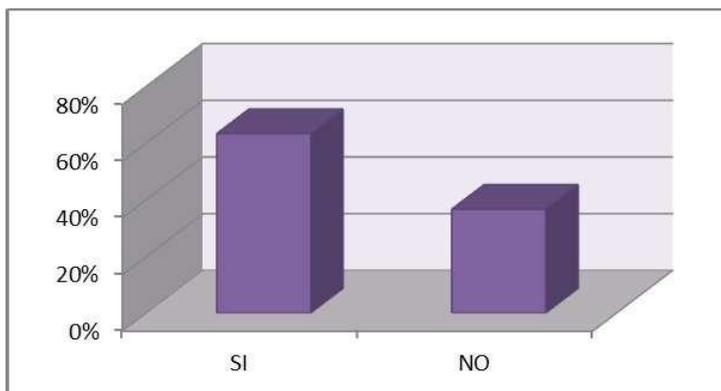
CATEGORIA	fi	%
SI	19	63%
NO	11	37%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 05

CONSIDERA QUE LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL MEJORA LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES.



Fuente: Tabla N° 05

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 05 se observa que:

El 63% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si considera que la capacitación empresarial mejora las competencias profesionales; y el 37% mencionaron que no considera que la capacitación empresarial mejora las competencias profesionales.

TABLA N° 06

LA CAPACITACIÓN CREA UN MEJOR CLIMA LABORAL

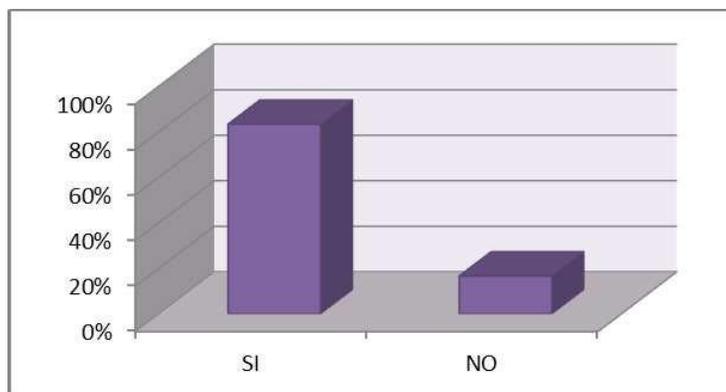
CATEGORIA	fi	%
SI	25	83%
NO	5	17%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 06

LA CAPACITACIÓN CREA UN MEJOR CLIMA LABORAL



Fuente: Tabla N° 06

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 06 se observa que:

El 83% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si considera que la capacitación crea un mejor clima laboral; y el 17% mencionaron que no considera que la capacitación crea un mejor clima laboral.

TABLA N° 07

LA CAPACITACIÓN AUMENTA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.

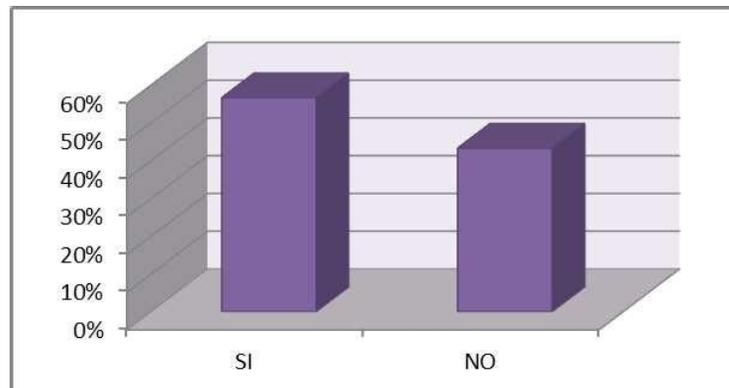
CATEGORIA	fi	%
SI	17	57%
NO	13	43%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 07

LA CAPACITACIÓN AUMENTA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.



Fuente: Tabla N° 07

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 07 se observa que:

El 57% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si considera que la capacitación aumenta la competitividad empresarial; y el 43% mencionaron que no considera que la capacitación aumente la competitividad empresarial.

TABLA N° 08

LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL REDUCE EL ESTRÉS LABORAL.

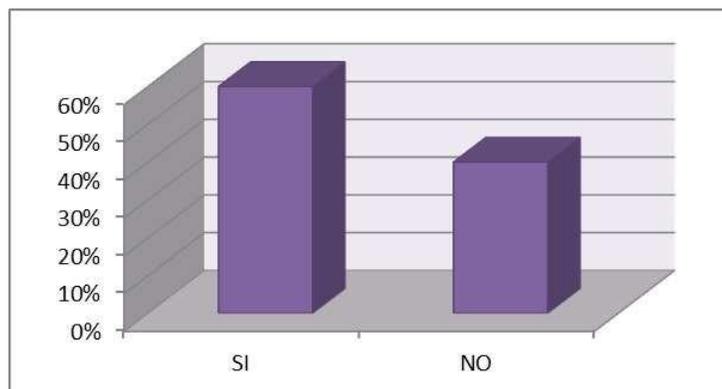
CATEGORIA	fi	%
SI	18	60%
NO	12	40%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 08

LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL REDUCE EL ESTRÉS LABORAL.



Fuente: Tabla N° 08

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 08 se observa que:

El 60% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si considera que la capacitación empresarial reduce el estrés laboral; y el 40% mencionaron que no considera que la capacitación empresarial reduce el estrés laboral.

TABLA N° 09

ESTÁ CONVENCIDO QUE LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL DISMINUYE EL AUSENTISMO LABORAL.

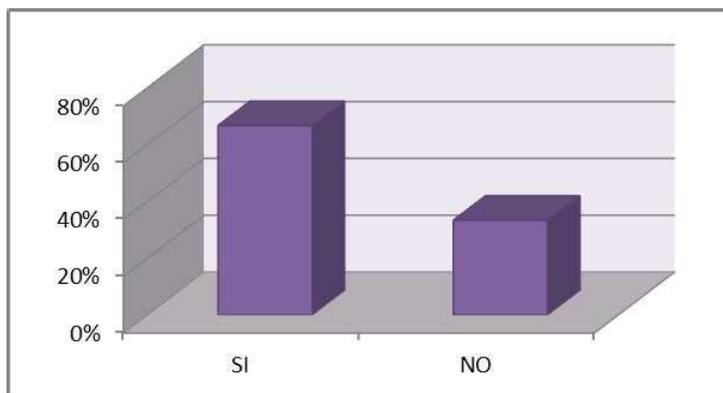
CATEGORIA	fi	%
SI	20	67%
NO	10	33%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 09

ESTÁ CONVENCIDO QUE LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL DISMINUYE EL AUSENTISMO LABORAL.



Fuente: Tabla N° 09

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 09 se observa que:

El 60% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si está convencido que la capacitación empresarial disminuye el ausentismo laboral; y el 40% mencionaron que no está convencido que la capacitación empresarial disminuye el ausentismo laboral.

TABLA N° 10

SU EMPRESA OFRECE PRODUCTOS DE CALIDAD.

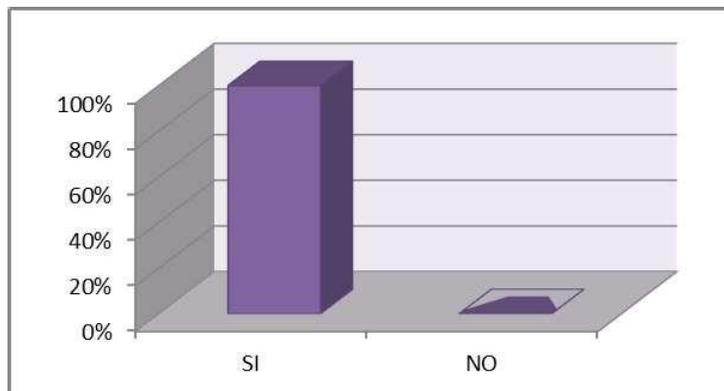
CATEGORIA	fi	%
SI	30	100%
NO	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 10

SU EMPRESA OFRECE PRODUCTOS DE CALIDAD.



Fuente: Tabla N° 10

Elaboración: Propio

En la TABLA N° 10 se observa que:

El 100% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si sus empresas ofrecen productos de calidad.

TABLA N° 11

EL CLIENTE SE SIENTE SATISFECHO POR EL CUMPLIMIENTO DE LA OFERTA OFRECIDA.

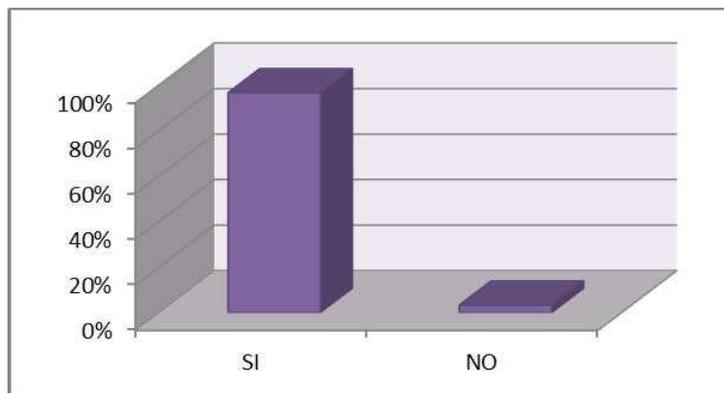
CATEGORIA	fi	%
SI	29	97%
NO	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 11

EL CLIENTE SE SIENTE SATISFECHO POR EL CUMPLIMIENTO DE LA OFERTA OFRECIDA



Fuente: Tabla N° 11

Elaboración: Propio

En la TABLA N° 11 se observa que:

El 97% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si el cliente se siente satisfecho por el cumplimiento de la oferta ofrecida; y el 3% mencionaron que no el cliente se siente satisfecho por el cumplimiento de la oferta ofrecida.

TABLA N° 12

EL SERVICIO QUE BRINDA SU EMPRESA ES DE CALIDAD.

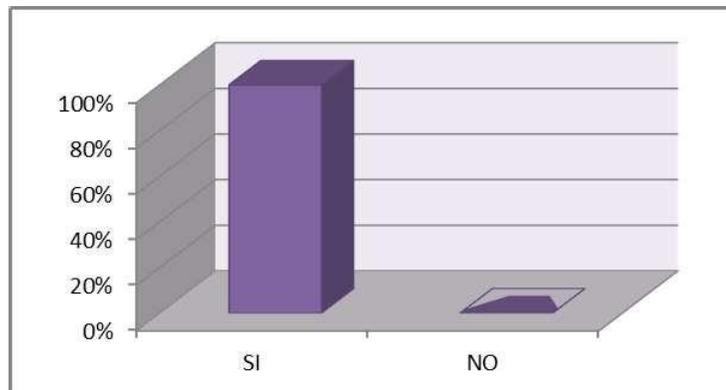
CATEGORIA	fi	%
SI	30	100%
NO	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 12

EL SERVICIO QUE BRINDA SU EMPRESA ES DE CALIDAD.



Fuente: Tabla N° 12

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 12 se observa que:

El 100% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si el servicio que brinda su empresa es de calidad.

TABLA N° 13

RESUELVE LAS QUEJAS Y RECLAMOS DE SUS CLIENTES EN FORMA OPORTUNA.

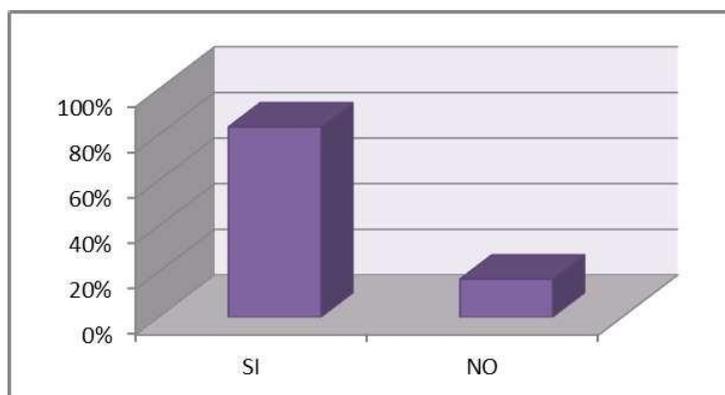
CATEGORIA	fi	%
SI	25	83%
NO	5	17%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 13

RESUELVE LAS QUEJAS Y RECLAMOS DE SUS CLIENTES EN FORMA OPORTUNA.



Fuente: Tabla N° 13

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 13 se observa que:

El 83% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si resuelve las quejas y reclamos de sus clientes en forma oportuna; y el 17% mencionaron que no resuelve las quejas y reclamos de sus clientes en forma oportuna.

TABLA N° 14

¿ POR QUÉ CAUSAS LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS NO CONSIGUEN MEJORAR SUS RESULTADOS EMPLEANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS?

CATEGORIA	fi	%
La dirección no implementa nuevas tecnologías	1	3%
Resistencia al cambio	18	60%
Escases de personal calificado para esta área	5	17%
Inexistencia de metodología en el desarrollo de proyecto	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 14

¿POR QUÉ CAUSAS LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS NO CONSIGUEN MEJORAR SUS RESULTADOS EMPLEANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS?



Fuente: Tabla N° 14

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 14 se observa que:

De los representantes de las MYPES encuestadas sobre ¿por qué causas las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos no consiguen mejorar sus resultados empleando nuevas tecnologías? mencionaron el 3% que la dirección no implementa nuevas tecnologías, el 60% la resistencia al cambio, el 17% la escases de personal calificado para esta área y el 20% la inexistencia de metodología en el desarrollo de proyecto.

TABLA N° 15

¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES PRIMARIAS DE LA CADENA DE VALOR CONSIDERA LA MÁS IMPORTANTE PARA MEJORAR SU RENTABILIDAD?

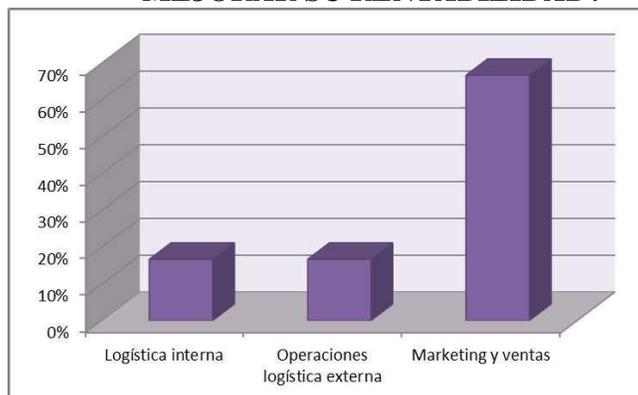
CATEGORIA	fi	%
Logística interna	5	17%
Operaciones logística externa	5	17%
Marketing y ventas	20	67%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 15

¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES PRIMARIAS DE LA CADENA DE VALOR CONSIDERA LA MÁS IMPORTANTE PARA MEJORAR SU RENTABILIDAD?



Fuente: Tabla N° 15

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 15 se observa que:

De los representantes de las MYPES encuestadas sobre ¿cuáles de las siguientes actividades primarias de la cadena de valor considera la más importante para mejorar su rentabilidad? mencionaron el 17% la logística interna, el 17% las operaciones logísticas externa y el 67% el marketing y las ventas.

TABLA N° 16

¿EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS ANALIZA LOS RESULTADOS POSIBLES PARA CADA ALTERNATIVA?

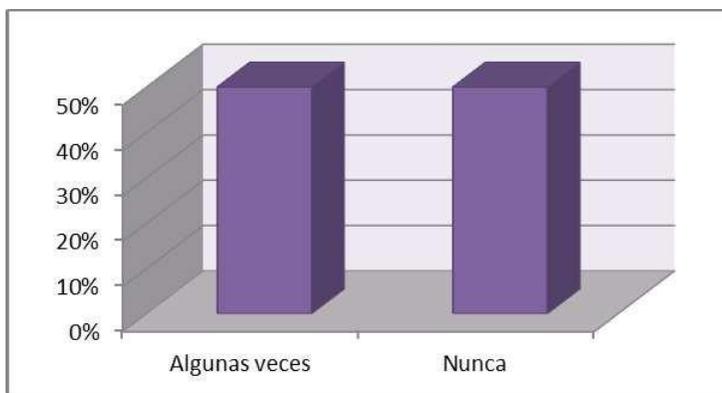
CATEGORIA	fi	%
Algunas veces	15	50%
Nunca	15	50%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 16

¿EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS ANALIZA LOS RESULTADOS POSIBLES PARA CADA ALTERNATIVA?



Fuente: Tabla N° 16

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 16 se observa que: El 50% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que algunas veces en el proceso de toma de decisiones las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos analiza los resultados posibles para cada alternativa; y el 50% mencionaron que nunca en el proceso de toma de decisiones las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos analiza los resultados posibles para cada alternativa.

TABLA N° 17

¿LOS GERENTES EN LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS TOMAN DECISIONES ESTRATÉGICAS?

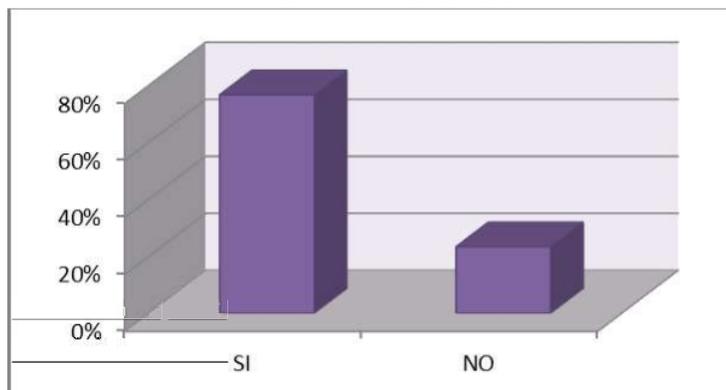
CATEGORIA	fi	%
SI	23	77%
NO	7	23%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 17

¿LOS GERENTES EN LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS TOMAN DECISIONES ESTRATÉGICAS?



ANÁLISIS

En la TABLA N° 17 se observa que:

El 77% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si los gerentes en las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos toman decisiones estratégicas; y el 23% mencionaron que no los gerentes en las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos toman decisiones estratégicas.

TABLA N° 18

¿QUÉ TIPOS DE LIDERAZGO SE IMPARTIÓ EN LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS?

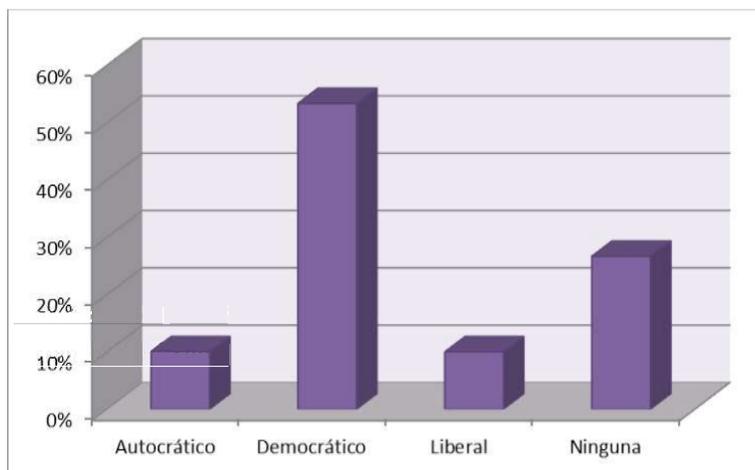
CATEGORIA	fi	%
Autocrático	3	10%
Democrático	16	53%
Liberal	3	10%
Ninguna	8	27%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 18

¿QUÉ TIPOS DE LIDERAZGO SE IMPARTIÓ EN LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS?



ANÁLISIS

En la TABLA N° 18 se observa que:

De los representantes de las MYPES encuestadas sobre ¿qué tipos de liderazgo se impartió en las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos? mencionaron el 10% autocrático, el 53% democrático, el 10% liberal y el 27% ninguna.

TABLA N° 19

AL MODIFICAR LA ESTRUCTURA DE PRECIOS PARA DIFERENCIARSE Y AUMENTAR SU RENTABILIDAD ¿QUÉ RESULTADOS OBTUVO LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS?

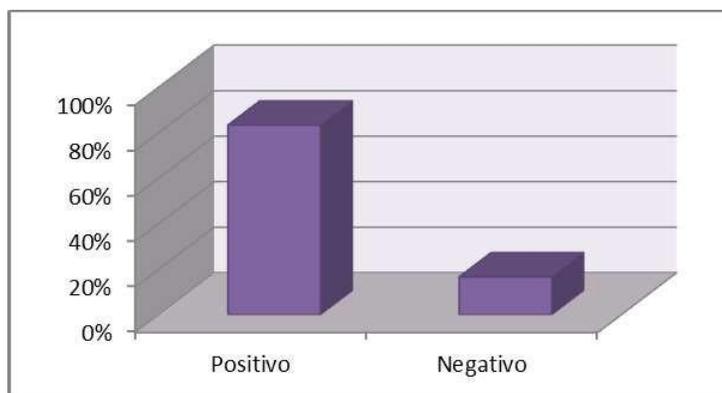
CATEGORIA	fi	%
Positivo	25	83%
Negativo	5	17%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 19

AL MODIFICAR LA ESTRUCTURA DE PRECIOS PARA DIFERENCIARSE Y AUMENTAR SU RENTABILIDAD ¿QUÉ RESULTADOS OBTUVO LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS?



Fuente: Tabla N° 19

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 19 se observa que:

El 83% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que es positivo al modificar la estructura de precios para diferenciarse y aumentar su rentabilidad ¿qué resultados obtuvo las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos?; y el 17% mencionaron que es negativo al modificar la estructura de precios para diferenciarse y aumentar su rentabilidad ¿qué resultados obtuvo las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos?

TABLA N° 20

¿LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS CONSIDERAN COMO FACTOR LA TASA DE CRECIMIENTO DE MERCADO EN LAS DECISIONES FINANCIERAS?

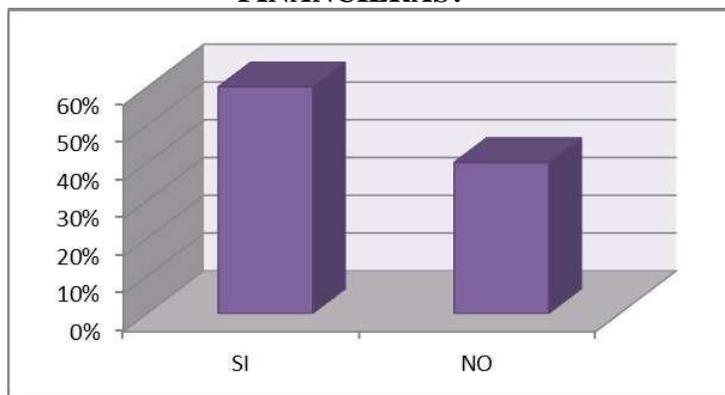
CATEGORIA	fi	%
SI	18	60%
NO	12	40%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 20

¿LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS CONSIDERAN COMO FACTOR LA TASA DE CRECIMIENTO DE MERCADO EN LAS DECISIONES FINANCIERAS?



Fuente: Tabla N° 20

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 20 se observa que:

El 60% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos consideran como factor la tasa de crecimiento de mercado en las decisiones financieras; y el 40% mencionaron que no las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos consideran como factor la tasa de crecimiento de mercado en las decisiones financieras.

TABLA N° 21

**¿LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS
INFORMÁTICOS UTILIZAN EL MONITOREO Y CONTROL DE
RIESGO FINANCIERO PARA SU ADMINISTRACIÓN?**

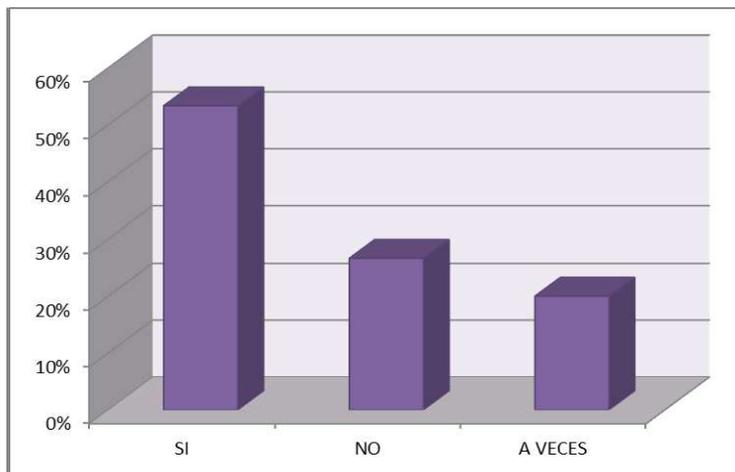
CATEGORIA	fi	%
SI	16	53%
NO	8	27%
A VECES	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 21

**¿LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS
INFORMÁTICOS UTILIZAN EL MONITOREO Y CONTROL DE
RIESGO FINANCIERO PARA SU ADMINISTRACIÓN?**



Fuente: Tabla N° 21

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 21 se observa que:

De los representantes de las MYPES encuestadas sobre ¿las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos utilizan el monitoreo y control de riesgo financiero para su administración? mencionaron el 53% que si lo utilizan, el 27% que no lo utilizan y el 20% respondieron que a veces lo utilizan.

TABLA N° 22

¿LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS DIVERSIFICAN SU CARTERA CLIENTES PARA NO CAER EN RIESGO DE INVERSIÓN?

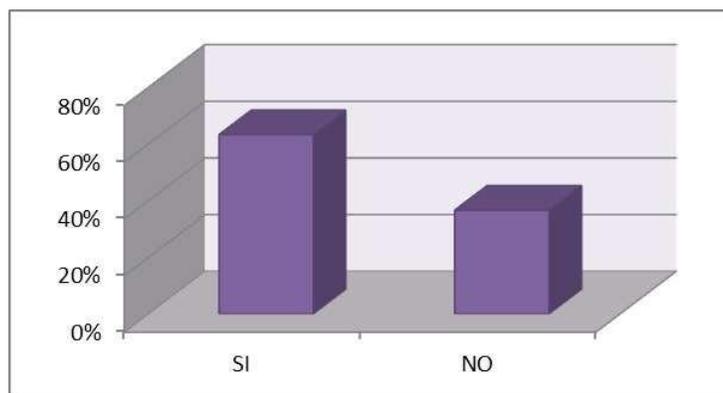
CATEGORIA	fi	%
SI	19	63%
NO	11	37%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 22

¿LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS DIVERSIFICAN SU CARTERA CLIENTES PARA NO CAER EN RIESGO DE INVERSIÓN?



Fuente: Tabla N° 22

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 22 se observa que:

El 63% de los representantes de las MYPES encuestadas mencionaron que si las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos diversifican su cartera clientes para no caer en riesgo de inversión; y el 37% mencionaron que no las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos diversifican su cartera clientes para no caer en riesgo de inversión.

TABLA N° 23

¿LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS APLICA EL PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO FINANCIERO?

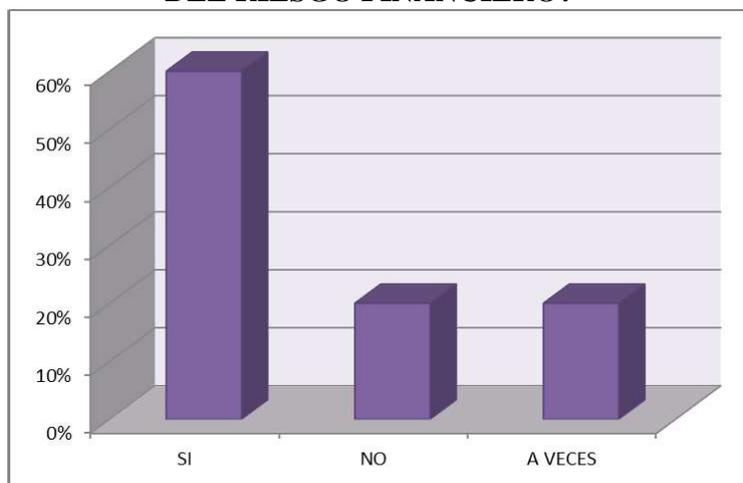
CATEGORIA	fi	%
SI	18	60%
NO	6	20%
A VECES	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 23

¿LAS MYPES RUBRO COMERCIO VENTA DE INSUMOS INFORMÁTICOS APLICA EL PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO FINANCIERO?



Fuente: Tabla N° 23

Elaboración: Propio

ANÁLISIS

En la TABLA N° 23 se observa que:

De los representantes de las MYPES encuestadas sobre ¿las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos aplica el proceso de la administración del riesgo financiero?, el 60% que si lo aplican, el 20% que no lo aplican y el 20% respondieron que a veces lo aplican.

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES.

La relación entre variables se obtiene mediante la correlación de Pearson (r).

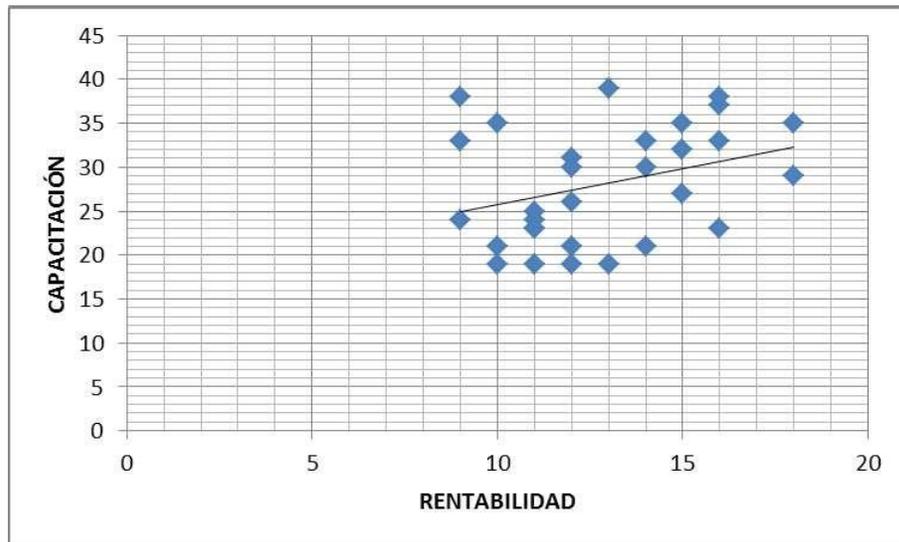
$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Para encontrar el valor de r, primero se calcula el puntaje que obtiene cada trabajador tanto en la encuesta (Capacitación = x) como en la encuesta (Rentabilidad de la MYPES = y) como se muestra en el cuadro:

ESTUD.	X	Y	X.Y	X*2	Y*2
1	16	23	368	256	529
2	12	31	372	144	961
3	11	25	275	121	625
4	11	24	264	121	576
5	14	33	462	196	1089
6	14	30	420	196	900
7	9	24	216	81	576
8	12	26	312	144	676
9	10	21	210	100	441
10	13	19	247	169	361
11	12	19	228	144	361
12	16	37	592	256	1369
13	14	21	294	196	441
14	15	35	525	225	1225
15	12	21	252	144	441
16	16	33	528	256	1089
17	11	19	209	121	361
18	9	33	297	81	1089
19	12	30	360	144	900
20	18	29	522	324	841
21	15	27	405	225	729
22	18	35	630	324	1225
23	10	35	350	100	1225
24	16	38	608	256	1444
25	9	38	342	81	1444
26	13	39	507	169	1521
27	11	23	253	121	529
28	15	32	480	225	1024
29	11	23	253	121	529
30	10	19	190	100	361
SUMA	385	842	10971	5141	24882

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Propia



Luego, se reemplaza en la ecuación como se muestra:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

$$r = 0,330546605$$

Como $0 < 0,3305 < 2$, entonces la relación entre la dimensión: La Capacitación y la Rentabilidad de las MYPES es positiva baja.

COEFICIENTE DE DETERMINACIÓN (r^2)

$$R^2 = r^2 \cdot 100 \%$$

$$R^2 = 0,330546605 \cdot 100 \%$$

$$R^2 = 28,43\%$$

El 10,93% de los cambios provocados en el puntaje de la rentabilidad de las MYPES corresponde a la capacitación, por lo tanto se acepta la hipótesis general.

V. CONCLUSIONES

1. La relación es positiva baja entre la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio-rubro venta de insumos informáticos. Esto quiere decir, que la rentabilidad de las MYPES es afectada por la capacitación que experimentan.
2. La rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro venta de insumos informáticos su relación es de positiva baja sobre la dimensión el fortalecimiento de las habilidades gerenciales, ante esto podemos comprender que el fortalecimiento de las habilidades gerenciales afectada a la rentabilidad de las MYPES tras los datos obtenidos y analizados.
3. Las relaciones laborales de las MYPES del sector comercio rubro venta de insumos informáticos tras los datos analizados y observados se determinó que la relación es positiva baja entre la rentabilidad, se puede decir que afecta pero no determina a la dimensión en estudio.
4. Tras el procesamiento y el análisis de los datos obtenidos se determinó que la satisfacción de los clientes su relación es de positiva baja entre el la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro venta de insumos informáticos y es afectada por la satisfacción de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Chiavenato Idalberto (2004), *“Introducción a la Teoría General de la Administración”* Séptima Edición, McGraw-Hill, Interamericana.

D’Elía, Gustavo (2011). *Como hacer indicadores de calidad y Productividad en la empresa*. La Coruña: Alsina.

Dolan, S. L., Valle Cabrera, R., Jackson, S. E., & Shuler, R. S. (2009). *La gestión de los Recursos Humanos, como atraer, retener y desarrollar con éxito el capital humano en tiempos de transformación*. México: Mc Graw Hill.

Gitman Lawrence J. (1992), *“Fundamentos de Administración Financiera”*, edit. Harla S.A., México.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2008). *Metodología de la Investigación* (3era Edición ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana.

Jaramillo, J. (2008). *Propuesta de un modelo de Rentabilidad Financiera para las Pymes exportadoras en Monterrey, Nuevo León, México*. Universidad Autónoma de Tamaulipas. México. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2008/jjg/Teorias%20generales%20de%20soporte.htm>

Olivera da Silva Reinaldo (2002), *“Teorías de la Administración”*, International Thomson Editores S.A., C.V.

Porter Michael (1985), *“Ventaja Competitiva”*, Editorial Continental, México.

Rodríguez Combeller (1999), *La cultura de calidad y productividad en las empresas*. Tlaquepaque, Jalisco, México.

S/A (2017). *La rentabilidad de una empresa*. Tomado el 27 de marzo del 2017, disponible en: <http://www.crecenegocios.com/la-rentabilidad-deuna-empresa/>

Sánchez, J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Recuperado de <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>.

ANEXOS

ANEXO N° 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

La presente escala será utilizada para el trabajo de campo de una investigación de tesis, con el objetivo de determinar la relación de la capacitación con la rentabilidad de las MYPES del rubro comercio venta de insumos informáticos. La información que proporcione será manejada de manera confidencial.

INDICADORES	VALORACIÓN	
	SI	NO
Ejerce liderazgo y gestiona el cambio en su empresa		
Promueve la vivencia de los valores de la empresa y un clima de confianza para el logro de las metas propuestas.		
Determina las condiciones para la evaluación y/o selección del personal de la empresa.		
Muestra una actitud emprendedora y motiva los cambios necesarios con tenacidad.		
Considera que la capacitación empresarial mejora las competencias profesionales.		
La capacitación crea un mejor clima laboral		
La capacitación aumenta la competitividad empresarial.		
La capacitación empresarial reduce el estrés laboral.		
Está convencido que la capacitación empresarial disminuye el ausentismo laboral.		
Su empresa ofrece productos de calidad.		
El cliente se siente satisfecho por el cumplimiento de la oferta ofrecida.		
El servicio que brinda su empresa es de calidad.		
Resuelve las quejas y reclamos de sus clientes en forma oportuna.		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

La presente escala será utilizada para el trabajo de campo de una investigación de tesis, con el objetivo de determinar la relación de la capacitación con la rentabilidad de las MYPES del rubro comercio venta de insumos informáticos. La información que proporcione será manejada de manera confidencial.

1. ¿Por qué causas las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos no consiguen mejorar sus resultados empleando nuevas tecnologías?
 - a. La dirección no implementa nuevas tecnologías
 - b. Resistencia al cambio
 - c. Escases de personal calificado para esta área
 - d. Inexistencia de metodología en el desarrollo de proyecto

2. ¿Cuáles de las siguientes actividades primarias de la cadena de valor considera la más importante para mejorar su rentabilidad?
 - a. Logística interna
 - b. Operaciones logística externa
 - c. Marketing y ventas

3. ¿En el proceso de toma de decisiones las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos analiza los resultados posibles para cada alternativa?
 - a. Algunas veces
 - b. Nunca

4. ¿Los gerentes en las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos toman decisiones estratégicas?
 - a. Si
 - b. No

5. ¿Qué tipos de liderazgo se impartió en las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos?
 - a. Autocrático

- b. Democrático
 - c. Liberal
 - d. Ninguna
6. Al modificar la estructura de precios para diferenciarse y aumentar su rentabilidad ¿qué resultados obtuvo las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos?
- a. Positivo
 - b. Negativo
7. ¿Las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos consideran como factor la tasa de crecimiento de mercado en las decisiones financieras?
- a. Si
 - b. No
8. ¿Las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos utilizan el monitoreo y control de riesgo financiero para su administración?
- a. Si
 - b. No
 - c. A veces
9. ¿Las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos diversifican su cartera clientes para no caer en riesgo de inversión?
- a. Si
 - b. No
10. ¿Las MYPES rubro comercio venta de insumos informáticos aplica el proceso de la administración del riesgo financiero?
- a. Si
 - b. No
 - c. A veces

ANEXO N° 01
EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS