



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
RENTABILIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO
ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA,
AÑO 2015**

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

AUTORA:

SARA MARÍA DURAND CORDOVA

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2017**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
RENTABILIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO
ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA,
AÑO 2015**

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

AUTORA:

SARA MARÍA DURAND CORDOVA

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2017**

JURADO EVALUADOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgr. Víctor Helio Patiño Niño

Secretario

Lic..Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes R. Palacios Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

A nuestra profesora por su exigencia; por su fe en sus alumnos, por la semilla de superación que han sembrado en cada uno de nosotros y a todos aquellos que en el transcurso de mi carrera me apoyaron.

A los representantes de las MYPE por su valiosa información para la culminación de la investigación.

DEDICATORIA

A Dios por darnos la oportunidad de seguir una carrera profesional, por me guía y protege en cada paso que doy.

Dedico esta tesis a mis abuelos Medardo Córdova García y Sara García de Córdova (+) quienes con su ejemplo formaron en mi valores y convicciones y con cuyo esfuerzo logre mis metas personales y profesionales.

A mi familia en general por su apoyo incondicional.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo establecer las características de la capacitación y la rentabilidad en las MYPE rubro zapatería del Mercado Modelo de Piura, 2014. Se empleó la metodología de investigación de tipo descriptivo, con un diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variable de estudio, basado en una muestra de 20 trabajadores y 20 representantes de las MYPE mencionadas, a quienes se les aplicó un cuestionario para estudiar la variable capacitación y otro para la variable rentabilidad respectivamente. Dentro de las principales conclusiones, se determinó que en relación a las necesidades de capacitación, la mayoría del personal, consideran que necesitan capacitarse; así mismo, se determinó que la mayoría reciben inducción, pero es la única vez que se preocupan por darles a conocer lo relacionado a sus actividades; en cuanto a los medios de capacitación utilizados son reuniones eventuales en momentos de campaña de ventas, la mayor parte de trabajadores no reciben ningún tipo de capacitación; en cuanto a los medios de evaluación de la rentabilidad se realiza a través de registros contables generalmente por un contador externo, pero la mayoría no suele utiliza herramientas financieras; ya que la mayoría no conoce sobre indicadores de rentabilidad; además consideran que el financiamiento es un medio para mejorar su rentabilidad. Finalmente se determina que el nivel de rentabilidad es del 10 al 15%; esto debido a que su nivel de ventas y ganancias han aumentado; por lo que concluye que el rubro en que se desempeñan es rentable.

Palabras clave: Capacitación, Rentabilidad, MYPE, Zapatería.

ABSTRACT

The present research established the objective of establishing the characteristics of training and profitability in the MYPE sector of the Piura Model Market in 2014. The descriptive research methodology was used, with a non-experimental cross-sectional design, with the results Grouped according to the study variables, based on a sample of 20 workers and 20 representatives of the mentioned MYPE, who were given a questionnaire to study the training variable and another for the profitability variable respectively. Within the main conclusions, it was determined that in relation to the training needs, most of the staff consider that they need to be trained; Likewise, it was determined that the majority receive induction, but this is the only time they are concerned about giving them information about their activities; In terms of the means of training used are occasional meetings at the time of the sales campaign, most workers do not receive any training; As for the means of evaluating the profitability is made through accounting records generally by an external accountant, but most usually do not use financial tools; Since most do not know about profitability indicators; They also consider that financing is a means to improve their profitability. Finally it is determined that the level of profitability is 10 to 15%; this is because their level of sales and profits have increased; So it concludes that the item in which they perform is profitable.

Key words: Training, Profitability, MYPE, Shoemaking.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
2.1 Antecedentes	8
2.2 Marco teórico	21
2.3 Hipótesis.....	43
III. METODOLOGÍA	43
3.1. Diseño de la investigación	44
3.2. Población y Muestra.....	45
3.3. Definición y operacionalización de variables.	49
3.4. Técnicas e instrumentos	53
3.4.1 Técnicas	53
3.4.2 Instrumentos	53
3.5 Plan de análisis.....	53
3.6 Matriz de Consistencia:.....	55
3.7 Principios éticos.	57
IV RESULTADOS	58
4.1 Resultados	58

4.2 Análisis de los resultados	68
V. CONCLUSIONES	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
ANEXOS	95
7.1 Cuestionario	96
7.2 Validaciones.....	100
7.3 Libro de códigos	143

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 4.1 Edad</i>	58
<i>Tabla 4.2 Sexo</i>	58
<i>Tabla 4.3 Grado de instrucción</i>	59
<i>Tabla 4.4 Tiempo en años laborando</i>	59
<i>Tabla 4.5 Actividades que realiza</i>	59
<i>Tabla 4.6 Necesidad de capacitarse</i>	60
<i>Tabla 4.7 Recibió inducción</i>	60
<i>Tabla 4.8 Quien capacitó</i>	60
<i>Tabla 4.9 Tiempo que recibe capacitaciones</i>	61
<i>Tabla 4.10 Medios de capacitación</i>	61
<i>Tabla 4.11 Evalúa de su desempeño en la función a lo que realiza</i>	61
<i>Tabla 4.12 Tú nivel de desempeño en la MYPE</i>	62
<i>Tabla 4.13 Aprovechamiento de los recursos</i>	62
<i>Tabla 4.14 Eficiente en las tareas</i>	62
<i>Tabla 4.15 Trato que brinda al cliente</i>	63
<i>Tabla 4.16 Edad</i>	63
<i>Tabla 4.17 Sexo</i>	63
<i>Tabla 4.18 Grado de Instrucción</i>	64
<i>Tabla 4.19 Años en el sector y/o rubro</i>	64
<i>Tabla 4.20 Número de trabajadores</i>	64
<i>Tabla 4.21 Concepto de rentabilidad</i>	65
<i>Tabla 4.22 En el último año sus ventas han aumentado</i>	65
<i>Tabla 4.23 En el último año sus ganancias se han incrementado</i>	65
<i>Tabla 4.24 Margen de utilidad promedio en los productos que brinda</i>	66

<i>Tabla 4.25 Capacidad de endeudamiento o financiamiento</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 4.26 Conocimiento sobre indicadores de rentabilidad</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 4.27 Tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 4.28 El rubro zapatería es rentable</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 4.29 Porcentaje de rentable de la MYPE del rubro zapatería</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 4.30 El financiamiento permite mejorar su rentabilidad</i>	<i>68</i>

I. INTRODUCCIÓN

Espinoza (2006) en su análisis del panorama e importancia de la micro y pequeña empresa relata que las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

En la actualidad existe consenso respecto del papel fundamental que cumple la MYPE dentro de la estructura económica del Perú y de los otros países de América Latina. En nuestro caso, son varios los factores que explican la importancia de este tipo de unidades económicas. Por un lado, está su relevancia en términos cuantitativos, ya que concentran 98.6% del total de empresas en el Perú, contribuyen aproximadamente con 42.1% de la producción nacional (Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, 2006) y generan 88% del empleo (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2008).

En el caso del Perú, señala Villarán (2007) las MYPE representan el 98,3% del total de empresas existentes en el país, de las cuales el 94,4% son micro empresas y el 3,9% son pequeña empresa, cabe resaltar que el 74% de las MYPE operan en la informalidad y se encuentran fuera de Lima. Además, las MYPE aportan aproximadamente el 47% del PBI del país y emplean a casi el 80% de la Población Económicamente Activa, aunque en la mayoría de los casos se trata de empleos informales.

Las MYPE surgen por la falta de puestos de trabajo ya que estas personas (que generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar su propia fuente de ingresos, ya que esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, en las últimas décadas las micro y pequeñas empresas (MYPE) han sido objeto de una gran atención tanto por investigadores y académicos, como por empresarios y políticos. (Villarán F. , 2007)

Zevallos (2010) manifiesta que las MYPE son importantes agentes económicos para promover el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. Una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desempeño de estas empresas debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción.

Igualmente, no se tiene conocimiento si tienen acceso o no algún tipo de programas de capacitación, si aplican alguno de estos programas para su personal, etc. Finalmente, tampoco se conoce si el nivel de rentabilidad de dichas MYPE han positivo o negativo, en estos últimos años.

En el análisis del ambiente externo o macroambiente, Perú se encuentra en un periodo positivo para el aumento de la inversión, debido principalmente en las buenas oportunidades de negocios que presenta la economía como consecuencia de la estabilidad macroeconómica y el contexto externo favorable. En el Perú se vive una etapa de estabilidad política y se fomenta la exportación con el fin de generar divisas y nuevos puestos de trabajo.

En los últimos años, la economía peruana ha experimentado un crecimiento en su economía. El PBI, creció entre el 2003 al 2012, a una tasa promedio anual del 6,5 %. En tanto, el PBI per cápita se ha duplicado en los últimos veinte años.

Durante el 2013, la economía peruana creció a 6,4%, tasa superior a la registrada en el 2012 (6,3%), pero constante con la tasa de crecimiento potencial de largo plazo, que se ubica alrededor de 6,5%. Ese crecimiento se debe básicamente por el dinamismo de la demanda interna.

El presidente del BCR, Julio Velarde en Agosto 2013, refirió que la demanda interna creció 7.1% en el primer semestre, tasa incluso superior a la del primer semestre de 2012.

Esa expansión fue explicada principalmente por la inversión pública, que pasó de una caída de 18,0% a un incremento de 20,8%, en que destacaron el dinamismo de los gastos de inversión de los gobiernos regionales y locales. (MEF, 2013)

En detalle, el gasto privado, componente de la demanda interna, subió 5% a tasa anual por el buen desempeño del consumo privado, que avanzó 5,2%. En tanto, la inversión privada se expandió 3,9% interanual y se mantuvo por encima del 20% del PBI, debido al impulso de las inversiones en el sector minero, hidrocarburos, eléctrico, manufactura, pesca, entre otros. (MEF, 2013)

La balanza comercial habría sido negativa en el 2013, pero se prevé que será positiva en el 2014 y 2015 por el mayor dinamismo de los proyectos mineros en el país, se estimó que la balanza comercial habría sido negativa en US\$396 millones en el 2013, luego de haber sido positiva en US\$4.821 millones en el 2012. Sin embargo, proyectó que sería positiva este año y el siguiente en US\$40 millones y US\$1.700 millones, respectivamente. (BCR, 2013)

Dentro del aspecto legal, las modificaciones a la “Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”, conocida como Ley de MYPE, permitirán que 170 mil

empresas de este sector se formalicen en 2014, estimó la Sociedad Peruana de Pymes. (Panizo, 2014)

La nueva Ley de la micro y pequeña empresa, aprobada por Decreto Legislativo N° 1086, constituye una norma integral que no sólo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional.

A nivel del microambiente, las MYPE cuentan con reducido capital, y los volúmenes de insumos para el desarrollo de sus actividades es bajo, por lo cual no tienen poder de negociación con los proveedores, por lo cual el microempresario debe aceptar los requisitos exigidos por el proveedor. De acuerdo a Weinberger (2009) el proveedor es poderoso cuando son pocos los proveedores y existen altos niveles de inversión, ya que el producto no puede ser sustituido fácilmente.

El poder de negociación de los clientes, es alto ya que los clientes pueden elegir entre la variedad de la oferta ya sea por el precio, la calidad de los zapatos, por ello es necesario contar con estrategias que permitan captar el mayor número de clientes. (Weinberger, 2009)

La rivalidad entre los competidores se presenta en la competencia de precios, número de zapatos, calidad de los zapatos y publicidad; debido a que las MYPE deben conseguir el mayor número de venta al día, por lo cual es necesario e imperante contar con estrategias que permitan generar mayor competitividad que origine un aumento en su rentabilidad.

Por otro lado la amenaza de productos sustitutos, es baja ya que los clientes recurren a la zapatería en la zona del mercado modelo de Piura. (Porter, 2001)

En el ambiente interno se observa que las MYPE del rubro zapaterías del mercado modelo de Piura, cuenta en su mayoría con local alquilado, ambientes acondicionados para el servicio, debido a que divisaron una oportunidad de negocio, se debe agregar que algunas personas al darse cuenta, de la oportunidad se incursionaron en el rubro. La infraestructura del local es pequeña, con alguna computadora con servicio de internet, algunas vitrinas y/o escritorios, sillas y algunas cuentan con carteles ofertando sus precios.

Las MYPE, en su mayoría cuentan con toda la documentación legal en regla, es decir son formales, existen algunas generalmente empresas familiares que se incursionaron al negocio que no cuentan con licencias de funcionamiento. Generalmente quien realiza el servicio es el mismo dueño del local, aunque algunas cuentan con trabajadores que suelen ser 01 o 02 personas como máximo.

Los precios de los servicios son precios dentro del promedio, se realizan rebajas en cuanto a los zapatos. Las MYPE no realizan publicidad, más que carteles que indican que allí se realiza venta de zapatos, o jaladores que te invitan a venir a alguna zapatería en particular.

La reforma económica emprendida por el gobierno a inicios de la década pasada trajo consigo un desmesurado aumento de establecimientos catalogados como micro y pequeñas empresas (PYMES) en el país. De estos, más del 36% se encontraba en Lima Metropolitana. Sin embargo, este considerable aumento en el número de micro y pequeñas empresas en el país, junto con la importancia relativa del sector en el empleo, no se han visto reflejados en la participación del mismo en el PBI.

En este contexto, resulta evidente la necesidad de fomentar el desarrollo de las MYPE en nuestro país, pues esto permitiría a su vez el logro de objetivos más

amplios como el crecimiento económico, una estructura económica más flexible y el alivio de la pobreza, ya que en este tipo de empresas se ubican los negocios de muchos hogares pobres y son de unas de sus principales fuentes de empleo.

En las MYPE de servicios del rubro zapatería del mercado modelo de Piura no existe un plan de capacitación al personal, generalmente se cuenta con personas con experiencia en ventas o de lo contrario los trabajadores son los mismos familiares de los emprendedores, si bien es cierto el rubro es atrayente para un sector considerable de demanda por los productos la competencia en el rubro es muy competitivo. Por otro lado, la mayoría de las MYPE al ser negocios familiares no cuentan con una gestión financiera que les permita reconocer los niveles de rentabilidad, por desconocimiento de herramientas y aspectos contables que le permitan generar mayor rentabilidad a partir de la información y decisiones oportunas.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Qué características tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Establecer las características que tiene la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015. Así mismo se han planteado los siguientes objetivos específicos: (a) Identificar las necesidades de la capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015 (b) Señalar los medios utilizados en la capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015 (c) Determinar los medios de evaluación de la rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015 (d)

Identificar el margen de rentabilidad promedio de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015

La investigación es de tipo descriptivo y transversal, de diseño no experimental, de nivel cuantitativo. Se empleará como técnica de recojo de datos a la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario estructurado. La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables capacitación y rentabilidad. Desde la perspectiva geográfica: Piura; psicográfica: MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura y temporal: año 2015

Esta investigación se justifica de manera práctica, debido a que se realiza con la finalidad de lograr establecer las características de la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura. Esta investigación servirá como base a próximas investigaciones relacionadas al rubro de zapatería. Además, porque permite cumplir con un requisito que la Universidad los Ángeles de Chimbote ha establecido para la obtención del título profesional.

Teóricamente se basa en las teorías planteadas de capacitación del personal, las cuales nos guiarán para la detección de las necesidades de capacitación y los medios o técnicas de capacitación utilizadas; en las MYPE rubro zapatería. Por otro lado, en relación a la variable rentabilidad las teorías sobre herramientas para evaluar la rentabilidad y el nivel de rentabilidad.

Metodológicamente la investigación se justifica ya que se aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Capacitación

Dentro de los antecedentes internacionales se consideró a Alava (2013), titulado “Programa de capacitación dirigido a la Unión de Asociados de Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Playas Provincia del Guayas” – Ecuador, presentado a la Universidad Estatal Península de Santa Elena Extensión Playas para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de administración. El tipo de investigación utilizado es: descriptivo, evaluativo, explicativo y correlacionado; con una población de 1784 personas y una muestra de 326 personas. Tuvo como objetivo general: diseñar un programa de capacitación que requieren los servidores turísticos mediante un sistema de capacitación continua para potencializar el desarrollo del sector turístico del cantón Playas.

Dentro de las conclusiones que se determinó que la actualidad los servidores turísticos, se encuentran dispuestos y de acuerdo en que se deben capacitar, para poder mejorar su situación socio económica; así también se concluyó que los servidores turísticos no necesitan una formación académica básica para inscribirse en estos cursos de capacitación que mejorarían sus niveles de aprendizaje y desarrollo de destrezas. La Dirección de Turismo y La Cámara de Turismo no realizan capacitaciones periódicas a los servidores, se nota cierto abandono de los mismos hacia este sector, esto implica que los turistas no reciban la atención y servicio

adecuado, y por ende esto se refleja en el consumo de estos servicios, lo cual incide en el aspecto económico del sector turístico.

Moreira (2013), realizó la investigación titulada: “Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para mejorar la calidad de servicio. Propuesta de un módulo práctico”, presentada en la Universidad de Guayaquil. La investigación es de tipo descriptiva, la población está constituida por los directivos, personal administrativo, docentes y estudiantes Universidad Cristiana Latinoamericana extensión Guayaquil en total 1 directivos, 10 personal, 20 docentes y 100 estudiantes, empleó la técnica de la encuesta.

Dentro de las conclusiones se determinó que el 95 % de la población encuestada de Universidad Cristiana Latinoamericana están de acuerdo que la formación incide en la calidad de servicio. La comunidad universitaria está de acuerdo que se efectúen evaluaciones cada semestre al personal de atención al cliente para medir la calidad de servicio que ofrece al usuario. El 91% del personal administrativo manifiestan que al recibir un módulo práctico de capacitación en atención al cliente sería un factor importante para mejorar la calidad de servicio. Docentes y estudiantes con el 93% considera que el personal administrativo de la UCL no ha sido debidamente capacitado, ni ha recibido el entrenamiento adecuado y de manera oportuna, manifiesta que no responde a los requerimientos de los usuarios oportunamente. La comunidad universitaria con un 97% está de acuerdo que reciban talleres de capacitación para mejorar el servicio de atención al cliente.

También a Días, R (2011) presentó la tesis denominada “Capacitación y desempeño laboral de los empleados de la comisión federal de electricidad de la Zona Montemorelos – Linares Nuevo León; perteneciente a la Universidad de

Montemorelos de México; cuyo objetivo determinar como la autoevaluación del nivel de capacitación laboral influye en la autoevaluación del nivel de desempeño laboral de los empleados de la Comisión Federal de Electricidad zona Montemorelos-Linares. La investigación fue de tipo descriptiva, correlacional, explicativa, cuantitativa, de campo y transversal. La población estuvo compuesta por 141 trabajadores; la muestra fue de 113 individuos. Para la recolección de los datos se elaboraron dos instrumentos: el primero dirigido a medir la autoevaluación del nivel de capacitación, (15 ítems); el segundo enfocado a medir la autoevaluación del nivel de desempeño laboral, conformado también por 15 ítems. Para la prueba de la hipótesis del estudio se utilizó la técnica estadística de regresión lineal simple.

Como resultado se observó que sí existe una influencia lineal significativa entre la variable autoevaluación del nivel de capacitación (ANC) y la variable autoevaluación del nivel del desempeño laboral (ANDL). El estudio también mostró una relación significativa entre el nivel de la autoevaluación del desempeño de los empleados y la edad. La autoevaluación de la capacitación y el desempeño fue muy buena. Se planteó además recomendaciones dirigidas al departamento de recursos humanos para establecer programas para dar a conocer las dimensiones que integran la autoevaluación del nivel de capacitación a fin de hacerlos conscientes de su importancia para la mejora en el desempeño laboral; tener un programa periódico de capacitación de manera grupal e individual en las distintas áreas que componen la empresa; promover el desarrollo profesional, requerido por el puesto; y hacer evaluaciones de capacitación y desempeño de los empleados que incluyan a sus jefes y colegas; finalmente felicitar al personal por haber participado voluntariamente en la investigación y por haberse evaluado muy bien en su capacitación y desempeño.

Dentro de los antecedentes nacionales se consideró a Sayán (2013), realizó una investigación titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro acopio compra y venta de aceitunas, en el distrito de Tacna, periodo 2011-2012”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Tacna. La investigación fue descriptiva, para lo cual se escogió una muestra poblacional de 15 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 40 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta.

Se concluye con respecto a los empresarios que del 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados: el 87% son adultos, el 13% son jóvenes, superior universitaria incompleta 7%, primaria completa 7%, primaria incompleta 7%, el 93% es de sexo masculino, el 7% femenino, el 20% tiene secundaria completa, el 33% secundaria incompleta, superior no universitaria completa 26%. Sobre el financiamiento los empresarios encuestados manifestaron que sus MYPE tienen las siguientes características: el 80% obtuvo su crédito de las entidades bancarias, en el año 2011 el 40% indica que fue a corto plazo, en el año 2012 el 27% fue de corto plazo y el 33% a largo plazo, el 53% se invirtió en capital de trabajo y el 7% en mejoramiento y/o ampliación de local. Con respecto a la capacitación los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPE son: el 40% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 27% tuvieron dos curso de capacitación, Con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 20% ha recibido alguna capacitación, El 67% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 47% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa.

Además Rengifo (2011) en su investigación Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía Shipibo-Conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010; cuyo objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio-rubro artesanía Shipibo-Conibo del distrito de Callería. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 14 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta.

Se obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y las MYPE: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 100% de los encuestados son adultos, el 57% es masculino y el 50% tiene secundaria completa. Así mismo, las principales características de las MYPE del ámbito de estudio son: El 100% afirman que tienen más de 03 años en la actividad empresarial y el 71% tienen trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 86% financia su actividad económica con préstamos de terceros y el 33% lo invirtió en mejoramiento y/o ampliación de su local. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 86% no recibió capacitación antes del otorgamiento de préstamos, el 7% si recibió capacitación y el 71% recibió un sólo curso de capacitación. Respecto a la Rentabilidad: el 93% afirma que con el crédito otorgado ha mejorado su negocio, 57% comenta que la capacitación mejoró la rentabilidad de las empresas y el 57% afirmó que el año 2010 fue mejor que el año anterior.

También a Albuja, Janampa, Odar, Osorio (2008) Los factores críticos del sistema nacional de capacitación de la MYPE en el Perú y propuesta de un modelo

articulado del sistema – Lima Universidad Esan; cuyo objetivo general realizar una evaluación crítica del funcionamiento y desempeño del sistema nacional de capacitación (SNC) a la MYPE en el Perú tomando como base comparativa la experiencia en otros países. Se trata finalmente de poner en la mesa de debate una propuesta para crear y propulsar un sistema nacional de capacitación articulado y viable a la MYPE en el Perú. La metodología de investigación utilizada comprende tres etapas: etapa cualitativa, etapa cuantitativa y análisis de los resultados.

Se han encontrado como problemas principales del SNC: una desarticulación del sistema, que se manifiesta en esfuerzos separados por parte de las diferentes instituciones involucradas como el Ministerio de Trabajo, el Consejo Nacional para el Desarrollo (CODEMYPE), proveedores de capacitación, etc.; poco impulso del gobierno para reforzar este tema lo que se manifiesta en recursos escasos para las instituciones; una ley MYPE que no tiene en cuenta este tema; y la inexistencia de un organismo estatal responsable de este tema. Una de las principales propuestas es la creación de un ente articulador que a la vez cumpla funciones de monitoreo y seguimiento. Este mismo ente articulador podrá apoyar en labores de auditoría de los proveedores garantizando así que el empresario MYPE podrá recibir capacitación de un alto nivel de calidad.

Dentro de los antecedentes locales, se consideró a Medina, (2014), realizó una investigación titulada “Financiamiento y capacitación en las MYPE servicios - rubro restaurantes de la provincia de Piura 2012”, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; cuyo objetivo fue caracterizar el financiamiento y la capacitación, de las MYPE rubro restaurantes; la metodología empleada fue descriptiva, con un diseño no experimental y bajo un enfoque cuantitativo; la población considerada fueron 85 restaurantes, siendo la muestra de 45 restaurantes.

La investigación concluye que el tipo de capacitación que realizan a los colaboradores de las MYPE servicio – rubro restaurante de la provincia de Piura, es la capacitación pre ingreso, lo cual implica que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real. En muchas MYPE este tipo de capacitación es la única clase de capacitación disponible y generalmente incluye la asignación de los nuevos empleados a los trabajadores o los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real. Uno de los factores que influyen en la Capacitación de los colaboradores de las MYPE servicio – rubro restaurantes de la provincia de Piura, es que la capacitación motiva al personal para trabajar más; los que entienden su puesto demuestran un mejor espíritu de trabajo, y el simple hecho de que la dirección superior confié lo suficiente en sus capacidades para invertir dinero en su capacitación. Se identificó que los principales tipos de financiamiento de las MYPE del sector servicio – rubro restaurantes de la provincia de Piura, Financiamiento externo; ya que para algunas de las MYPE el adquirir créditos es una manera rápida y a su alcance, pues en las diferentes entidades obtendrán el financiamiento que necesitan para su negocio.

También a Gómez (2014), presentó su tesis denominada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013” en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura. La investigación fue de tipo descriptiva, con un enfoque cuantitativo y con diseño transversal no experimental. La población está conformada por 45 trabajadores, 382 clientes y para el recojo de información aplicó la técnica de la encuesta.

Dentro de las conclusiones tenemos: que la capacitación en los restaurantes de la ciudad de Chulucanas, se sustentan mayormente en la experiencia diaria de

venta, donde el servicio al cliente se basa en el esfuerzo del mozo, por utilizar sus recursos de la mejor manera, según indicaciones del dueño o administrador, por lo tanto, se requiere de un programa de capacitación de atención al cliente. Las características del servicio al cliente, se basan en la actitud y disposición del mozo y del personal por atender al cliente, utilizando gran parte de su esfuerzo físico para lograr la satisfacción del cliente. Los dueños de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas solo ofrecen capacitación de tipo informal, es decir se dan al ingresar al restaurante, como instrucciones para su desempeño laboral de manera general, sin contar con una programación.

Palacios (2012) en su investigación titulada capacitación y rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro confección del mercado modelo de Piura al año 2012; cuyo objetivo general, analizar de qué manera influye la capacitación en la rentabilidad de las MYPE comerciales, rubro confección del mercado modelo de Piura al año 2012, ha empleado el enfoque de investigación cuantitativo, diseño descriptivo de corte transversal. El recojo de datos se realizó en una población constituida por 25 MYPE, se trabajó con el muestreo probabilístico sistemático, empleándose como técnica e instrumento a la encuesta y cuestionario respectivamente

Dentro de las principales conclusiones se determinó que la capacitación efectivamente influye de forma decisiva en la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro confecciones del mercado modelo de Piura. Además se identificaron las principales características de la capacitación, se conoció que es importante capacitar a las MYPE; se determinaron las principales características de la rentabilidad y la importancia que tiene para las MYPE comerciales, rubro confección del mercado modelo de Piura al año 2012.

2.1.1.1. Variable Rentabilidad

Dentro de los antecedentes internacionales se consideró a Moyolema (2010). Realizó una investigación titulada “La Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan de la Ciudad de Ambato Año 2010”, tesis presentada en la Universidad Técnica de Ambato del Ecuador. Se trató de una investigación descriptiva con un diseño correlacional, de corte transversal.

Llegó a las siguientes conclusiones: En primer lugar concluye que al realizar un diagnóstico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan se establece que actualmente no cuenta con una gestión financiera adecuada lo cual no le ha permitido incrementar su rentabilidad y por ende no ha crecido como institución por lo que también no existen estrategias adecuadas en lo que la institución pueda respaldarse. Luego determina que existe retraso en la elaboración de los estados financieros, lo que no ha permitido realizar un análisis económico de la institución llevando a una inestabilidad económica financiera. Además concluye que no cuenta con un plan financiero que le ayude a mejorar la rentabilidad de la institución ya que es una herramienta necesaria para poder verificar cual sería la proyección para un determinado tiempo.

Jaramillo (2008) en su investigación Propuesta de un modelo de rentabilidad financiera para las pymes exportadoras en Monterrey, Nuevo León, México; perteneciente a la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Dentro de las principales conclusiones se determinó que el 100% de estas empresas acostumbra efectuar análisis financieros. El 98.99% los realiza a través de la herramienta análisis de estados financieros. El 10.61% utiliza el EVA, mientras que la herramienta evaluación de inversiones no es considerada por ninguna empresa

y tampoco declararon utilizar alguna otra. El indicador de la rentabilidad financiera (ROE), en información de las propias empresas, es muy malo para el 87.88% de ellas y es no muy malo para el 12.12%. Asimismo, el 80.30% de estas empresas declaró desconocer los factores que influyen en el ROE y sólo el 19.70% mencionó conocerlos. Respecto a las fuentes de financiamiento, para el 50.51% de las empresas, su financiamiento son los proveedores y en cambio para el 39.39% de ellas, lo obtienen de préstamo bancario. En cuanto a la percepción que ellas tienen sobre el acceso a créditos bancarios, el 64.65% de las empresas consideró que es no muy difícil obtenerlos, en cambio un 35.35% opinó que sí es difícil accederlos. Las tasas de interés de estos créditos, en la apreciación de estas empresas, es que son muy caras para el 49.49%, para el 31.82% son caras y sólo para el 18.69% le resultan razonables y ninguna las consideró baratas.

En los antecedentes nacionales se considera a Cruz (2012) en su investigación Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurant del centro de Trujillo, Año 2012; perteneciente a la Universidad Ángeles de Chimbote.

Del estudio realizado se concluyó que el 76.92% de los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurant del centro de Trujillo afirma que el financiamiento otorgado mejoró la rentabilidad de su empresa y el 23.08% no sabe precisar; además el 100% de los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurant afirman que la rentabilidad de su empresa mejoró en los 02 últimos años; el 100% de los encuestados cree que la rentabilidad de su empresa no ha disminuido en los 02 últimos años.

En cuanto a los empresarios la edad promedio de los representantes legales de las MYPES encuestados es de 25 a 45 años; el 69.23% de los representantes legales

encuestados es del sexo masculino y el 42.31% de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción superior no universitaria; en lo que se refiere al financiamiento el 38.46% de las MYPES encuestadas recibieron créditos financieros en el año 2011; en cambio en el año 2012 sólo el 23.07% recibieron crédito; el 53.84 % de las MYPES encuestadas dijeron que obtuvieron crédito del sistema no bancario; el 53.85% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en el mejoramiento y/o ampliación de sus locales y el 23.08% dijeron que invirtieron en activos fijos y capital de trabajo, respectivamente; el 53.84% de los representantes legales de las MYPES encuestados dijeron que el microcrédito financiero sí contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas y el 46.15% no respondieron; el 26.92% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus empresas se incrementó en 5% y 15% respectivamente.

Trujillo (2010), en su estudio “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008-2009”.

Se llegó a las siguientes conclusiones: Respecto a los empresarios: a) La edad de los representantes legales de las MYPE encuestadas que más predomina es la que fluctúa en el rango de 45 a 64 años con un 55 %. b) El 65% de los representantes legales encuestados son de sexo masculino. c) El 40% de los empresarios encuestados tienen el grado de instrucción Técnica Superior y la universitaria respectivamente. Respecto a la rentabilidad empresarial: a) El 50% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad de su empresa ha mejorado, el 30% indica que no y un 20% no opina. b) El 75% de los

representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus empresas no ha disminuido, el 20% indicó que si disminuyo y el 5% se abstiene de opinar. c) El 75% de los representantes legales de las MYPE encuestadas opinan que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento obtenido, el 25% no opina ya que no obtuvo un financiamiento.

También a Vásquez (2007) en su investigación Incidencia del Financiamiento y la Capacitación en la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Turismo en los Rubros de Restaurantes Hoteles y Agencias de viaje del Distrito de Chimbote, periodo 2006-2007.

Se llegó a las siguientes conclusiones: a) La edad promedio de los representantes legales de las MYPE encuestadas fue de 42 años y el 54 % fueron del sexo masculino. b) En la muestra estudiada predomina la instrucción superior universitaria. c) El 72% de los MYPE del sector turismo estudiadas tienen más de 3 años de antigüedad, destacando el rubro hoteles con 94.7%. d) Tomando en cuenta el promedio, los máximos y mínimos, podemos afirmar que en la muestra estudiada, el rubro hoteles es estrictamente microempresa (bajo el criterio de número de trabajadores). En cambio, en los rubros agencias de viajes y restaurantes hay una mezcla de micro y pequeña empresa. e) En los rubros restaurantes y hoteles la tendencia a solicitar crédito a las entidades financieras formales fue creciente. En cambio, en el rubro agencias de viaje la tendencia fue decreciente. f) En los rubros restaurantes y hoteles la tendencia de otorgamiento de créditos también fue creciente; en cambio, en el rubro de agencias de viaje la tendencia fue decreciente. g) La tendencia de los montos de créditos otorgados y recibidos ha sido creciente en los rubros restaurantes y hoteles; en cambio, en el rubro agencias de viaje la tendencia ha sido decreciente. El 60% de las MYPE encuestadas manifestaron que

las políticas de atención de créditos han incrementado la rentabilidad de dichas MYPE. También, el 60% de las MYPE encuestadas percibieron que el crédito financiero contribuyó al incremento de la rentabilidad empresarial. Asimismo, el 57% de las MYPE estudiadas manifestaron que el crédito financiero incrementó la rentabilidad en más del 5%, destacando el intervalo de más de 30%, con 16%.

Dentro de los antecedentes locales se consideró a Jara (2013). Realizo una investigación denominada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las microempresas del sector comercio – rubro Librerías del distrito de Nuevo Chimbote. Período 2010- 2011”, tesis presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Llegando a las siguientes conclusiones: En relación a la Capacitación de las Mype; la mayoría de las Mype (12) manifestaron que no recibieron capacitación alguna antes de solicitar sus créditos a las entidades financieras y tampoco buscaron capacitarse por su cuenta y riesgo. Solo el 7.15% del total de Mype encuestadas recibió un curso de capacitación en el periodo considerado. Este porcentaje mínimo de 7.15% se capacitó en Inversión del crédito y Manejo empresarial. Solo dos Mype recibieron capacitación en el año 2010 mientras que en el año 2011 no recibieron ninguna capacitación. El 71.4% está convencido que la capacitación es una inversión para la empresa. Otros temas de capacitación fueron Manejo del micro crédito y mejor servicio al cliente. En relación a la rentabilidad de las Mype; el 85.70% del total de las Mype estudiadas consideran que el financiamiento sustentado en la obtención de créditos financieros si mejoró la rentabilidad de su negocio, pues tuvieron mayor facilidad del sistema no bancario para acceder a ello. Además cuando se le pregunto a los representantes legales de las Mype, si con alguna jornada de capacitación mejoraría su rentabilidad, la mayoría dijo que si lo mejoraría. Para todas

las Mype jugó un papel muy importante la obtención de los créditos para financiar sus proyectos, ya que en los dos últimos años su rentabilidad mejoró notoriamente. Por último el 14.30% de los representantes legales de estas Mype estudiada, coincidieron en manifestar que en los últimos dos años su rentabilidad no había disminuido.

Jibaja y Vite (2010) presentaron la investigación Análisis de la calidad del servicio de atención y de la rentabilidad de los restaurantes – pollerías del distrito de Piura, perteneciente a la Universidad Cesar Vallejo – Piura.

Dentro de las principales conclusiones se evidenció que determinar la rentabilidad de las pollerías permite saber si la empresa está cumpliendo con los objetivos para los cuales ha sido creada: generar utilidad para el dueño y/o los socios. Las pollerías objeto de estudio en promedio obtuvieron S/. 17,670 de utilidad en el año 2010, constituyendo un aumento relevante con respecto al año anterior que fue de S/. 6,749.84. Aquellas pollerías que tienen un nivel alto de rentabilidad, está ocupado en primer lugar por pollerías que se encuentran ubicadas en el centro de la ciudad, en segundo lugar se sitúan aquellas que se encuentran ubicadas en las urbanizaciones y en tercer lugar aquellas que se ubican en asentamientos humanos; la utilidad neta de las pollerías estudiadas, se ve reflejada en las ventas que obtuvieron estas en el último año, dando como resultado una progresiva alza en su rentabilidad sobre las ventas, siendo esta de S/. 2.70 por cada S/. 1.00 invertido.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Teoría de la Capacitación

En la sociedad actual, la capacitación es considerada como una forma extraescolar de aprendizaje, necesaria para el desarrollo de cuadros de personal calificado e

indispensable para responder a los requerimientos del avance tecnológico y elevar la productividad en cualquier organización. La capacitación como todo proceso cumple con la formación y actualización de los recursos humanos, reditúa en la persona como progreso personal y en beneficio de sus relaciones con el medio social. Una organización que lleva a cabo acciones de capacitación en base a situaciones reales orientadas hacia la renovación de los conocimientos, habilidades y actitudes del personal, no solamente va a mejorar el ambiente laboral, sino que además obtendrá un trabajador más competente.

Viendo así desde este punto de vista, la capacitación tendría como funciones principales:

- a) Revelar, coordinar y atender las necesidades de capacitación y desarrollo del personal, cuidando la ejecución de los programas correspondientes, e integrar la información de la capacitación de carácter administrativo que se imparta al personal institucional.
- b) Organizar, elaborar y ejecutar, los programas de integración, motivación e inducción, que sean necesarios para el mejor desarrollo del personal y los destinados a optimizar el ambiente de trabajo.
- c) Aplicar y difundir los lineamientos, políticas y normas en materia de capacitación y desarrollo del personal de la empresa.
- d) Difundir y promover programas de capacitación y desarrollo que refuercen los conocimientos, habilidades y actitudes del personal, y fortalezcan el desempeño de sus actividades,

La capacitación y el entrenamiento aseguran la ejecución satisfactoria del trabajo y constituyen una herramienta para adaptarse a los cambios originados por

nuevas tecnologías, también permite al personal de la empresa desempeñar sus actividades con el nivel de eficiencia requerido por sus puestos de trabajo, lo que consecuentemente contribuye al logro de los objetivos organizacionales y a la autorrealización personal del trabajador.

Por medio de la capacitación, se busca mejorar conocimientos, habilidades, actitudes y conductas de las personas en sus puestos de trabajo.

- Habilidad es la facilidad para realizar una tarea con cierta eficiencia, empleando el mínimo de recursos y de tiempo.
- Actitudes son los marcos de referencia, generalmente emocionales, a través de los cuales juzgamos la realidad, y condicionamos nuestra conducta, predisposiciones para actuar, criterios de juicio.
- Conducta es la forma de actuar y de relacionarse con los demás; aquí no se evalúan las causas de las conductas. Se busca modificar conductas ante situaciones concretas.

Según Frigo (2006) los campos de aplicación de la capacitación son muchos, pero en general entran en una de las cuatro áreas siguientes:

a) Inducción

Es toda aquella información que se brinda a los trabajadores o empleados recién llegados a la empresa. Generalmente siempre lo hacen los supervisores a cargo del nuevo personal. El departamento de RRHH establece por escrito las pautas, de modo de que la acción sea uniforme y planificada.

b) Entrenamiento:

Este se da al personal que se encuentra laborando ya en la empresa. Casi siempre se da en el mismo puesto de trabajo. La capacitación se hace necesaria cuando hay nuevas innovaciones que repercuten en las tareas o funciones de la empresa, o cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo.

c) Formación básica:

Se desarrolla en organizaciones de cierto tipo; procura personal especialmente preparado, con un conocimiento general de toda la organización. Se toma en general profesionales jóvenes, que reciben instrucción completa sobre la empresa, y luego reciben destino. .

d) Desarrollo de Jefes

Es el que presenta mayor dificultad a la hora de aplicarse, porque se trata de incrementar o desarrollar más bien actitudes que conocimientos y habilidades concretas. Es decir que en este tipo es primordial el compromiso de la gerencia general, y de los máximos niveles de la organización. El estilo gerencial de una empresa se logra no solo trabajando en común, sino sobre todo con reflexión común sobre los problemas de la gerencia. Deberían difundirse temas como la administración del tiempo, conducción de reuniones, análisis y toma de decisiones, y otros.

Según (Helberth, 2006) existen varios objetivos de capacitación:

- Establecer objetivos de la capacitación concretos y medibles es la base que debe resultar de la determinación de las necesidades de capacitación.
- Preparar al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.
- Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, no solo en su cargo actual, sino también en otras funciones en las cuales puede ser considerada la persona.
- Cambiar la actitud de las personas, bien sea para crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación o hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.
- Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.
- Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.
- Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.
- Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

De acuerdo con Gonzáles (2001) existen tres niveles de necesidades:

- Necesidades de Nivel Organizacional.- Son las limitaciones o problemas generales que presenta la empresa como organización.
- Necesidades de Nivel Ocupacional / Operacional.- Son las restricciones en conocimientos, habilidades y actitudes de un grupo de personas en determinado puesto.
- Necesidades de Nivel Individual / Humano.- Son las diferencias particulares que presenta un trabajador con respecto a la descripción de su puesto.
- Con la estrategia del diagnóstico de las necesidades de capacitación, se pueden detectar varios aspectos, que en algún momento puedan ver afectado el buen funcionamiento de la organización.

La importancia de la capacitación tiene incidencia en varios aspectos como:
La importancia de la capacitación de personal, se basa en que aporta a las empresas un personal mejor preparado, adiestrado, el cual hará que se desarrolle en sus actividades relacionadas a su puesto de trabajo que desempeña. Esperando con ello que cada personal se encuentre en un puesto acorde a su perfil profesional. Con ello se verán satisfechas las necesidades actuales y futuras respecto del aprendizaje y habilidades que desarrollarán los empleados.

Actualmente la capacitación dentro de las empresas es de gran importancia ya que ayuda de gran manera en el desarrollo del personal, por lo cual las empresas tienen la necesidad de encontrar mecanismos que den a su personal los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un

desempeño óptimo durante toda la estadía del trabajador dentro de la organización.

En la actualidad las organizaciones han comprendido lo importante de una buena capacitación dentro de la empresa, ya que no se trata de un gasto innecesario, sino de una inversión mucho más productiva, logrando resultados óptimos que repercuten en mayores beneficios tanto económicos, como de calidad y productividad en la organización y en lo propio con el trabajador.

Cuando se trata de capacitar al personal de una empresa se diseñan programas mediante los cuales, los colaboradores tienen la oportunidad de aprender cosas nuevas, actualizar sus conocimientos, relacionarse con otras personas y satisfacen sus propias necesidades, por medio de técnicas y nuevos métodos que ayudan a aumentar sus competencias permitiendo con ello a las organizaciones alcanzar sus metas. Entonces se puede considerar a esta como una de las inversiones más rentables que puede realizar una empresa, ya que actualmente la formación de **personal** se ha convertido en un tema fundamental en la agenda de las pequeñas y medianas empresas, ya que están inmersas en un mercado laboral altamente competitivo y esa necesario cada día mejorar la eficiencia de los trabajadores para que éstos aporten el incremento necesario y de esa manera se alcancen índices altos de productividad. Y lo mejor es que permite disminuye la tasa de rotación y reduce los accidentes.

Muchas empresas pueden realizar un proceso de capacitación práctico sin necesidad de ser expertos en el tema, enfocándose directamente con la misión, visión y objetivos de la empresa, para esto iniciamos del perfil del

puesto del personal a capacitar, se debe hacer un análisis de la persona, y un análisis de sus tareas. Este paso es crítico, ya que nos ayuda a lograr una óptima capacitación. Para esto debemos seguir los siguientes pasos:

- a) **Identificación de los Recursos**, consiste en tipificar lo siguiente: recursos financieros humanos, institucionales y por último recursos materiales.
- b) **Plan de Capacitación**, Se realiza la matriz de capacitación, para efecto de llevar un control de tiempos y movimientos, donde se incluye quien va a impartir la capacitación, si será interna o externa, manejar el presupuesto, etc., esto con la finalidad de ir puliendo las necesidades de la empresa, y aprender a realizar año con año su plan de capacitación.
- c) **Ejecución del Programa de Capacitación** consta de la implementación de la misma, el cual es DE vital importancia dar a conocer el objetivo, contenido, metodología, duración, participantes, lugar, horario, instructor, bibliografía, recursos, evaluación, en fin, todo lo que debe incluir un curso bien planeado para cumplir con el objetivo del mismo.
- d) **Evaluación, Control y Seguimiento**, es la clave para mejorar todo el proceso, ya que es la retroalimentación del mismo; se realiza en todo momento, desde el inicio, durante y al finalizar el programa de capacitación, y/o del curso.

En conclusión, la capacitación permite establecer y reconocer requerimientos futuros, el suministro de empleados calificados y aseguran el desarrollo de los Recursos Humanos disponibles. Tiene la finalidad del perfeccionamiento técnico del trabajador ya que ha sido creada para **ayudar** a que la empresa cumpla sus objetivos, y no para que la empresa ayude la capacitación, es

decir, empujar la empresa a cumplir la finalidad para la que fue creada, facilitando el camino a seguir.

La capacitación bien administrada, influye en la eficiencia de las organizaciones, porque se representa de manera directa en los subsistemas, (tecnología, administrativo, y el social-humano).

La preocupación fundamental de cualquier empresario es el crecimiento y la consolidación de su negocio o, por lo menos su supervivencia.

2.2.1.1. Medios de capacitación

2.2.1.1. Medios de capacitación

Es bien sabido que en toda organización son fundamentales sus empleados, ya que son ellos quienes hacen que ésta funcione y es de ellos que depende el éxito o fracaso de la misma, por esto resulta indispensable asegurarse que todo empleado tenga todas las herramientas y conocimientos necesarios para desempeñar correctamente su labor ya que son el capital humano el elemento clave para el negocio.

De acuerdo a esto un plan de capacitación debe ser preciso y estructurado. Es importante que se atiendan las necesidades de formación y entrenamiento y que estén alineadas con las necesidades de la compañía, ya que todo trabajador tiene el derecho a que su patrón le proporcione capacitación o adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida y productividad, conforme a los planes y programas formulados, de común acuerdo. El trabajador que recibe capacitación considera que están invirtiendo en su talento para mejorar su rendimiento, la calidad de su trabajo.

Para lograr este objetivo, debes tratar de aplicar alguno de estos medios:

Una capacitación en el puesto: Consiste en asignar a nuevos empleados a los empleados o a los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real, es decir la persona aprende una tarea o una destreza mediante su desempeño real. Dentro de este medio incluye: a) Instrucción directa: en la que el trabajador recibe la capacitación en el puesto de parte de un trabajador experimentado o el supervisor mismo. Se busca que los nuevos empleados adquieran la experiencia para manejar la maquina o a ejecutar varias tareas observando al supervisor, b) rotación de puesto; el empleado pasa de un puesto a otro en periodos programados para conocer las diferentes actividades que se desarrollan en el proceso general, ya sea productivo o administrativo c) instrucción directa se imparte durante las horas de trabajo. Se emplea, básicamente para enseñar a obreros y empleados a desempeñar su puesto actual. La instrucción es impartida por un capacitador, un supervisor o un compañero de trabajo experimentado.

La rotación de puestos es otro medio para proporcionar a sus empleados experiencia en varios puestos, se alienta la rotación del empleado de una a otra función. Cada movimiento de puesto es precedido por una sesión de instrucción directa. Se brinda al personal que va a recibir la capacitación una descripción general del puesto, su objetivo, y los resultados que se esperan de él. Se puede dar también a través de la relación experto aprendiz donde se puede observar niveles muy altos de participación y transferencia de trabajo por tanto la retroalimentación se adquiere prácticamente de inmediato.

También es muy común que se use conferencia, videos, películas, audiovisuales, on-line, vía Internet tienden a depender más de la comunicación masiva y menos de la participación activa, generalmente permite economía de tiempo y recursos. En la

mayoría de las organizaciones se utiliza el audiovisual, como el primer contacto de un nuevo empleado con la organización. También en su mayoría muchas otras se inclinan por películas, videos y expositores profesionales además se utilizan las simulaciones por computadora, este método asume con frecuencia la forma de juegos, donde los jugadores efectúan una decisión y la computadora determina el resultado. Se utiliza mucho para capacitar gerentes en la toma de decisiones.

Otro medio muy utilizado por la mayoría de organizaciones a son las conferencias ya que permite llegar a una mayor cantidad de personal dentro de una organización y transmitir un amplio contenido de información o enseñanza. Los videos pueden sustituir a las conferencias ya que su proyección son un medio muy eficaz, sobre todo cuando se trata de mejorar la calidad del servicio y además permite la máxima utilización de instructores más capaces.

Con respecto a los medios impresos los manuales permiten la exposición repetida, es útil aplicación de secuencias largas o procedimientos complicados que no pueden retenerse en una sola presentación, además permite el uso de otro medio como la discusión de grupos e interacción social que va de la mano que ya que es necesario en el desarrollo de este otro medio que permitirá el desarrollo de habilidades interpersonales requeridas por tareas ejecutivas, dirección de debates y contratos con personas para el manejo directivo de problemas reales de supervisión..

Se utilizan también la solución de problemas que está referido al asesoramiento de empleados ofreciendo la posibilidad de participación y práctica repetida mediante la adquisición de habilidades necesarias en el trabajo real, se usan también sustitutos del equipo real. Se utilizan además ejercicios vivenciales, lluvias de ideas, dinámicas grupales como los juegos de roles, psicodramas, y otros para llevar a cabo la capacitación de acuerdo a los objetivos planteados.

2.2.1.2. Por qué es necesaria la capacitación

Las organizaciones dependen cada vez más del conocimiento, habilidades y destrezas de sus empleados, por esto es fundamental capacitar a los empleados, es decir darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un mejor y mayor desempeño para esto deben dar las bases para que sus empleados tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias

La capacitación, permite alcanzar altos niveles de motivaciones, productividad, integración, compromiso y solidaridad en el personal de la organización Al iniciar una capacitación, el primer paso consiste en coordinar las necesidades con objetivos de aprendizaje específicos. La capacitación permite adaptarse a los rápidos cambios sociales, como la situación de las mujeres que trabajan, el aumento de la población con títulos universitarios, la mayor esperanza de vida, los continuos cambios de productos y servicios, el avance de la informática en todas las áreas, y las crecientes y diversas demandas del mercado. Por ello, las inversiones en capacitación redundan en beneficios tanto para la persona entrenada como para la organización que la entrena.

La capacitación es imprescindible ya que va a ayudar a construir un futuro en el que la fuerza de trabajo esté formada y preparada para superarse continuamente, es una de las más rentables que puede emprender una organización. Esta debe desarrollarse como un proceso, siempre en relación con el puesto y con los planes de la organización. Para las organizaciones u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en beneficios para la organización.

Actualmente la capacitación en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los empleados tanto personal como profesional. Por ello, las organizaciones deben encontrar mecanismos que den a su personal los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo durante toda la estadía del trabajador dentro de la organización ya que es la respuesta a la necesidad que tienen las organizaciones o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, mediante conocimientos teóricos y prácticos que potenciará la productividad y desempeño del personal. Mediante la capacitación, los empleados tienen la oportunidad de aprender cosas nuevas, actualizar sus conocimientos, relacionarse con otras personas; en otras palabras, satisfacen sus propias necesidades, por medio de técnicas y nuevos métodos que ayudan a aumentar sus competencias para desempeñarse con éxito en su puesto, permitiendo a su vez a las organizaciones alcanzar sus metas.

La capacitación permite muchos beneficios entre los cuales podemos considerar como los principales: Provoca un incremento de la productividad y calidad de trabajo, ayuda a solucionar problemas, facilita que el personal se identifique con la organización, aumenta la rentabilidad de la organización, desarrolla una alta moral en los empleados y ayuda a prevenir accidentes de trabajo y reduce la necesidad de supervisión mejora la estabilidad de la organización y su flexibilidad.

- Si una organización desea capacitar a su personal lo puede hacer generando sus propios capacitadores, quienes además forman parte de la misma, o pueden buscar la asesoría de organizaciones especializadas en ofrecer conferencias, talleres o seminarios, y que tengan diversas opciones para que se adapten a las necesidades específicas de la organización, pues una visión externa siempre brindará otra visión.

Se puede concluir entonces que la capacitación al personal debe ser obligatoria, ya que es un factor importante que ayuda a ser competitivos y más eficientes, dando como resultado un cambio en la organización.

Para la organización, podemos considerar los siguientes beneficios gracias a la capacitación:

- Genera un aumento de la productividad y la calidad de trabajo.
- Incrementa la rentabilidad de la organización.
- Levanta la moral de los trabajadores.
- Ayuda a resolver problemas concretos en el día a día.
- Disminuye la necesidad de supervisión.
- Contribuye a prevenir los accidentes de trabajo.

- Mejora la estabilidad de la organización y su flexibilidad.
- Propende a que el personal se sienta identificado con la empresa.

También beneficia a las organizaciones, pues:

- Mejora la imagen de la organización.
- Mejora la relación jefes - subordinados.
- Coadyuva a la comprensión y adopción de políticas.
- Ayuda a reducir los costos.

En el campo individual, la capacitación presenta beneficios como los siguientes:

- Ayuda a las personas a resolver problemas y a tomar decisiones.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas de las personas.
- Permite el logro de metas individuales.
- Aumenta la confianza en sí mismo, eliminando los temores a la incompetencia o a la ignorancia individual.

Además, la capacitación genera beneficios en las relaciones humanas, relaciones internas y externas y en la adopción de políticas, por lo siguiente:

- Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
- Ayuda en la orientación de nuevos empleados.
- Proporciona información sobre disposiciones oficiales.
- Hace viables las políticas de la organización.
- Alienta la cohesión de grupos.
- Proporciona una buena atmósfera para el aprendizaje.
- Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar.

En conclusión, es indiscutible la trascendencia que tiene la capacitación laboral como inversión empresarial en una empresa para lograr crecimiento a nivel técnico, de cultura organizacional, de competencias y de imagen empresarial.

2.2.2 Teoría de la Rentabilidad

La rentabilidad es la relación entre la utilidad generada y la inversión realizada o de la utilidad generada entre los activos adquiridos. Bien podríamos conceptualizarla como el resultado del aprovechamiento de todo tipo de recursos, ya sea humanos, materiales, financieros, tecnológicos, 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. 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, La rentabilidad podría clasificarse en diferentes grados: alta, media y baja. Generalmente se expresa en porcentajes. Tal clasificación dependerá de varios factores, entre otros, los siguientes: de la comparación con los objetivos establecidos y su logro, del auge o declive del sector al cual pertenece, del costo de los recursos si es o no superior a la tasa de retorno esperada. Otros factores no menos importantes son el estilo de la dirección y administración en la vida de la empresa. Todo en conjunto apoyará a la creación o no de un excedente económico, agregando o destruyendo valor en la misma.

La Rentabilidad representa sólo una de las medidas a través de las cuales se pueden evaluar los resultados organizacionales. Esta medida es un elemento central del análisis económico de la gestión empresarial. Los objetivos financieros difieren en cada fase del ciclo de vida de un negocio pero tienen que ver con la rentabilidad, el crecimiento y el valor para el accionista, medidos por beneficios de explotación, rentabilidad sobre activos, rendimientos sobre inversiones, valor económico agregado, etc. aportando, así, un conjunto de indicadores generales para aumentar los ingresos, reducir los costos y optimizar el uso de los activos. (Chacón, 2007)

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. (Bravo, 2008)

Se define como:

$$RF = \frac{\text{Resultado o Beneficio Neto (BN)}}{\text{Fondos propios medios (FP)}}$$

La rentabilidad financiera 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.

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad. (Sánchez, Análisis de Rentabilidad de la Empresa, 2013)

Se suele expresar como:

$$RE = \frac{\text{Beneficio antes de interés e impuestos (BAIT)}}{\text{Activo Total Medio (AT)}}$$

A su vez, la rentabilidad económica puede descomponerse en el margen de ventas multiplicado por la rotación de activos, ambos definidos como sigue:

$$RE = \frac{\text{BAIT}}{\text{AT}} = \frac{\text{BAIT}}{\text{VENTAS}} \times \frac{\text{VENTAS}}{\text{AT}} = \text{Margen de Rotación}$$

De acuerdo a Quito (2001) matemáticamente, un ratio es una razón, es decir, la relación entre dos números. Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del Balance o del estado de Ganancias y Pérdidas.

Los ratios proveen información que permite tomar decisiones acertadas a quienes estén interesados en la empresa, sean éstos sus dueños, banqueros, asesores, capacitadores, el gobierno, etc.

Sirven para determinar la magnitud y dirección de los cambios sufridos en la empresa durante un periodo de tiempo.

Índices de Rentabilidad. Miden la capacidad de la empresa para generar riqueza (rentabilidad económica y financiera).

- Rendimiento sobre el patrimonio
- Rendimiento sobre la inversión
- Utilidad activo
- Utilidad ventas
- Utilidad por acción
- Margen bruto y neto de utilidad

2. 2. 2.1. Medios de evaluación de la rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa, para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir ventas en utilidades. Estos indicadores combinan variables económico-financieras para brindar una medida de rentabilidad de una empresa. Correctamente utilizados, serán los más indicados para calcular la rentabilidad efectiva de tu empresa, el margen operacional que es la relación entre la utilidad operacional y las ventas totales Mide el rendimiento de los activos operacionales de la empresa en el desarrollo de su objeto social. Este indicador debe compararse con el costo ponderado de capital a la hora de evaluar la verdadera rentabilidad de la empresa; el margen bruto de utilidad que es la relación entre la utilidad bruta y las ventas totales (ingresos operacionales) Es el porcentaje que queda de los ingresos operacionales una vez se ha descontado el costo de venta.

Otros aspectos que se consideran como indicadores son la rentabilidad neta sobre la inversión que valúa la rentabilidad neta (uso de los activos, gastos operacionales, financiación e impuestos) que se ha originado sobre los activos, la rentabilidad operacional sobre la inversión que evalúa la rentabilidad operacional (uso de los activos y gastos operacionales) que se ha originado sobre los activos; la rentabilidad sobre el patrimonio que evalúa la rentabilidad que tienen los propietarios de la empresa y el crecimiento sostenible

que es el resultado de la aplicación de políticas de ventas, financiación, dividendos y capitalización. Ésta apunta a que el incremento de las ventas, los activos y el patrimonio de la compañía sea consecuente con el crecimiento de la demanda

Los medios para evaluar la rentabilidad son; a) la tasa de retorno sobre la inversión es expresada normalmente como un porcentaje. El beneficio neto anual dividido por la inversión total inicial representa la fracción que, multiplicada por 100, es conocida como retorno porcentual sobre la inversión. El procedimiento usual es encontrar el retorno sobre la inversión total original siendo b) Valor presente compara los valores presentes (VP) de todos los flujos de caja con la inversión original. El valor presente del proyecto es igual a la diferencia entre el valor presente de los flujos anuales de fondos y la inversión inicial. El valor presente neto es una única cantidad referida al tiempo cero y representa un premio si es positiva, o un fracaso si es negativa, para una tasa de interés elegida. Supone igualdad de oportunidades para la re-inversión de los flujos de caja a una tasa de interés pre-asignada. Esta tasa

puede tomarse como el valor promedio de la tasa de retorno que obtiene la compañía con su capital o se lo puede designar como el retorno mínimo aceptable para el proyecto, c) tasa interna de retorno tiene en cuenta la valorización del dinero invertido con el tiempo y está basado en la parte de la inversión que no ha sido recuperada al final de cada año durante la vida útil del proyecto. Por lo tanto, la tasa de retorno que se obtiene es equivalente a la máxima tasa de interés que podría pagarse para obtener el dinero necesario para financiar la inversión y tenerla totalmente paga al final de la vida útil del proyecto. Y d) el tiempo de repago que es el mínimo período de tiempo teóricamente necesario para recuperar la inversión original en forma de los flujos de caja del proyecto. Generalmente, la inversión original significa sólo la inversión fija inicial depreciable.

2.2.2.2. Margen de rentabilidad

Indica la rentabilidad de un producto, servicio o negocio. Es expresado en porcentaje; mientras más alto sea el número, más rentable es el negocio.

Tipos de margen de rentabilidad

Los negocios pequeños e incluso las tiendas, a menudo miran dos tipos de margen de rentabilidad:

- Margen de rentabilidad bruto
- Margen de rentabilidad neto.

a) Margen de rentabilidad bruto

Generalmente aplica a un producto o línea específica en lugar de a un negocio completo. Calcular el margen de rentabilidad bruto ayuda a la compañía a determinar

el precio porque una rentabilidad bruta baja puede significar que la compañía debe cobrar más para que vender un producto valga la pena.

Calcula el margen de rentabilidad bruto restando el costo de los bienes de la rentabilidad netas. Divide el resultado entre la rentabilidad netas y ese será el porcentaje. Por ejemplo, si las ventas son 8.000\$ y el costo total es 6.000\$, la diferencia entre los dos es de 2.000\$. Divide la diferencia entre las ventas (8.000\$) y multiplica por 100 para obtener un porcentaje. En este caso es 25, y ese es el margen de rentabilidad bruto.

Nótese que el costo de productos vendidos incluye el costo directo del producto pero no incluye costos como renta, suministros de oficina y más, que representan costos indirectos.

b) Margen de rentabilidad neta

A diferencia del margen de rentabilidad bruto, el margen de rentabilidad neta es un cálculo que expresa la rentabilidad de todo el negocio, solo de un producto o servicio. También se expresa en porcentaje; mientras más alto sea el número, más rentable es la compañía. Un margen de rentabilidad bajo puede indicar un problema que interfiere con el potencial de rentabilidad, incluyendo altos gastos innecesarios, problemas de productividad o problemas de gestión.

Calcular el margen de rentabilidad neta es bastante similar al cálculo de margen de rentabilidad bruta, pero este proceso requiere los ingresos y costos de toda la compañía, no solo de un producto. Divide el ingreso neto de la compañía (la rentabilidad después de los gastos es deducida del ingreso bruto) entre las ventas totales, luego multiplica el resultado por 100 para obtener la respuesta expresada en porcentaje. Digamos que las ventas brutas con 150.000\$ y los gastos son 75.000\$. Eso significa que el ingreso neto es 75.000\$. Divide ese número entre la rentabilidad

bruta, 75.000\$ dividido entre 150.000\$, para obtener, 50. Multiplicando 50 por 100 da 50 por ciento, que es el margen de rentabilidad neta.

La gente que usa el margen de rentabilidad neto para determinar la rentabilidad de una compañía son cuidadosos de no comparar un negocio en una industria a otro negocio en otra industria. Las características de las industrias varían tanto que es irreal esperar que un restaurante, por ejemplo, se compare a una tienda de partes de autos.

c) Interpretación de margen de utilidad

Las proporciones de margen de utilidad muestran las ganancias que puede generar tu empresa sobre ventas. Las empresas con márgenes fuertes de utilidad no tienen que vender tanto en volumen para obtener el mismo ingreso que las compañías con márgenes más bajos. Los márgenes pueden variar significativamente de una industria a otra. Las industrias que son más competitivas, por ejemplo, pueden contribuir a márgenes más bajos por todos los competidores en esa industria. Es más fácil cubrir tus costos fijos y obtener un ingreso neto por el período cuando se tiene un alto margen de utilidad bruta. Así, un margen de utilidad bruta alto le da a tu negocio una posición más estable y rentable.

2.3 Hipótesis

Para el presente estudio no se formularán hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

El presente trabajo es de tipo descriptiva ya que señala las características del problema y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado; es decir se describen las características y las fuentes de financiamiento y las características e instrumentos de medición de la rentabilidad de las MYPE del rubro zapaterías.

Según Sabino (2001), la investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento.

Fue una investigación Cuantitativa, ya que se utilizó todas las estrategias necesarias para el recojo y procesos de datos que permitan identificar la situación problemática.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006), el enfoque cuantitativo usa procedimientos estandarizados (que sean aceptados por una comunidad científica); tales datos se representan numéricamente y son analizados por métodos estadísticos

El diseño es no experimental, debido a que ella se observado los fenómenos tal como ocurren naturalmente, es decir no se han dado intervenciones en el desarrollo de los hechos. Además no se crearan nuevas teorías.

Según Hernández; Fernández y Baptista (2006, p. 205), define a los diseños no experimentales como “Estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”

También es de tipo transversal porque se realiza el recojo de datos en una época determinada. Se caracteriza por recoger información una única vez en un periodo delimitado en el tiempo y de una población definida y en consecuencia sus resultados son generalizables a dicho momento y dicha población (Navas, 2012).

3.2.- Población y Muestra

Población

En el presente trabajo, se han determinado dentro del sector de MYPE del rubro zapaterías, un promedio 20 MYPE.

Para la variable capacitación

Se considera los trabajadores de las MYPE; la mayoría de las MYPE cuenta con un solo vendedor por lo general del sexo femenino.

Para la variable Rentabilidad

Se consideran los 20 representantes de las MYPE.

Cantidad MYPE	Nombre MYPE	Dirección	Propietario
01	Zapatería "AUDAZ" S.R.L	Mercado Central Tda. 29 Mz 3	Sr. Augusto Saavedra Chira
02	Zapatería "BECERRA"	Mercado Central Tda 17 Mz 3	Sr. Edgar Becerra Coba
03	Comercial "KARI"	Gonzalo Farfán Mz I P 17	Sra. Viviana Córdova de Kari
04	Comercial "LEYDI CAROLINA"	" Gonzalo Farfán Mz E P 20	Sr. Julio Ordinola Cruz
05	Comercial "ALFREDO"	Gonzalo Farfán Mz I P 05	Sr. Alfredo Córdova García
06	Comercial "ACERO"	Gonzalo Farfán Mz I P 06	Sr. Félix Acero Huyro
07	Comercial "SPAT	Mercado Central	Sra. Adela Saavedra

	WORD”	Mz IP 09	Céspedes
08	Comercial “JESÚS ES MI PASTOR”	Gonzalo Farfán Mz IP 03	Sr. Ricard Cunyarache Cunyarache
09	Comercial “DANI Y CAMI”	Gonzalo Farfán Mz IP 07 y 08	Sr. Ronald Arellano
10	Comercial “YOVICA”	Gonzalo Farfán Mz IP 07	Sr. Fidel Tahuada Yovica
11	Comercial “NOVA”	Gonzalo Farfán Mz IP 14	Sr. Nolverta Recoba Cruz
12	Comercial “YOEL”	Gonzalo Farfán Mz EP 19	Sr. Ángel Tronco Nolasco
13	Comercial “JHONATHAN”	Gonzalo Farfán Mz IP 15	Sr. Jhonathan Ordinola Nuñez
14	Comercial “SOL Y CRISH”	Gonzalo Farfán Mz IP 09	Sr. Manuel Obeso
15	Comercial “EVER”	Gonzalo Farfán Mz EP 14	Sr. Ever Maza
16	Comercial “OSCAR”	Gonzalo Farfán Mz EP 12	Sra. Mary Durand
17	Comercial “JAREL”	Gonzalo Farfán Mz EP 01	Sr. José. Domínguez Rivera
18	Comercial “GLORIA”	Gonzalo Farfán Mz IP 01	Sr. Jobo Becerra Coba
19	Comercial “SURI”	Gonzalo Farfán Mz EP 13	Sr. Marisol Chayahuaya
20	Comercial “SARITA”	Gonzalo Farfán Mz IP 04	Sr. Medardo Córdova García

Muestra

Para la muestra de la investigación está conformada por los 20 trabajadores de las MYPE y los 20 representantes de las MYPE del rubro zapatería.

Cantidad MYPE	Nombre MYPE	# Trabajadores
01	Zapatería “AUDAZ” S.R.L	01
02	Zapatería “BECERRA”	01
03	Comercial “KARI”	01
04	Comercial “LEYDI CAROLINA”	01
05	Comercial “ALFREDO”	01
06	Comercial “ACERO”	01
07	Comercial “SPAT WORD”	01
08	Comercial “JESÚS ES MI PASTOR”	01
09	Comercial “DANI Y CAMI”	01
10	Comercial “YOVICA”	01
11	Comercial “NOVA”	01
12	Comercial “YOEL”	01
13	Comercial “JHONATHAN”	01
14	Comercial “SOL Y CRISH”	01
15	Comercial “EVER”	01
16	Comercial “OSCAR”	01
17	Comercial “JAREL”	01
18	Comercial “GLORIA”	01
19	Comercial “SURI”	01
20	Comercial “SARITA”	01

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra

representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Criterios de inclusión:

Se incluye a la totalidad de trabajadores de las MYPE seleccionadas.

Se incluye a los dueños y representantes de las MYPE.

Criterios de exclusión:

No se toman en cuenta a los trabajadores que son contratados en épocas de campaña, los cuales varían anualmente.

Tampoco se considera que algunas MYPE cuenten con dos o más trabajadores.

3.3 Definición y operacionalización de variables.

Variable	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Pregunta	Respuesta	Fuentes
Capacitación	Características	Operacionalmente se medirá la cantidad de trabajadores, las actividades o funciones, el manejo de recursos y la frecuencia de las capacitaciones, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería	Cantidad de trabajadores	1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta la MYPE?	Menos de 3 () Entre 3 – 5 () Más de 5 ()	Trabajadores
			Actividades en la MYPE	2. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	Atención al cliente () Caja () Administración ()	
				3. ¿Qué tipo de habilidades son necesarias para el desarrollo de sus actividades?	Empatía () Orientación al servicio () Liderazgo ()	
			Manejo de recursos	3. ¿Usted hace un adecuado manejo de los recursos que le proporciona la MYPE?	Muy de acuerdo () De acuerdo () Muy desacuerdo ()	
			Frecuencia de capacitaciones	9. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()	
Medios		Operacionalmente se medirá los instrumentos empleados, las técnicas utilizadas y los procesos de inducción, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería	Instrumentos empleados	6. ¿Qué se utiliza cuando le brindan capacitación u orientación sobre sus actividades?	Medios escritos () Medios orales () Medios audiovisuales ()	Trabajadores
			Técnicas utilizadas	7. ¿De qué forma le brindan las capacitaciones?	Reuniones () In situ () Cursos o charlas ()	

			Procesos de inducción	10. ¿Ha recibido algún tipo de inducción al ingresar a trabajar?	Sí () No ()	
	Necesidades	Operacionalmente se medirá importancia de la capacitación, el requerimiento de capacitación y la planificación de la capacitación, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería	Importancia de capacitación	4. ¿Considera importante y necesaria la capacitación?	Sí () No ()	Trabajadores
Requerimiento de capacitación			5. ¿En que considera que necesita capacitarse?	Atención al cliente () Finanzas () Gestión ()		
Planificación de capacitación			8. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?	Sí () No ()		

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Pregunta	Respuesta	Fuentes
Rentabilidad	La rentabilidad es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica. (Sánchez, 2004).	Características	Operacionalmente se medirá los conocimientos, el nivel de ventas y el margen de utilidad, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Conocimientos	1. ¿Para usted que es rentabilidad?	Aumento de Ingresos () Mejora en Utilidades () Rendimiento de Inversión () Medida financiera () No conoce ()	Representante
				Nivel de ventas	2. ¿En el último año considera que sus ventas han aumentado?	Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()	
					3. ¿Para usted en el último año sus ganancias son mayores?	Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()	
				Margen de utilidad	4. ¿Cuál es su margen de utilidad?	Menos de 15% () 15% – 25 % () Más de 25% ()	
		Medios de evaluación	Operacionalmente se medirá las herramientas financieras, el conocimiento de ratios y la evaluación económica financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Herramientas financieras	9. ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su utilidad	No usa () Registros contables () VAN () TIR ()	Representante
				Conocimiento de ratios	10. ¿Tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?	Si () No ()	
				Evaluación económica financiera	5. ¿La MYPE cuenta con capacidad de endeudamiento?	Muy de acuerdo () De acuerdo () Muy desacuerdo ()	

					8. ¿Evalúa su rentabilidad económica y financiera?	Muy de acuerdo () De acuerdo () Muy desacuerdo ()	
		Nivel de rentabilidad	Operacionalmente se medirá los registros contables y la rentabilidad económica y financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Registros contables	7. ¿Cuenta con información contable para la toma de decisiones?	Muy de acuerdo () De acuerdo () Muy desacuerdo ()	Representante
				Rentabilidad económica y financiera	6. ¿Qué tan rentable es su negocio?	Menos del 5% () Entre 5% a 10 % () Entre 10% a 15% () Más del 15% ()	

3.4. Técnicas e instrumentos

3.4.1 Técnicas

- a) Encuestas: Las encuestas fueron aplicadas a los trabajadores y a los dueños o administradores de las MYPE del rubro zapaterías del mercado modelo de Piura.

Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho. (Arratia, Galisteo, Pérez, García, 2009)

3.4.2 Instrumentos

- a) Cuestionario: La elaboración de la encuesta se realizó con la finalidad de determinar las características de la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del rubro zapaterías.

Para Tamayo (2001) consiste en un conjunto amplio de preguntas que están orientadas a recabar información sobre lo que se investiga. Por lo que un cuestionario debe ser redactado de forma sencilla, directa y concisa.

La escala de medición de los indicadores, son nominales para las preguntas dicotómicas y ordinales para el resto de preguntas; tanto para el cuestionario de capacitación y rentabilidad

3.5 Plan de análisis

Para la recolección de datos se realizaron visitas previas a las MYPE del rubro zapaterías, con el propósito de coordinar con los representantes y/o dueños de

estas, para determinar si estos se encuentran dispuestos a proporcionar la información suficiente para el trabajo de investigación. Finalmente, luego se realizó las coordinaciones pertinentes, para proceder a la aplicación del cuestionario (encuesta). Las MYPE encuestadas han sido seleccionadas por conveniencia de la investigadora.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Luego de la obtención de datos se procedió a codificarlos, para mantener el orden y posteriormente elaborar los cuadros estadísticos, mediante el Programa SPSS V.21 de los cuales se realizó el análisis e interpretación de los datos, para la discusión de resultados y la elaboración de las conclusiones. Además para la elaboración de la tabulación, análisis y la interpretación de los datos se ejecutaron haciendo uso de los programas Microsoft Office Excel 2010.

3.6 Matriz de Consistencia:

Título	Enunciado	Problema General	Objetivo General	Hipótesis	Variable	Metodología
Caracterización de la capacitación y la rentabilidad en las MYPE de servicios rubro zapatería del mercado modelo de Piura, año 2015.	General	¿Qué características tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015?	Establecer las características que tiene la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015	Para el presente estudio no se formularan hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).	Capacitación Rentabilidad	Tipo
	Específicos		(a) Identificar las necesidades de capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015. (b) Señalar los medios utilizados en la capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015 (c) Determinar los medios de evaluación			Descriptiva
						Nivel
						Cuantitativo
						Diseño
						No experimental
						Transversal
						Población
						20 MYPE del rubro zapaterías
						Técnica
						Encuesta
						Instrumento
						Cuestionario

			<p>de la rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015.</p> <p>(d) Identificar el margen de rentabilidad promedio de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015</p>			
--	--	--	--	--	--	--

3.7 Principios éticos.

Los principios éticos de la investigación son universales pero su aplicación requiere la adaptación a las condiciones locales, socioculturales y económicas. La disponibilidad de los recursos necesarios para garantizar los principios no es universal y los procedimientos que se usan para asegurar que los estudios de investigación se ejecuten éticamente pueden no ser óptimos. Independientemente de las limitaciones locales, estos principios éticos deben guiar la conducta de quienes participen en la planeación, realización y patrocinio de la investigación con seres humanos. (Vara, 2009)

Este trabajo de investigación se realizó con total transparencia al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio; además se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de las encuestas aplicadas fue de estricto carácter y honestidad al momento de realizar los análisis. Además se respetaron los derechos del autor

IV RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES

Tabla 4.1

Edad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	14	70.0%
26 a 35 años	5	25.0%
36 a 45 años	1	5.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora

Tabla 4.2

Sexo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	2	10,0%
Femenino	18	90,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora

Tabla 4.3

Grado de instrucción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	1	5,0%
Secundaria	14	70,0%
Superior no universitaria	5	25,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora

Tabla 4.4

Tiempo en años laborando

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 01 año	10	50,0%
Entre 01 a 03 años	9	45,0%
Entre 03 a 05 años	1	5,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora

4.1.2 VARIABLE CAPACITACIÓN.

Tabla 4.5

Actividades que realiza

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	3	15,0%
Caja	15	75,0%
Administrativas	2	10,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora

Tabla 4.6

Necesidad de capacitarse

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80,0%
No	4	20,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora

Tabla 4.7

Recibió inducción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100,0%
No	0	0.0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora

Tabla 4.8

Quien capacitó

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Usted mismo	16	80,0%
La MYPE	4	20,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.9

Tiempo que recibe capacitaciones

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No recibe	20	100,0%
Si recibe	0	0,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.10

Medios de capacitación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Reuniones eventuales	20	100,0%
Otros	0	0.0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.11

Evaluación de desempeño

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100,0%
No	0	0,0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.12

Nivel de desempeño

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	6	30,0%
Medio	14	70,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.13

Aprovechamiento de los recursos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100,0%
No	0	0,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.14

Eficiente en las tareas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90,0%
No	2	10,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.15

Trato que brinda al cliente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	16	80,0%
Regular	4	20,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

4.1.3 DATOS GENERALES DE REPRESENTANTES

Tabla 4.16

Edad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
26 a 35 años	7	35,0%
36 a 45 años	9	45,0%
Más de 46 años	4	20,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.17

Sexo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	13	65,0%
Femenino	7	35,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.18
Grado de Instrucción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	14	70,0%
Superior no universitaria	5	25,0%
Universitaria completa	1	5,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.19
Años en el sector y/o rubro

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 3 años	10	50,0%
Entre 3 a 5 años	8	40,0%
Más de 05 años	2	10,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.20
Número de trabajadores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 3	20	100,0%
Otros	0	0,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

4.1.4 VARIABLE RENTABILIDAD

Tabla 4.21

Concepto de rentabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Aumento de ingresos	20	100,0%
Disminución de Ingresos	0	0,0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.22

Ventas han aumentado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	30,0%
De acuerdo	13	65,0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	1	5,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.23

Ganancias se han incrementado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	15,0%
De acuerdo	7	35,0%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	20,0%
En desacuerdo	6	30,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.24
Margen de utilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 15%	20	100,0%
Más de 15%	0	0,0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.25
Capacidad de endeudamiento o financiamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	65,0%
No	7	35,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.26
Conocimiento sobre indicadores de rentabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	20	100,0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.27

Tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No usa	15	75,0%
Registros contables	5	25,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.28

Rubro rentable

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	20	100,0%
Desacuerdo	0	0,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.29

Porcentaje de rentabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Entre 10% a 15%	16	80,0%
Más del 15%	4	20,0%
Total	20	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

Tabla 4.30

El financiamiento permite mejorar su rentabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	20	100,0%
Desacuerdo	0	0,0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por la investigadora.

4.2 Análisis de los resultados

4.2.1 De acuerdo a la Variable Capacitación

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE de zapaterías, la Tabla 1 denominada Edad, evidencia que el 70% cuenta con edades entre 18 a 25 años; además un 25% mantienen edades entre 26 a 35 años. Finalmente, la minoría de trabajadores en un 5% cuenta con edades entre 36 a 45 años. Los resultados permiten deducir que los trabajadores son personas jóvenes y adultas basándose que las actividades que se realizan requieren de esfuerzo físico y de experiencia.

Estos resultados se comparan con los resultados de Gómez (2014), en su tesis denominada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013” quien establece que los trabajadores son relativamente jóvenes con edades comprendidas entre 25 a 35 años, representando el 56%.

En la Tabla 2 denominada Sexo, se observa que el 90% de los trabajadores corresponden al sexo femenino mientras que el otro 10% al sexo masculino,

determinándose que dado a la naturaleza del trabajo en las MYPE de zapaterías la mayoría los trabajadores son mujeres.

Lo que se puede comparar con la investigación de Sayán (2013), titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro acopio compra y venta de aceitunas, en el distrito de Tacna, periodo 2011-2012”, quien determina que los trabajadores están representados por un 93% del sexo femenino.

Con respecto a la Tabla 3 denominada Grado de Instrucción, se observa que la mayoría de los trabajadores tienen formación secundaria en un 70%, mientras que el 25% superior no secundaria y la minoría poseen formación primaria en un 5%, deduciéndose que la mayoría de los trabajadores de las MYPE de zapaterías no requieren de un grado superior de estudios para realizar sus trabajos.

Los resultados se comparan con los obtenidos por Rengifo (2011) en su investigación Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía Shipibo-Conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010; quien establece que se evidencia un nivel de instrucción por un 50% con estudios básicos secundarios.

En la Tabla 4 denominada tiempo en años laborando, se observa que la mayoría de los trabajadores tienen un tiempo de menos de 01 año laborando en un 50%, mientras que el 45% entre 01 a 03 años y la minoría poseen un tiempo de entre 03 a 05 años en un 5%, deduciéndose que la mayoría de los trabajadores de las MYPE de zapaterías tienen poco tiempo laborando en este rubro.

Dichos resultados son comparables con los de Gómez (2014), quien presentó su tesis denominada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro

restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013”, determinando que los trabajadores cuentan con menos de 10 años laborando en las MYPE en un 67%.

En relación a las actividades que realiza en las MYPE, en la tabla 5 denominada actividades, se observa que el 75% realiza actividades de caja, mientras que sólo el 15% realiza actividades de atención al cliente, y por último realizan actividades administrativas el 10%. Se deduce que en las MYPE que los mismos trabajadores aparte de atender al cliente se ocupan de la labor de caja encargada por los dueños cuando estos tienen otras actividades que realizar.

Los resultados se comparan con la investigación de Gómez (2014), titulada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013”, quien establece que las principales actividades de los trabajadores es la atención al cliente con un 51%, ya que se requiere mayor personal como mozo; el 29% son cocineros o ayudantes de cocina y el 20% son administradores o representantes de la MYPE.

Al respecto Rodríguez y Morales (2008) señalan que la capacitación permite el desarrollo de habilidades; sobre todo aquellas destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras

Con respecto al primer objetivo de investigación: Identificar las necesidades de la capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura; en la tabla 6 denominada necesidad de capacitarse, se observa que el 80% de los trabajadores si necesita capacitarse, y no tienen la necesidad de capacitarse un 20%. Esto indica que no son capacitados en la atención al cliente, en caja y en la forma de poder ofrecer el producto ya que su forma de enseñanza es sola observando.

Los resultados se comparan Sayán (2013), quien realizó una investigación titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro acopio compra y venta de aceitunas, en el distrito de Tacna, periodo 2011-2012”, determinando que el 47% considera que la capacitación es relevante para su MYPE

El aporte de Rodríguez y Morales (2008) señala que la capacitación, debe entenderse como una forma de educación a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.

En relación a si recibió inducción en las MYPE, en la tabla 7 denominada recibió inducción, se observa que el 100% si ha recibido inducción. Se dedujo que recibieron la explicación del manejo o modo de venta, las características del producto y el manejo de precios.

Lo que se compara con la investigación de Medina, (2014), titulada “Financiamiento y capacitación en las MYPE servicios - rubro restaurantes de la provincia de Piura 2012”, quien determina el tipo de capacitación que realizan a los colaboradores de las MYPE, es la capacitación pre ingreso, este tipo de capacitación es la única clase de capacitación disponible y generalmente incluye la asignación de los nuevos empleados a los trabajadores o los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real.

Friego (2006) señala que la inducción es la información que se brinda a los empleados recién ingresados. Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante. El departamento de RRHH establece por escrito las pautas, de modo de que la acción sea uniforme y planificada.

Con respecto a la tabla 8 denominada quien lo capacito, se observa que el 80% de los trabajadores se capacitaron por sí mismos, y fueron capacitados por la MYPE un 20%.

Se deduce en que a los trabajadores se les explica o indica la labor a realizar aunque esto de cierta forma no es muy seguido para el desempeño del trabajador.

Los resultados se pueden comparar con los de la investigación de Moreira (2013), titulada: “Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para mejorar la calidad de servicio. Propuesta de un módulo práctico” quien establece que la comunidad universitaria en un 97% está de acuerdo que reciban talleres de capacitación para mejorar el servicio de atención al cliente, por parte de la dirección de recursos humanos de la Universidad.

Rodríguez y Morales (2008) expresan que la capacitación presenta como elemento esencial la información, referente al trabajo: informaciones acerca de la empresa, sus productos, sus servicios, su organización, su política, sus reglamentos, etc. puede cobijar también la transmisión de nuevos conocimientos.

En relación al tiempo que recibe capacitaciones en las MYPE, en la tabla 9 denominada tiempo de capacitación, se observa que el 100% no recibe capacitaciones. Esto indica que no hay capacitaciones solo existe la explicación y la observación para aprender la labor a realizar.

Lo que se compara con los resultados de Días, R (2011) quien presentó la tesis denominada “Capacitación y desempeño laboral de los empleados de la comisión federal de electricidad de la Zona Montemorelos – Linares Nuevo León”, determinando que tener un programa periódico de capacitación de manera grupal e individual en las distintas áreas que componen la empresa; promueve el desarrollo profesional, requerido por el puesto.

Para Helberth (2006) la capacitación debe planificarse adecuadamente tanto la secuencia, frecuencia, como el contenido de las actividades, de modo de obtener un máximo alineamiento.

Con respecto al segundo objetivo de la investigación; Señalar los medios utilizados en la capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura;

en la tabla 10 denominada medios de capacitación, se manifiesta que el 100% utiliza como medio de capacitación las reuniones eventuales. Se deduce en que cuando hay campaña o alguna observación al trabajador se les indica de forma general las pautas para que todos los trabajadores no cometan los mismos errores o realicen bien su labor.

Los resultados se comparan con la investigación de Moreira (2013), titulada: “Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para mejorar la calidad de servicio. Propuesta de un módulo práctico”, quien establece que el 91% del personal administrativo manifiestan que al recibir un módulo práctico de capacitación en atención al cliente sería un factor importante para mejorar la calidad de servicio.

Al respecto Ruiz (2011) comenta que los medios de capacitación se refieren a las técnicas, instrumentos y metodologías que coadyuvan al cumplimiento de las actividades y objetivos de la capacitación. Considerando las conferencias, los manuales de capacitación, videos, etc.

En relación a la evaluación de desempeño en las MYPE, en la tabla 11 denominada evaluación, se observa que el 100% si ha tenido evaluaciones sobre su desempeño en la MYPE. Se deduce que siempre están bajo la observación del dueño tanto en la

venta, limpieza y dedicación en centro laboral caso contrario son despedidos o advertidos

Dichos resultados se comparan con la investigación de Gómez (2014), titulada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013”, quien justamente respecto al desempeño determina que el 78% de los encuestados contestó que si son evaluados por su desempeño y el 22% manifestó que no los evalúan en la empresa.

De acuerdo con Gonzáles (2001) los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados, también contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos, cuando tienen los conocimientos y habilidades labores necesarios, son menos propensos a cometer errores costosos en el trabajo.

Con respecto a la tabla 12 denominada nivel de desempeño, se observa que el 70% de los trabajadores mantienen un nivel medio de desempeño, y muestran un alto nivel de desempeño en un 30%. Esto indica que son trabajadores que tienen poco tiempo laborando por tal motivo su desempeño no alto con relación a los trabajadores antiguos los cuales cuentan además con el apoyo de los dueños.

Comparando los resultados con los de Gómez (2014), en su investigación titulada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013” quien obtuvo que el 53% de los encuestados si tienen alto desempeño laboral, el 42% tienen medio desempeño y el 5% son de bajo desempeño laboral; se infiere que es porque pueden faltar herramientas o insumos, para ser eficaces en sus actividades y sus tareas.

De acuerdo a Helberth (2006) dentro de los objetivos de la capacitación se encuentra el de proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.

En relación al aprovechamiento de los recursos en las MYPE, en la tabla 13 denominada evaluación, se observa que el 100% si aprovecha los recursos de la MYPE. Esto indica que los recursos que ofrecen los dueños si son bien aprovechados por los trabajadores para su buen desempeño laboral.

Lo que se compara con la investigación de Alava (2013), titulada “Programa de capacitación dirigido a la Unión de Asociados de Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Playas Provincia del Guayas” – Ecuador”, quien establece que los cursos de capacitación que mejoran sus niveles de aprendizaje y desarrollo de destrezas, permitiendo un mejor aprovechamiento de recursos.

Al respecto Helberth (2006) señala que la capacitación permite mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.

Con respecto a la tabla 14 denominada eficiente en las tareas, se observa que el 90% de los trabajadores si es eficiente en las tareas que realiza, mientras que no son eficientes en las tareas en un 10%. Se deduce que la eficiencia es evaluada con respecto a las ventas realizadas, tienen buena distribución de la mercadería en el almacén y en el desempeño de caja.

Los resultados se pueden comparar con los obtenidos por Días, R (2011) quien presentó la tesis denominada “Capacitación y desempeño laboral de los empleados de la comisión federal de electricidad de la Zona Montemorelos – Linares Nuevo León”,

determinando que el personal recibió felicitaciones por haber participado voluntariamente en la investigación y por haberse evaluado muy bien en su capacitación y desempeño; a través de un nivel de eficiencia en sus tareas.

Para González (2001) la importancia de la capacitación de personal, se basa en que aporta a las empresas un personal mejor preparado, adiestrado, el cual hará que se desarrolle la eficacia y eficiencia en sus actividades relacionadas a su puesto de trabajo que desempeña.

En relación al trato que brinda al cliente en las MYPE, en la tabla 15 denominada trato que brinda, se obtiene que el 80% brinda un buen trato al cliente, mientras brindan un regular trato al cliente un 20%. Se deduce por la paciencia y la manera de tratar al cliente según su edad y género a la hora de ofrecerles el producto.

Dichos resultados se comparan con los obtenidos por Gómez (2014), en su investigación titulada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013” quien establece que las respuestas de los clientes en cuanto a su percepción del servicio al cliente, el 55% de los encuestados mencionaron que tienen regular aptitud, el 39% que tienen buena aptitud y el 6% mencionan que tienen mala aptitud; considerando la falta de capacitación para mejorar las habilidades en atención al cliente.

Para González (2001) la capacitación genera un cambio de actitud, tanto para sus relaciones personales como laborales, además, mejora su grado de motivación, de seguridad en sí mismo, el nivel de autoestima, etc. Proyectando un servicio al cliente adecuado a las necesidades de los clientes.

4.2.2 De acuerdo a la Variable Rentabilidad

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los representantes de las MYPE de zapaterías, la Tabla 16 denominada Edad, evidencia que el 45% cuenta con edades entre 36 a 45 años; además un 35% mantienen edades entre 26 a 35 años. Finalmente, la minoría de trabajadores en un 20% cuenta con edades de más de 46 años. Los resultados permiten deducir que los representantes son personas jóvenes y adultas.

Lo cual se compara con la investigación de Trujillo (2010), denominada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008-2009”; quien establece que la edad de los representantes fluctúa en el rango de 45 a 64 años con un 55 %.

En la Tabla 17 denominada Sexo, se observa que el 65% de los representantes corresponden al sexo masculino mientras que el 35% al sexo femenino, determinándose que dado a la naturaleza del trabajo en las MYPE de zapaterías la mayoría de los dueños son hombres.

Los resultados se pueden comparar con los obtenidos por Cruz (2012) en su investigación “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurant del centro de Trujillo, Año 2012” quien determinó que la mayoría de los representantes legales pertenecen al sexo masculino

Con respecto a la Tabla 18 denominada Grado de Instrucción, se observa que la mayoría de los representantes tienen formación secundaria en un 70%, mientras que el 25% superior no secundaria y la minoría poseen formación primaria en un 5%, deduciéndose que la mayoría de los dueños de las MYPE de zapaterías no requieren de un grado superior de estudios para encargarse del negocio.

Los resultados se comparan con la investigación de Vásquez (2007) en su investigación Incidencia del Financiamiento y la Capacitación en la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Turismo en los Rubros de Restaurantes Hoteles y Agencias de viaje del Distrito de Chimbote, periodo 2006-2007; quien determina que los representantes en su mayoría cuentan con un nivel de instrucción superior universitaria. Asimismo Trujillo (2010), en su estudio Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008-2009, establece que el 40% de los microempresarios encuestados tienen el grado de instrucción Técnica Superior y la universitaria respectivamente.

En la Tabla 3 denominada tiempo en años laborando, se observa que la mayoría de los representantes tienen un tiempo de menos de 03 años en el rubro en un 50%, mientras que el 40% entre 03 a 05 años y la minoría poseen un tiempo de más de 05 años en un 10%, deduciéndose que los dueños de las MYPE de zapaterías tienen poco tiempo este rubro.

Lo que se compara con los resultados de Vásquez (2007) en su investigación Incidencia del Financiamiento y la Capacitación en la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Turismo en los Rubros de Restaurantes Hoteles y Agencias de viaje del Distrito de Chimbote, periodo 2006-2007; quien determina que el 72% de los MYPE del sector turismo estudiadas tienen más de 3 años de antigüedad, destacando el rubro hoteles con 94.7%

En relación al concepto de la rentabilidad en las MYPE, en la tabla 21 denominada concepto de rentabilidad, se obtiene que el 100% tienen como concepto de rentabilidad el aumento de ingresos. Se deduce que para los dueños tener una buena

rentabilidad en su MYPE es tener buenos ingresos y así tener una buena estabilidad económica.

Al respecto Trujillo (2010), en su estudio Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008-2009; determina que las MYPE cuentan en promedio con menos 8 trabajadores en un 38%.

Con respecto a la tabla 22 denominada ventas han aumentado, se observa que el 65% de los representantes está de acuerdo con el aumento, además un 30% está muy de acuerdo con el aumento, y mientras que están ni de acuerdo ni en desacuerdo en un 5%. Esto indica que los dueños conocen bien su rubro para así mantener o aumento sus ingresos.

Lo cual se compara con los resultados obtenidos por Jibaja y Vite (2010) quienes presentaron la investigación “Análisis de la calidad del servicio de atención y de la rentabilidad de los restaurantes – pollerías del distrito de Piura, perteneciente a la Universidad Cesar Vallejo – Piura” determinando que la rentabilidad se relaciona directamente con la generación de utilidades para los dueños de los restaurantes.

Sánchez (2002) señala que la 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 relación a las ganancias se ha incrementado en las MYPE, en la tabla 23 denominada ganancias han incrementado, se obtiene que el 35% está de acuerdo que sus ganancias han incrementado, además un 30% está en desacuerdo, un 20% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, y mientras están muy de acuerdo un 15%.

Esto se deduce por la calidad del producto y la inversión que aporta el dueño a su MYPE para poder incrementar su ganancia.

Comparable con los resultados obtenidos por Jara (2013) quien realizó una investigación denominada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las microempresas del sector comercio – rubro Librerías del distrito de Nuevo Chimbote. Período 2010- 2011”, quien determina que las ventas de un 57,3% de las MYPE se han incrementado.

Para Chacón (2007) la Rentabilidad Empresarial es un concepto amplio, que representa sólo una de las medidas a través de las cuales se pueden evaluar los resultados organizacionales. Esta medida es un elemento central del análisis económico de la gestión comercial y financiero.

Con respecto a la tabla 24 denominada margen de utilidad, se observa que el 100% tiene un margen de utilidad de menos de 15%. Se deduce que es el 15% tanto por el flete de los productos, los impuestos, o por el gasto que invierte el dueño en la implementación de la MYPE.

Los resultados anteriores se comparan con los de Trujillo (2010), en su estudio Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008-2009; determinando que un 46,8% de las MYPE evidencian un incremento de sus ganancias debido al aumento de las ventas.

De acuerdo a Bravo (2008) la rentabilidad financiera puede considerarse así una medida cercana a los accionistas o propietarios; donde el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar sus ganancias en interés de los propietarios.

En relación a la capacidad de endeudamiento o financiamiento en las MYPE, en la tabla 25 denominada endeudamiento o financiamiento, se obtiene que el 65% si cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento, mientras los que no cuentan con la capacidad un 35%. Esto indica que los dueños tienen el modo de trabajar con una entidad financiera que les da la posibilidad de seguir creciendo como MYPE y no con otras entidades donde el interés es más alto.

Los resultados se pueden comparar con los de Jibaja y Vite (2010) quienes presentaron la investigación “Análisis de la calidad del servicio de atención y de la rentabilidad de los restaurantes – pollerías del distrito de Piura; determinando que las pollerías objeto de estudio en promedio obtuvieron S/. 17,670 de utilidad en el año 2010, constituyendo un aumento relevante con respecto al año anterior que fue de S/. 6,749.84.

Los objetivos financieros difieren en cada fase del ciclo de vida de un negocio pero tienen que ver con la rentabilidad, el crecimiento y el valor para el accionista, medidos por beneficios de explotación, rentabilidad sobre activos, rendimientos sobre inversiones, valor económico agregado, etc. aportando, así, un conjunto de indicadores generales para aumentar los ingresos, reducir los costos y optimizar el uso de los activos. (Chacón, 2007)

Con respecto a la tabla 26 denominada conocimiento sobre indicadores de rentabilidad, se observa que el 100% si tiene conocimientos sobre los indicadores. Se deduce que los dueños tienen conocimiento sobre los indicadores de rentabilidad ya que tiene un buen crecimiento de sus utilidades.

En la investigación de Cruz (2012) en su investigación Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurant del centro de Trujillo, Año 2012, se determinó que en lo que se refiere al financiamiento el

38.46% de las MYPES encuestadas recibieron créditos financieros en el año 2011; en cambio en el año 2012 sólo el 23.07% recibieron crédito; evidenciando su capacidad de endeudamiento.

Para Quito (2001) los Índices de Rentabilidad miden la capacidad de la empresa para generar riqueza (rentabilidad económica y financiera); como el rendimiento sobre el patrimonio, el rendimiento sobre la inversión, Utilidad activo

En relación al tercer objetivo de investigación: Determinar los medios de evaluación de la rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura, en la tabla 27 denominada herramientas financieras, se obtiene que el 75% no usa herramientas financieras, mientras los que usan registros contables un 25%. Indica que no creen necesario utilizar una herramienta financiera al contrario de los que utilizan los registros contables porque lo demanda su negocio y poder llevar un buen control de ello. Los resultados de la investigación se comparan con los de Jaramillo (2008) en su investigación Propuesta de un modelo de rentabilidad financiera para las pymes exportadoras en Monterrey, Nuevo León, México; quien establece que el indicador de la rentabilidad financiera (ROE), en información de las propias empresas, es muy malo para el 87.88% de ellas y es no muy malo para el 12.12%.

De acuerdo a Quito (2001) matemáticamente, un ratio es una razón, es decir, la relación entre dos números. Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del Balance o del estado de Ganancias y Pérdidas.

Con respecto a la tabla 28 denominada rubro rentable, se observa que el 100% está de acuerdo que el rubro zapatería es rentable. Se deduce ya que los dueños indican tener una buena circulación del producto, nunca dejan de vender sus productos.

Los resultados se comparan con los obtenidos por Jaramillo (2008) en su investigación Propuesta de un modelo de rentabilidad financiera para las pymes exportadoras en Monterrey, Nuevo León, México; estableciendo que el 100% de estas empresas acostumbra efectuar análisis financieros. El 98.99% los realiza a través de la herramienta análisis de estados financieros.

Lo cual se compara con los resultados de Moyolema (2010). Quien realizó una investigación titulada “La Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan de la Ciudad de Ambato Año 2010”; determinando que al realizar un diagnóstico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan se establece que el rubro de otorgamiento de créditos es rentable, considerando contar con una gestión financiera eficiente.

Para Sánchez (2013) la rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos.

En relación al cuarto objetivo de investigación: Identificar el nivel de rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura, en la tabla 29 denominada porcentaje de rentabilidad, se obtiene que el 80% tiene un porcentaje entre 10% a 15%, mientras que un 20% tiene un porcentaje de rentabilidad de más del 15%. Esto indica que es por la implementación de novedades como las buenas promociones o regalos para que tenga una buena rentabilidad la MYPE.

Los resultados se comparan con los de Vásquez (2007) en su investigación Incidencia del Financiamiento y la Capacitación en la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Turismo en los Rubros de Restaurantes Hoteles y Agencias de viaje del Distrito de Chimbote, periodo 2006-2007; quien determinó que el 57% de las

MYPE estudiadas manifestaron que el crédito financiero incrementó la rentabilidad en más del 5%, destacando el intervalo de más de 30%, con 16%.

Pascual (2009) define la rentabilidad como la capacidad de un bien para producir beneficios y la medida que proporciona al compararse cuantitativamente con la inversión necesaria para llevar a cabo la misma.

Con respecto a la tabla 30 denominada el financiamiento permite mejorar su rentabilidad, se observa que el 100% está de acuerdo que el financiamiento le permite mejorar la rentabilidad de la MYPE. Esto indica que hay más inversión tanto en la variedad de producto que adquiere la MYPE para poder ofrecer al cliente.

Los cuales se pueden comparar con los resultados obtenidos por Cruz (2012) en su investigación Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurant del centro de Trujillo, Año 2012; perteneciente a la Universidad Ángeles de Chimbote; quien concluyó que el 76.92% de los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurant del centro de Trujillo afirma que el financiamiento otorgado mejoró la rentabilidad de su empresa y el 23.08% no sabe precisar

Al respecto Lizcano (2004) señala que la rentabilidad económica consiste en comparar el resultado alcanzado por la empresa –y ello con independencia de la procedencia de los recursos financieros implicados–, en relación con los activos empleados para el logro de tal resultado.

V. CONCLUSIONES

Dentro de las conclusiones se determinó lo siguientes:

1. En relación a las necesidades de capacitación, la mayoría del personal, consideran que necesitan capacitarse; así mismo, se determinó que la mayoría reciben inducción, pero es la única vez que se preocupan por darles a conocer lo relacionado a sus actividades; se evidencia además que los trabajadores desean recibir capacitaciones para un mejor desempeño en las funciones y actividades cotidianas.
2. Los medios de capacitación utilizados son reuniones eventuales las cuales se brindan en épocas de campaña de ventas, la mayor parte de trabajadores no reciben ningún tipo de capacitación, por lo que los trabajadores se inscriben en talleres generalmente por iniciativa propia; por lo que es necesario que las MYPE se preocupen por capacitar constantemente a su personal. Cabe señalar que las MYPE si evalúan su desempeño.
3. Los medios de evaluación de la rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura; es a través de registros contables generalmente por un

contador externo, pero la mayoría no suele utilizar herramientas financieras; ya que la mayoría no conoce sobre indicadores de rentabilidad; además consideran que el financiamiento es un medio para mejorar su rentabilidad.

4. La rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura, es del 10 al 15%; esto debido a que su nivel de ventas y ganancias han aumentado; por lo que concluyen que el rubro en que se desempeñan es rentable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Infanzón, I. (Mayo de 2013). <http://www.infoturperu.com.pe>.
- Aguirre, P. (2008). *Perspectivas de las Mypes*. Lima: Editorial Antauro.
- Albujar, Janampa, Odar, & Osorio. (2008). *Sistema Nacional de capacitación para la Mype peruana*. Lima: ESAN Ediciones.
- Allen, D., & Gorgeon, A. (2003). *Las cinco fuerzas como herramienta analítica*. Obtenido de Departamento de Publicaciones. Madrid España.
- Anton, J. (2012). *Diseño de un plan de negocios para aumentar la rentabilidad de la exportación de sedro*. Lima.
- Aparicio, H. (2014). *El 85% de las Mype en Perú es informal*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2014, de Perú 21: <http://peru21.pe/opinion/85-mype-peru-informal-2191941>
- Arevalo. (2010). *El servicio al cliente en las MYPEs ubicadas en el Perimetro del Mercado de Abastos*. Piura.
- Arinaitwe, J. (2006). *Los factores que limitan el crecimiento y la supervivencia de Pequeños Negocios*. EEUU: Academia Americana de Negocios.
- Asociación de emprendedores del Perú. (2016). *La contribución de las MYPE al PBI*. Obtenido de ASEP. Lima: <http://asep.pe/mypes-aportan-el-40-del-pbi/>
- Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2011). *Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú (MYPES)*. Obtenido de Strategia 22: <https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&c>

- ad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Frevistas.pucp.edu.pe%2Findex.php%2Fstrategia%2Farticle%2Fdownload%2F4126%2F4094&ei=62S3VLHfJcuogwSa5IH4Bw&usg=AFQjCNHcRLR30yrzitVW4IJ1PrH3X7Sb
- BAC-CREDOMATIC, R. F. (2009). *Libro Maestro de Educación Financiera: Un sistema para vivir mejor*. Costa Rica: Innova Technology, S.A.
- Barba, V., Jiménez, A., & Martínez, M. (2007). *Efectos de la motivación y de la experiencia del empresario emprendedor en el crecimiento de la empresa de reciente creación*. Obtenido de http://www.esceap.net/conferences/marketing/2007_cp/Materiali/Paper/Fr/BarbaSanchez_JimenezZarco_MartinezRuiz.pdf
- BCR. (2013). *Datos macroeconómicos*. Lima: <http://elcomercio.pe/economia/peru/bcr-balanza-comercial-habria-sido-negativa-us396-millones-2013-noticia-1681718>.
- Benavides. (2008). *Capacitación, conocimiento y competitividad de las MiPymes formales costarricenses*. Costa Rica.
- Blanco, E. (2008). *Contabilidad y Fiscabilidad*. Obtenido de ISBN-13: 978-84-691-5144-0: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/396/index.htm#indice>
- Bravo, S. (2008). *Análisis de Rentabilidad Económica y Financiera*. Obtenido de Ediciones ESAN: <http://www.esan.edu.pe/paginas/pdf/Material10.pdf>
- Carbajal. (Septiembre de 2010). PROMPERU.
- Cardenas. (2011). <http://www.datosperu.org/peru-moto-repuestos-ab-sac.php>.
- Cardenas, P. (octubre de 2011). *emagister*. Recuperado el 2014, de www.emagister.com
- Castro, A. (2011). *Desarrollo del clima organizacional y la Capacitación de los trabajadores para la gestión Administrativa empresa el SOL*. Piura.
- CATEDU. (2007). *Tema 7: La función financiera. Fuentes de financiación y criterios de selección de inversiones*. Obtenido de Seminario de Profesores de Economía: http://www.catedu.es/el_portillo/images/stories/file/Economia/Segundo/tema%2007.pdf
- Chacón, G. (2007). *La contabilidad de costos, los sistemas de control de gestión y la rentabilidad de la empresa*. Obtenido de Actualidad Contable FACES Año 10 N° 15: <http://ecotropicos.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubelectronicas/actualidad-contable/num15ano10/articulo3.pdf>

- Cisneros, R. (2013). *Calidad del desarrollo industrial y la rentabilidad en una economía de desarrollo Buenos Aires*. Argentina.
- Collao. (2012). *Boletín Empresarial: OFREZCA UN SERVICIO DE EXCELENCIA*. Recuperado el 17 de 04 de 2014, de Boletín Empresarial: OFREZCA UN SERVICIO DE EXCELENCIA: <http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=369>
- Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, C. (2005). *Promoción y Formalización para la competitividad y desarrollo de la Micro y Pequeña empresa*. Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Esteban, I. G. (2005). *“MARKETING DE LOS SERVICIOS” 4ta edición*.
- FAEDPYME. (2009). <http://www.faedpyme.upct.es/fir/index.php/revista1/index>.
- Fajardo, M., & Muga, J. (2009). *Desarrollo e implementación de un sistema de gestión comercial para mejorar la rentabilidad*. Obtenido de Chimbote: Universidad César Vallejo.
- Ferraro, C. (2011). *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y El Caribe*. Obtenido de http://www.elfinanciero.cr.com/biblioteca/Apoyando-Politiclas-America-Latina-Caribe_ELFFIL20130731_0037.pdf
- Fiestas, C. (2012). *Análisis de las Características Generales del sector Informal en el mercado de Piura*. Piura.
- Fonseca, C. (2012). *Impacto de la capacitación en las Microempresas Industriales de la ciudad de Bogotá*. Bogotá.
- Fossa, K. (2013). *La responsabilidad económica y social de las Micro Empresas del Ecuador*. Ecuador.
- Franco. (2011). *La Competitividad en el servicio prestado al cliente de una empresa distribuidora en la ciudad de Piura al año 2011*. Piura.
- Friego. (2006). *¿Qué es la capacitación?* Recuperado el 24 de 04 de 2014, de <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Fundamype. (2006). *Curso de Merchandising.Fundamype. El salvador* . Obtenido de <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/631.52-E18d/631.52-E18d-Capitulo%20II.pdf>
- Garces. (2011). *Relación entre el clima organizacional y la competitividad laboral de una Empresa*. Colombia.

- García, J. (23 de Agosto de 2011). *Conexiónesan.com*. Recuperado el 18 de Abril de 2014, de Conexiónesan.com: <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/08/23/la-hora-de-las-mypes-exportadoras/>
- García, J. (23 de Agosto de 2011). *La hora de las MYPE exportadoras*. Recuperado el 18 de Abril de 2014, de Conexiónesan.com: <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/08/23/la-hora-de-las-mypes-exportadoras/>
- García, J., & Hernandez, M. (2001). *Servicios de Desarrollo Empresarial: ¿El por qué de su poca demanda?* Obtenido de <http://www.cies.org.pe/node/887>
- González. (2001). *Como diagnosticar necesidades de capacitación*. Editorial Pacífico.
- Helberth. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*. Lima: S/E.
- Hernandez, L. (2012). *Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las empresas del rubro Pollerías al año 2012*. Lima.
- Huancabamba, M. d. (2007). *Plan de Infraestructura económica provincial*. Huancabamba: Municipalidad de Huancabamba.
- Huerta, F. (2014). *PLAN DE NEGOCIOS en la MYPE*. Obtenido de COFIDE: <http://www.iee.edu.pe/doc/Presentaciones/IEE-COFIDE-PlandeNegocios-Febrero2014.pdf>
- INEI. (2013). *Resultados de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa, 2013*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú N° 2014-03104.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Comportamiento de la Economía Peruana en el primer trimestre de 2016*. Obtenido de Cuentas Nacionales Año base 2007. Lima: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n02_pbi-trimestral_2016i.pdf
- Ipanaque, P. (2012). *Cultura organizacional en el centro de procesamiento de productos ferreteros universidad Nacional de Piura*. Piura.
- Lira, P. (2009). *Finanzas y Financiamiento: Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer*. Lima - Perú: @Natham Asociates Inc.
- Luna, D. (2012). *El servicio al cliente de las MYPEs de manufactura en la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo.

- Masson, W. A. (2000). *Rentabilidad y Gestión en el Punto de venta*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15481/1/44016_1.pdf
- Mateo. (octubre de 2012). *Gestion*. Obtenido de www.gestion.com.
- Medina. (2008). *Incidencia y la capacitación en la rentabilidad de las MYPE del sector artesanía de la localidad de Huancavelica año 2008*. Huancavelica: Universidad Angeles de Chimbote.
- MEF. (2013). *MIPYME*. Recuperado el 2014, de MIPYME: <http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2012.pdf>
- Mendoza, E. (2009). *Diagnóstico de los servicios de capacitación de las PyMES del Sector Restaurantero como área de oportunidad para la vinculación del Instituto Tecnológico de Mérida*. Mérida - México: Instituto Tecnológico de Mérida.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2013). *MIPYME*. Recuperado el 2014, de MIPYME: <http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2012.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo. (2008). *Plan Nacional de formalización y modernización de la MYPE*. Lima: Ministerio de Trabajo y producción del empleo.
- Moreleada. (2010). *Mestria en rentabilidad y el clima Organizacional*. Barcelona.
- Morroto , J. (2011). *El deficiente contro interno del area de compra y su influencia de la rentabilidad en la empresa Intursa* . Trujillo.
- MTPE. (2005). Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo.
- MTPE. (2007). Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo.
- MTPE. (2008). *Plan Nacional de formalización y modernización de la MYPE*. Lima: Ministerio de Trabajo y producción del empleo.
- Munch. (2002). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. Mexico: DF Trillas.
- Nolan. (2012). www.gestion.com.pe.
- Palomares, R. (2000). *Como vender más en establecimientos comerciales*. Ediciones *Gestión*. Obtenido de Instituto de merchandising de Chicago: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis175.pdf>
- Palomares, R. (2001). *Como vender más en establecimientos comerciales*. Ediciones *Gestión*. Obtenido de Instituto de merchandising de Chicago: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis175.pdf>

- Panizo. (2014). *Competitividad, Formalización y desarrollo de la MYPE*. Lima: <http://peru21.pe/economia/cambios-ley-mype-permitira-que-170-mil-empresas-se-formalicen-2014-2139763>.
- Peña, & Pasten. (2012). *Estrategias de desarrollo para mujeres microempresarias del rubro artesanal de la comuna de Ovalle, provincia del Limari, Chile: fomentando el emprendimiento e innovacion*. La Serena - Chile: UNIVERSIDAD PEDRO DE VALDIVIA.
- Porter, M. (2001). *Estrategia competitiva: Técnicas para analizar las industrias y la competencia*. Buenos Aires, Argentina: Mc Graw Hill.
- Quijano, V. (2003). *Calidad de servicio*.
- Rengifo. (2011). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010*. Universidad Angeles de Chimbote.
- Rodriguez. (2002). *Rentabilidad Económica y crisis industrial: Evolución de la rentabilidad y sus factores explicativos*. España: Papeles de economía española.
- Rodríguez, & Morales. (2008). *La capacitación en las organizaciones modernas*. Chihuahua - México: Universidad Autónoma de Chihuahua.
- Rosado, R. (2013). *INEI: El 99.6% de empresas son micro, pequeñas y medianas, pero las grandes concentran el 79% de ventas*. Obtenido de Noticias de emprendimiento: <http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/>
- Ruiz. (2011). *Capacitación al personal*. Lima: I.S.T.P Nuestra Señora del Carmen.
- Saavedra, T. (2011). *Caracterización de la calidad y la Rentabilidad de las Microempresas comerciales de útiles de oficina de Loreto*. Loreto.
- Salinas , J. (2012). *Relacion entre la inteligencia emocional y la capacitacion de los trabajadores ejecutivos de MYNAS S.A*. Barcelona.
- Salvatierra, & López. (2004). *CENTRO INTEGRAL PARA EL FOMENTO DE ARTESANIAS*. Guatemala: UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA .

- Sanchez. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Recuperado el 16 de 04 de 2014, de Análisis de Rentabilidad de la empresa: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>
- Sanchez, B. (2014). *LAS MYPES EN PERÚ. SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA*. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433/4665>
- Sánchez, J. (2002). *Análisis de la Rentabilidad de la Empresa*.
- Sánchez, J. (2013). *Abnálisis de Rentabilidad de la Empresa*. Obtenido de <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>
- Sánchez, J. (2013). *Análisis de Rentabilidad de la Empresa*. Obtenido de <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>
- Santos, M. (2011). *PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS CON MATERIAS PRIMAS DEL MAR EN EL CANTÓN RIOVERDE*. Esmeralda - Ecuador: INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES.
- Sausser, W. (2005). *¿Iniciar su negocio propio? Preparete para el éxito*. EEUU: SAM Gestión en la práctica.
- Serida, J., Borda, A., Nakamatsu, K., Morales, O., & Yamakawa, P. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2004-2005*. Lima Perú: ESAN.
- Serna, H. (1997). *Gerencia Estratégica Planeación y Gestión-Teoría y Metodología*. . Bogotá: 3R Ediciones LTDA.
- Silupu, B. (2012). Las Mypes están haciendo crecer a Piura. (E. Belletich, Entrevistador)
- Silupú, B. (05 de Diciembre de 2012). *UDEP Hoy*. Recuperado el 18 de Abril de 2014, de UDEP Hoy: <http://beta.udep.edu.pe/hoy/2012/las-mypes-estan-haciendo-crecer-a-piura/>
- Sinarahua, H. (2011). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro suministros de computo*. Callería - Pucallpa: Universidad Ángeles de Chimbote.
- Tolentino, K., & Vera, M. (2007). *ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CERÁMICAS DE CHULUCANAS*. Lima: PUCP.

- Townsend, A. (2014). *El Crecimiento del Perú*. Lima: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/christine-lagarde-crecimiento-peru-seguira-siendo-robusto-noticia-1641323>.
- Triveño, G. (2013). *Unas 165,000 mypes formales se crearon en 2012*. Obtenido de <http://peru21.pe/economia/unas-165000-mypes-formales-se-crearon-2012-2131202>
- Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. (2008). *FUENTES DE FINANCIAMIENTO A MEDIANO Y LARGO PLAZO Y SU COSTO. Finanzas II*. Obtenido de México: <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20ii%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/administracion%20financiera%20capitulo%206.pdf>
- Universidad San Martín de Porres, U. (2013). *Manual: Estudio de las Mico, pequeñas y medianas empresas*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Valda, J. (2009). *¿Por qué fracasan las MYPEs familiares?* Obtenido de <http://jcvalda.wordpress.com/2009/07/07/por-que-fracasan-las-pymesfamiliares/>
- VanHorne, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración financiera. Decimotercera edición. Pearson educación México*. Obtenido de http://es.slideshare.net/ArmandoBardn/savedfiles?s_title=fundamentos-de-administracin-financiera-13va-edicin-james-c-van-horne&user_login=garamar
- Vara Horna, A. A. (2010). *¿CÓMO HACER UNA TESIS EN CIENCIAS EMPRESARIALES?* Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Villalta, J. (2013). *google*. Recuperado el febrero de 2014, de www.google.com
- Villarán. (2010). *Entrevista: Importancia de la MYPE en el desarrollo del País*. Recuperado el 19 de 04 de 2014, de *Entrevista: Importancia de la MYPE en el desarrollo del País*: <http://www.teleley.com/revistaperuana/villaran-66.pdf>
- Villarán, F. (2007). *El mundo de la pequeña empresa*. Lima: COPEME CONFIEP.
- Vizacarra. (2010). *Relacion entre el nivel de inteligencia emocional y nivel competitivo de los trabajadores Administrativos de la Universidad Cesar Vallejo de Trujillo*. Trujillo.
- Vizarreta, D. (2014). *Propuesta del modelo de gestión financiera de una asociación de MYPE tipo consorcio del sector carpintería que permita mejorar la*

productividad a través del acceso a pedidos de gran volumen. Obtenido de UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS: http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/332323/2/Vizarreta_YD.pdf

Weinberger, K. (2009). *Estrategia: Para lograr y mantener la competitividad de la empresa.* . Lima: Nathan Associates Inc 1era Edición.

Yamakawa, Castillo, D., Baldeón, Espinoza, Granda, & Vega. (octubre de 2010). *Modelo tecnológico de integración de servicios para la mype peruana.* Recuperado el 20 de abril de 2014, de Modelo tecnológico de integración de servicios para la mype peruana: <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20mype%201.pdf>

Zamora. (2008). *Rentabilidad y Ventaja Comparativa: Un Análisis de los Sistemas de Producción de Guayaba en el Estado de Michoacán.* Morelia - México: Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales.

Zevallos. (2011). *Diseño de un plan de negocios para aumentar la rentabilidad y exportacion de cochinilla al mercado exterior.* Tarapoto.

ANEXOS

7.1 Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización de la Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del Rubro Zapatería del Mercado Modelo de Piura, Año 2015”

I.- DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES.

1.1 Edad del trabajador: 18 – 25.... 26 – 35.... 36 – 45 Más de 46 años....

1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....

1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No
Universitaria..... Universitaria Completa.....

1.4 Tiempo en años laborando en MYPE: Menos de 01 año Entre 01 a 03 años
....Entre 03 a 05 años Más de 05 años.

II.- VARIABLE CAPACITACIÓN.

2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?:

Atención al cliente () Caja () Administrativas ()

2.2 ¿Usted considera que necesita capacitarse?: Sí () No ()

2.3 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Sí () No ()

2.4 ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?:

Usted mismo () La MYPE ()

2.5 ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?:

Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()

2.6 ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?

Charlas () In situ () Reuniones eventuales ()

2.7 ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Si () No ()

2.8 ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?:

Alto () Medio () Bajo ()

2.9 ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Si () No ()

2.10 ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Si () No ()

2.11 ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno () Regular () Malo ()



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización de la Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del Rubro Zapatería del Mercado Modelo de Piura, Año 2015”

I.- DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES.

1.1.- Edad del Representante legal de la Empresa:

- a) 18 – 25 () b) 26 – 35 () c) 36 – 45 () d) Más de 46 años ()

1.2.- Sexo:

- a) Masculino b) Femenino

1.3.- Grado de Instrucción:

- a) Primaria () b) Secundaria () c) Superior No Univer.() d) Univer. Completa ()

1.4.- Tiempo en años que se encuentra en el sector y/o rubro:

- a) Menos de 3 años () b) Entre 3 a 5 años () c) Más de 5 años ()

1.5.- Número de trabajadores:

a) Menos de 3 trabajadores () b) Entre 3 a 5 trabajadores () c) Más de 5 trabajadores ()

II.- VARIABLE RENTABILIDAD

2.1: ¿Qué entiende usted por el concepto de rentabilidad?

Aumento de ingresos () Mejora en utilidades () Rendimiento de inversión ()
Medida financiera () No conoce ()

2.2: ¿Usted considera que en el último año sus ventas han aumentado?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

2.3: ¿Usted evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

2.4: ¿Cuál es el margen de utilidad promedio en los productos que brinda?

Menos de 15% () 15 – 25 % () Más de 25% ()

2.5: ¿Usted cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento?

Si () No ()

2.6: ¿Usted tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?

Si () No ()

2.7: ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad?

No usa () Registros contables () VAN () TIR ()

2.8: ¿Para usted el rubro zapatería es rentable?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

2.9: ¿Qué tan rentable es su MYPE del rubro zapatería?

Menos del 5% () Entre 5 a 10 % () Entre 10 a 15% () Más del 15% ()

2.10: ¿De acuerdo a su criterio el financiamiento permite mejorar su rentabilidad?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

7.2 Validaciones



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Fernando Suárez Carrasco,
identificado con DNI 02616283, con el grado de Magister en
Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por la estudiante SARA MARÍA DURAND CÓRDOVA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA, AÑO 2015", que se encuentra realizando.

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


F. Suárez Carrasco
CLAD: 05463

Piura, Diciembre 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

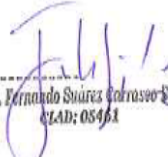
TESIS:

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA,
AÑO 2015

Ítems relacionados con la variable rentabilidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aulescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1. ¿Qué entiende usted por el concepto de rentabilidad?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que en el último año sus ventas han aumentado?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Usted evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Cuál es el margen de utilidad promedio en los productos o servicios que brinda?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Usted cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Usted tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Para usted el rubro zapatería es rentable?	X			X		X	SI () NO (X)


Mg. Fernando Suárez Carrasco
CIAD: 05461

9. ¿Qué tan rentable es su MYPE del rubro zapatería?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
10. ¿De acuerdo a su criterio el financiamiento permite mejorar su rentabilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)


 M. Fernando Suárez Calles Sr.
 C.I.B: 05461



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA,
AÑO 2015**

Ítems relacionados con la variable capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?	X			X		X	SI () NO (X)

Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 C.I.A.D: 05161

10. ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
11. ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)



 Sr. Fernando Suárez Capasco D.
 CLAB: 05461

ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Caracterización de la Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del Rubro Zapatería del Mercado Modelo de Piura, Año 2015"

I.- DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES.

1.1 Edad del trabajador: 18 – 25.... 26 – 35.... 36 – 45 Más de 46 años....

1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....

1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No
Universitaria..... Universitaria Completa.....

1.4 Tiempo en años laborando en MYPE: Menos de 01 año Entre 01 a 03 años
....Entre 03 a 05 años Más de 05 años.

II.- VARIABLE CAPACITACIÓN.

2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?:

Atención al cliente () Caja () Administrativas ()

2.2 ¿Usted considera que necesita capacitarse?: Sí () No ()

2.3 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Sí () No ()

2.4 ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?:

Usted mismo () La MYPE ()

2.5 ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?:

Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()


Lic. Fernando Sandoval
CIAD: 05461

2.6 ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?

Charlas () In situ () Reuniones eventuales ()

2.7 ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Si () No ()

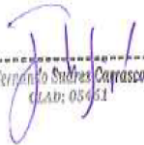
2.8 ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?:

Alto () Medio () Bajo ()

2.9 ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Si () No ()

2.10 ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Si () No ()

2.11 ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno () Regular () Malo ()



Mg. Fernando Suárez Carrasco Dr.
GLAB: 05461



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Caracterización de la Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del Rubro Zapatería del Mercado Modelo de Piura, Año 2015"

I.- DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES.

1.1.- Edad del Representante legal de la Empresa:

- a) 18 – 25 () b) 26 – 35 () c) 36 – 45 () d) Más de 46 años ()

1.2.- Sexo:

- a) Masculino b) Femenino

1.3.- Grado de Instrucción:

- a) Primaria () b) Secundaria () c) Superior No Univer.() d) Univer. Completa()

1.4.- Tiempo en años que se encuentra en el sector y/o rubro:

- a) Menos de 3 años () b) Entre 3 a 5 años () c) Más de 5 años ()

1.5.- Número de trabajadores:

- a) Menos de 3 trabajadores () b) Entre 3 a 5 trabajadores () c) Más de 5 trabajadores ()

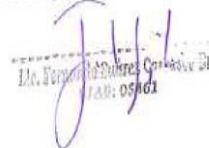
II.- VARIABLE RENTABILIDAD

2.1: ¿Qué entiende usted por el concepto de rentabilidad?

- Aumento de ingresos () Mejora en utilidades () Rendimiento de inversión ()
Medida financiera () No conoce ()

2.2: ¿Usted considera que en el último año sus ventas han aumentado?

- Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()


D.L. FERNANDEZ
C.I. 05161

2.3: ¿Usted evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

2.4: ¿Cuál es el margen de utilidad promedio en los productos que brinda?

Menos de 15% () 15 – 25 % () Más de 25% ()

2.5: ¿Usted cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento?

Si () No ()

2.6: ¿Usted tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?

Si () No ()

2.7: ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad?

No usa () Registros contables () VAN () TIR ()

2.8: ¿Para usted el rubro zapatería es rentable?

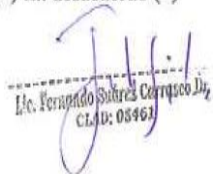
Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

2.9: ¿Qué tan rentable es su MYPE del rubro zapatería?

Menos del 5% () Entre 5 a 10 % () Entre 10 a 15% () Más del 15% ()

2.10: ¿De acuerdo a su criterio el financiamiento permite mejorar su rentabilidad?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()


H.c. Fernando Suárez Carrasco D.
C.I.D. 08463

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Capacitación	Chirvenato (2007) la capacitación es una forma de aprendizaje a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.	Características	Operacionalmente se medirá la cantidad de trabajadores, las actividades o funciones, el manejo de recursos y la frecuencia de las capacitaciones, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería.	Cantidad de trabajadores Actividades en la MYPE Manejo de recursos Frecuencia de capacitaciones	Nominal / Ordinal	Trabajadores
		Medios	Operacionalmente se medirá los instrumentos empleados, las técnicas utilizadas y los procesos de inducción, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería.	Instrumentos empleados Técnicas utilizadas Procesos de inducción	Nominal / Ordinal	Trabajadores
		Necesidades	Operacionalmente se medirá importancia de la capacitación, el requerimiento de capacitación, y la planificación de la capacitación, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería.	Importancia de capacitación Requerimiento de capacitación Planificación de capacitación	Nominal / Ordinal	Trabajadores


 Lic. Fernando Juárez Gutiérrez, S.C.
 C.I.B.A. 09461

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Rentabilidad	La rentabilidad es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica. (Sanchez, 2004).	Características	Operacionalmente se medirá los conocimientos, el nivel de ventas y el margen de utilidad, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Conocimientos Nivel de ventas Margen de utilidad	Nominal / Ordinal	Representante
		Medios de evaluación	Operacionalmente se medirá las herramientas financieras, el conocimiento de ratios y la evaluación económica financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Herramientas financieras Conocimiento de ratios Evaluación económica financiera	Nominal / Ordinal	Representante
		Nivel de rentabilidad	Operacionalmente se medirá los registros contables y la rentabilidad económica y financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Registros contables Rentabilidad económica Rentabilidad financiera	Nominal / Ordinal	Representante

[Firma]
 Lic. Fernando Suárez Carrasco Jr.
 C.A.R. 15462

Título	Problema General	Objetivo General	Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas / Instrumentos
Caracterización de la capacitación y la remabilidad en las MYPE de rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015?	¿Qué características tiene la capacitación y la remabilidad en las MYPE de rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015?	Establecer las características que tiene la capacitación y la remabilidad de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015	Capacitación	Chávez (2007) la capacitación es una forma de aprendizaje a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.	Características	Operacionalmente se medirá la cantidad de trabajadores, las actividades o funciones, el manejo de recursos y la frecuencia de las capacitaciones, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE	Cantidad de trabajadores. Actividades en la MYPE Manejo de recursos Frecuencia de capacitaciones	Encuesta / Cuestionario
					Medios	Operacionalmente se medirá los instrumentos empleados, las técnicas utilizadas y los procesos de inducción, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de	Instrumentos empleados Técnicas utilizadas Procesos de inducción	Encuesta / Cuestionario

[Handwritten signature]
 Encuesta / Cuestionario
 2015-05-01

		<p>(a) Identificar las características de la capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015.</p> <p>(b) Establecer</p>	<p>Renabilidad</p> <p>La renabilidad es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica. (Sánchez, 2004).</p>	<p>Encuesta / Cuestionario</p> <p>Importancia de capacitación</p> <p>Requerimiento de capacitación</p> <p>Planificación de capacitación</p>
		<p>Características</p>	<p>Operacionalmente se medirá la importancia de la capacitación, el requerimiento de capacitación y la planificación de la capacitación, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE.</p> <p>Operacionalmente se medirá los conocimientos, el nivel de ventas y el margen de utilidad, mediante el cuestionario aplicado a los</p>	<p>Encuesta / Cuestionario</p> <p>Conocimientos</p> <p>Nivel de ventas</p> <p>Margen de utilidad</p>
		<p>Necesidades</p>	<p>las MYPE rubro zapatería</p>	


 Dra. Aída Lidys Carrillo Al.
 C.I. 40615651

	<p>las necesidades de capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015.</p> <p>(c) Determinar los medios de evaluación de la rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015.</p> <p>(d) Identificar la rentabilidad dentro de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura – 2015</p>		Medios de evaluación	<p>representantes de las MYPE rubro zapatería</p> <p>Operacionalmente se medirá las herramientas financieras, el conocimiento de ratios y la evaluación económica financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería</p>	<p>Herramientas financieras</p> <p>Conocimiento de ratios</p> <p>Evaluación económica financiera</p>	Encuesta / Cuestionario
			Nivel de rentabilidad	<p>Operacionalmente se medirá los registros contables y la rentabilidad económica y financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería</p>	<p>Registros contables</p> <p>Rentabilidad económica</p> <p>Rentabilidad financiera</p>	Encuesta / Cuestionario


 Dirección General de
 Estudios Económicos
 05101



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MANUEL GERARDO MEJIA HINOSTROZA,
identificado con DNI 02659237, con el grado de Magister en
CIENCIAS POLÍTICAS - LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)
instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado
por la estudiante SARA MARÍA DURAND CÓRDOVA, para efecto de su aplicación a
los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:
“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN LAS
MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA, AÑO
2015”, que se encuentra realizando.

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

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Mejía Hinostrza
CLAD 05867

Piura, Diciembre 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

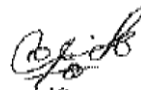
TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA,
AÑO 2015**

Ítems relacionados con la variable rentabilidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aulescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Qué entiende usted por el concepto de rentabilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que en el último año sus ventas han aumentado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
3. ¿Usted evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
4. ¿Cuál es el margen de utilidad promedio en los productos o servicios que brinda?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
5. ¿Usted cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
6. ¿Usted tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
7. ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
8. ¿Para usted el rubro zapatería es rentable?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Mejino Hinojosa
 CLAD 05062

9. ¿Qué tan rentable es su MYPE del rubro zapatería?	X			X		X	SI () NO (X)
10. ¿De acuerdo a su criterio el financiamiento permite mejorar su rentabilidad?	X			X		X	SI () NO (X)



Mg. Lic. Adm. Marcel G. Merino Huastota
CLAD 05867



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA,
AÑO 2015**

Ítems relacionados con la variable capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aqüescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
3. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
4. ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
5. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
6. ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
7. ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
8. ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
9. ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Mejino Hinojosa
 CLAD 05062

10. ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?	X			X		X	SI () NO (X)
11. ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?	X			X		X	SI () NO (X)



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

ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Caracterización de la Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del Rubro Zapatería del Mercado Modelo de Piura, Año 2015"

I.- DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES.

1.1 Edad del trabajador: 18 – 25.... 26 – 35.... 36 – 45 Más de 46 años....

1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....

1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No
Universitaria..... Universitaria Completa.....

1.4 Tiempo en años laborando en MYPE: Menos de 01 año Entre 01 a 03 años
....Entre 03 a 05 años Más de 05 años.

II.- VARIABLE CAPACITACIÓN.

2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?:

Atención al cliente () Caja () Administrativas ()

2.2 ¿Usted considera que necesita capacitarse?: Sí () No ()

2.3 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Sí () No ()

2.4 ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?:

Usted mismo () La MYPE ()

2.5 ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?:

Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAO 05862

2.6 ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?

Charlas () In situ () Reuniones eventuales ()

2.7 ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Si () No ()

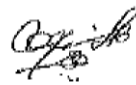
2.8 ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?:

Alto () Medio () Bajo ()

2.9 ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Si () No ()

2.10 ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Si () No ()

2.11 ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno () Regular () Malo ()



Abg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
GLAD 05802



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Caracterización de la Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del Rubro Zapatería del Mercado Modelo de Piura, Año 2015"

I.- DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES.

1.1.- Edad del Representante legal de la Empresa:

- a) 18 – 25 () b) 26 – 35 () c) 36 – 45 () d) Más de 46 años ()

1.2.- Sexo:

- a) Masculino b) Femenino

1.3.- Grado de Instrucción:

- a) Primaria () b) Secundaria () c) Superior No Univer.() d) Univer. Completa()

1.4.- Tiempo en años que se encuentra en el sector y/o rubro:

- a) Menos de 3 años () b) Entre 3 a 5 años () c) Más de 5 años ()

1.5.- Número de trabajadores:

- a) Menos de 3 trabajadores () b) Entre 3 a 5 trabajadores () c) Más de 5 trabajadores ()

II.- VARIABLE RENTABILIDAD

2.1: ¿Qué entiende usted por el concepto de rentabilidad?

- Aumento de ingresos () Mejora en utilidades () Rendimiento de inversión ()
Medida financiera () No conoce ()

2.2: ¿Usted considera que en el último año sus ventas han aumentado?

- Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
GLAD 05662

- 2.3: ¿Usted evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado?
- Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()
- 2.4: ¿Cuál es el margen de utilidad promedio en los productos que brinda?
- Menos de 15% () 15 – 25 % () Más de 25% ()
- 2.5: ¿Usted cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento?
- Sí () No ()
- 2.6: ¿Usted tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?
- Sí () No ()
- 2.7: ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad?
- No usa () Registros contables () VAN () TIR ()
- 2.8: ¿Para usted el rubro zapatería es rentable?
- Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()
- 2.9: ¿Qué tan rentable es su MYPE del rubro zapatería?
- Menos del 5% () Entre 5 a 10 % () Entre 10 a 15% () Más del 15% ()
- 2.10: ¿De acuerdo a su criterio el financiamiento permite mejorar su rentabilidad?
- Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Marino Féliz
CLAD 05862

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Capacitación	Chiavenato (2007) la capacitación es una forma de aprendizaje a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.	Características	Operacionalmente se medirá la cantidad de trabajadores, las actividades o funciones, el manejo de recursos y la frecuencia de las capacitaciones, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería	Cantidad de trabajadores Actividades en la MYPE Manejo de recursos Frecuencia de capacitaciones	Nominal / Ordinal	Trabajadores
		Medios	Operacionalmente se medirá los instrumentos empleados, las técnicas utilizadas y los procesos de inducción, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería.	Instrumentos empleados Técnicas utilizadas Procesos de inducción	Nominal / Ordinal	Trabajadores
		Necesidades	Operacionalmente se medirá importancia de la capacitación, el requerimiento de capacitación y la planificación de la capacitación, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería.	Importancia de capacitación Requerimiento de capacitación Planificación de capacitación	Nominal / Ordinal	Trabajadores

MJ Lic. Ana María Hernández
CUBA 6082

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Rentabilidad	La rentabilidad es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica. (Sánchez, 2004).	Características	Operacionalmente se medirá los conocimientos, el nivel de ventas y el margen de utilidad, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Conocimientos Nivel de ventas Margen de utilidad	Nominal / Ordinal	Representante
		Medios de evaluación	Operacionalmente se medirá las herramientas financieras, el conocimiento de ratios y la evaluación económica financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Herramientas financieras Conocimiento de ratios Evaluación económica financiera	Nominal / Ordinal	Representante
		Nivel de rentabilidad	Operacionalmente se medirá los registros contables y la rentabilidad económica y financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Registros contables Rentabilidad económica Rentabilidad financiera	Nominal / Ordinal	Representante


 Mg. Lic. María Elena Flores
 CIAD 0562

<p>las necesidades de capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015.</p> <p>(c) Determinar los medios de evaluación de la rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015.</p> <p>(d) Identificar la rentabilidad dentro de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015</p>	<p>Medios de evaluación</p>	<p>representantes de las MYPE rubro zapatería</p> <p>Operacionalme se se medirá las herramientas financieras, el conocimiento de ratios y la evaluación económica financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería</p>	<p>Herramientas financieras</p> <p>Conocimiento de ratios</p> <p>Evaluación económica financiera</p>	<p>Encuesta / Cuestionario</p>	
		<p>Nivel de rentabilidad</p>	<p>Operacionalme se se medirá los registros contables y la rentabilidad económica y financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería</p>	<p>Registros contables</p> <p>Rentabilidad económica</p> <p>Rentabilidad financiera</p>	<p>Encuesta / Cuestionario</p>



Mg. J. C. Alvarado Cárdenas
CURO INSAE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MARLENY MANSILLA LACHIRA,
identificado con DNI 02744149, con el grado de Magíster en
GERENCIA EMPRESARIAL.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante SARA MARÍA DURAND CÓRDOVA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA, AÑO 2015", que se encuentra realizando.

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

Piura, Diciembre 2016


Mgter. Marleny Mansilla Lachira
CLAD-03373-PERÚ



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

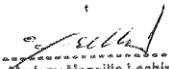
TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA,
AÑO 2015**

Ítems relacionados con la variable rentabilidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1. ¿Qué entiende usted por el concepto de rentabilidad?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que en el último año sus ventas han aumentado?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Usted evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Cuál es el margen de utilidad promedio en los productos o servicios que brinda?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Usted cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Usted tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Para usted el rubro zapatería es rentable?	X			X		X	SI () NO (X)


 Mster. Marlene Marañón Lachira
 CLAD - 03373 - PERÚ

9. ¿Qué tan rentable es su MYPE del rubro zapatería?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
10. ¿De acuerdo a su criterio el financiamiento permite mejorar su rentabilidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)



 Mgter. Marieny Manuella Lachira
 CLAD-03373-PERÚ



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

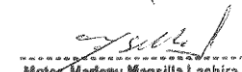
TESIS:

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN
LAS MYPE DEL RUBRO ZAPATERÍA DEL MERCADO MODELO DE PIURA,
AÑO 2015**

Ítems relacionados con la variable capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?	X			X		X	SI () NO (X)


 Marleny Mansilla Lachira
 CLAD - 03373 - PERÚ

10. ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
11. ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)



 Mgter. Marteny Mansilla Lachira
 CLAD-03373-PERÚ

ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización de la Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del Rubro Zapatería del Mercado Modelo de Piura, Año 2015”

I.- DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES.

1.1 Edad del trabajador: 18 – 25.... 26 – 35.... 36 – 45 Más de 46 años....

1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....

1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No
Universitaria..... Universitaria Completa.....

1.4 Tiempo en años laborando en MYPE: Menos de 01 año Entre 01 a 03 años
....Entre 03 a 05 años Más de 05 años.

II.- VARIABLE CAPACITACIÓN.

2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?:

Atención al cliente () Caja () Administrativas ()

2.2 ¿Usted considera que necesita capacitarse?: Sí () No ()

2.3 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Sí () No ()

2.4 ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?:

Usted mismo () La MYPE ()

2.5 ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?:

Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()


Mgter. Marleny Mansilla Lachira
CLAD-03373-PERÚ

2.6 ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?

Charlas () In situ () Reuniones eventuales ()

2.7 ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Si () No ()

2.8 ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?:

Alto () Medio () Bajo ()

2.9 ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Si () No ()

2.10 ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Si () No ()

2.11 ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno () Regular () Malo ()


Mgter. Marleny Mansilla Lachira
CLAD-03373-PERÚ



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Caracterización de la Capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del Rubro Zapatería del Mercado Modelo de Piura, Año 2015”

I.- DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES.

1.1.- Edad del Representante legal de la Empresa:

- a) 18 – 25 () b) 26 – 35 () c) 36 – 45 () d) Más de 46 años ()

1.2.- Sexo:

- a) Masculino b) Femenino

1.3.- Grado de Instrucción:

- a) Primaria () b) Secundaria () c) Superior No Univer.() d) Univer. Completa()

1.4.- Tiempo en años que se encuentra en el sector y/o rubro:

- a) Menos de 3 años () b) Entre 3 a 5 años () c) Más de 5 años ()

1.5.- Número de trabajadores:

- a) Menos de 3 trabajadores () b) Entre 3 a 5 trabajadores () c) Más de 5 trabajadores ()

II.- VARIABLE RENTABILIDAD

2.1: ¿Qué entiende usted por el concepto de rentabilidad?

Aumento de ingresos () Mejora en utilidades () Rendimiento de inversión ()

Medida financiera () No conoce ()

2.2: ¿Usted considera que en el último año sus ventas han aumentado?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()


Mglor. Marleny Mansilla Lachira
CLAD-03373-PERÚ

2.3: ¿Usted evidencia que en el último año sus ganancias se han incrementado?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

2.4: ¿Cuál es el margen de utilidad promedio en los productos que brinda?

Menos de 15% () 15 – 25 % () Más de 25% ()

2.5: ¿Usted cuenta con capacidad de endeudamiento o financiamiento?

Si () No ()

2.6: ¿Usted tiene conocimiento sobre indicadores de rentabilidad?

Si () No ()

2.7: ¿Qué tipo de herramientas financieras usa para medir su rentabilidad?

No usa () Registros contables () VAN () TIR ()

2.8: ¿Para usted el rubro zapatería es rentable?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()

2.9: ¿Qué tan rentable es su MYPE del rubro zapatería?

Menos del 5% () Entre 5 a 10 % () Entre 10 a 15% () Más del 15% ()

2.10: ¿De acuerdo a su criterio el financiamiento permite mejorar su rentabilidad?

Muy de acuerdo () De acuerdo () Indiferente () En desacuerdo ()


Mgter. Marleny Mansilla Lachira
CLAD-03373-PERÚ

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Capacitación	Chiavenato (2007) la capacitación es una forma de aprendizaje a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.	Características	Operacionalmente se medirá la cantidad de trabajadores, las actividades o funciones, el manejo de recursos y la frecuencia de las capacitaciones, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería	Cantidad de trabajadores Actividades en la MYPE Manejo de recursos Frecuencia de capacitaciones	Nominal / Ordinal	Trabajadores
		Medios	Operacionalmente se medirá los instrumentos empleados, las técnicas utilizadas y los procesos de inducción, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería	Instrumentos empleados Técnicas utilizadas Procesos de inducción	Nominal / Ordinal	Trabajadores
		Necesidades	Operacionalmente se medirá importancia de la capacitación, el requerimiento de capacitación y la planificación de la capacitación, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapatería	Importancia de capacitación Requerimiento de capacitación Planificación de capacitación	Nominal / Ordinal	Trabajadores


 Mgter. Marlene Mansilla Lachira
 CLAD-03373-PERU

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Rentabilidad	La rentabilidad es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica. (Sánchez, 2004).	Características	Operacionalmente se medirá los conocimientos, el nivel de ventas y el margen de utilidad, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Conocimientos Nivel de ventas Margen de utilidad	Nominal / Ordinal	Representante
		Medios de evaluación	Operacionalmente se medirá las herramientas financieras, el conocimiento de ratios y la evaluación económica financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Herramientas financieras Conocimiento de ratios Evaluación económica financiera	Nominal / Ordinal	Representante
		Nivel de rentabilidad	Operacionalmente se medirá los registros contables y la rentabilidad económica y financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Registros contables Rentabilidad económica Rentabilidad financiera	Nominal / Ordinal	Representante


 Mgter. Marleny Maasilta Lachira
 CLAD-03373-PERÚ

Título	Problema General	Objetivo General	Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas / Instrumentos
Caracterización de la capacitación y la rentabilidad en las MYPE de servicios zapa-tería en el mercado central de Piura - 2015?	¿Qué características tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE de rubro zapa-tería en el mercado central de Piura - 2015?	Establecer las características que tiene la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del rubro zapa-tería en el mercado central de Piura - 2015	Capacitación	Chiavenato (2007) la capacitación es una forma de aprendizaje a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.	Características	Operacionalmente se medirá la cantidad de trabajadores, las actividades o funciones, el manejo de recursos y la frecuencia de las capacitaciones, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro zapa-tería	Cantidad de trabajadores Actividades en la MYPE Manejo de recursos Frecuencia de capacitaciones	Encuesta / Cuestionario
					Medios	Operacionalmente se medirá los instrumentos empleados, las técnicas utilizadas y los procesos de inducción, mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de	Instrumentos empleados Técnicas utilizadas Procesos de inducción	Encuesta / Cuestionario


 Mgter. Marleny Mansilla Lactira
 CLAD-03373-PERÚ

		<p>las necesidades de capacitación de las MYPE del rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015. (c) Determinar los medios de evaluación de la rentabilidad de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015. (d) Identificar la rentabilidad dentro de las MYPE rubro zapatería en el mercado central de Piura - 2015</p>		Medios de evaluación	representantes de las MYPE rubro zapatería	Operacionalmente se medirá las herramientas financieras, el conocimiento de ratios y la evaluación económica financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Herramientas financieras Conocimiento de ratios Evaluación económica financiera	Encuesta / Cuestionario
				Nivel de rentabilidad	Operacionalmente se medirá los registros contables y la rentabilidad económica y financiera, mediante el cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE rubro zapatería	Registros contables Rentabilidad económica Rentabilidad financiera	Encuesta / Cuestionario	


Mgter. Mariley Manasilla Lachita
CUAD-03373-PERU

7.3 Libro de códigos

N°	Edad	Sexo	Grado de instrucción	Tiempo de años	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11
1	2	2	2	2	2	2	1	1	4	3	1	1	1	1	1
2	1	2	3	2	2	1	1	1	4	3	1	2	1	2	1
3	1	1	1	1	3	2	1	1	4	3	1	2	1	1	2
4	3	2	2	3	1	2	1	2	4	3	1	1	1	1	1
5	2	2	2	2	2	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1
6	1	2	3	1	2	1	1	1	4	3	1	2	1	2	2
7	2	2	2	2	1	2	1	1	4	3	1	1	1	1	1
8	1	2	2	1	2	1	1	1	4	3	1	2	1	1	1
9	1	2	2	2	2	2	1	2	4	3	1	2	1	1	1
10	1	2	2	1	2	2	1	1	4	3	1	2	1	1	1
11	1	2	2	1	2	2	1	1	4	3	1	2	1	1	2
12	1	1	2	1	3	2	1	1	4	3	1	2	1	1	1
13	1	2	2	1	2	2	1	1	4	3	1	2	1	1	1
14	2	2	3	2	2	2	1	1	4	3	1	1	1	1	1
15	1	2	3	2	2	2	1	2	4	3	1	2	1	1	1
16	1	2	3	1	2	2	1	1	4	3	1	2	1	1	2
17	1	2	2	2	2	2	1	1	4	3	1	2	1	1	1
18	2	2	2	2	1	2	1	2	4	3	1	1	1	1	1
19	1	2	2	1	2	2	1	1	4	3	1	2	1	1	1
20	1	2	2	1	2	2	1	1	4	3	1	2	1	1	1

N°	Edad	Sexo	Grado de instrucción	Tiempo de años	Numero trabajadores	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10
1	4	1	3	3	1	1	2	4	1	1	1	1	2	4	2
2	3	1	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	3	2
3	3	1	2	2	1	1	2	2	1	4	1	1	2	3	2
4	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	3	2
5	3	1	4	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2
6	2	1	3	1	1	1	2	2	1	4	1	1	2	3	2
7	2	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	3	2
8	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2
9	3	1	2	2	1	1	2	4	1	2	1	1	2	3	2
10	3	1	3	2	1	1	3	2	1	1	1	1	2	3	2
11	2	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	3	2
12	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	3	2
13	3	2	2	2	1	1	1	4	1	1	1	1	2	3	2
14	4	1	2	3	1	1	2	4	1	2	1	2	2	3	2
15	3	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	3	2
16	4	2	2	2	1	1	2	5	1	1	1	1	2	4	2
17	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	3	2
18	2	2	2	1	1	1	1	3	1	4	1	1	2	4	2
19	4	1	2	2	1	1	1	5	1	2	1	1	2	4	2
20	3	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	3	2

segunda revisi Durand a turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

11 %	11 %	4 %	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.sincal.org Fuente de Internet	2 %
2	pt.scribd.com Fuente de Internet	2 %
3	www.greenstone.org Fuente de Internet	2 %
4	myslide.es Fuente de Internet	2 %
5	hablandopsicologia.wordpress.com Fuente de Internet	2 %
6	www.fcca.umich.mx Fuente de Internet	2 %

EXCLUIR CITAS
EXCLUIR
BIBLIOGRAFÍA

ACTIVO
ACTIVO

EXCLUIR
COINCIDENCIAS

< 2%

