



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADAS A LA
VENTA DE ABARROTES EN EL MERCADO LA PERLA DE
LA CIUDAD DE CHIMBOTE DEL 2013”

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

AUTOR:

Br. CESAR LOZANO LLATAS

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARÍAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE - PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Dr. Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mgr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina

Asesor

AGRADECIMIENTO

A DIOS por su bendición
que me ha permitido pasar
obstáculos y seguir adelante
en este camino de
superación.

Al Dr. Reinerio Zacarías
Centurión Medina por todo su
apoyo necesario para que se haga
realidad este trabajo de tesis.

A mis hermanos Stalin
Lozano Llatas, Leticia
Lozano Llatas quienes me
dieron la fuerza y su amor.

DEDICATORIA

A mis padres por todo su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un privilegio ser su hijo, son los mejores padres.

A la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, que nos brinda la oportunidad de estudiar en sus aulas, adquiriendo nuevos conocimientos.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013, se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de información se utilizó una muestra poblacional de 19 Micro y Pequeñas Empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas. Obteniéndose los siguientes resultados: La edad del 47,4 % de los representantes fluctúa entre 35 años a más. El 52,6 % son de sexo femenino. El 52,6 % tiene un grado de instrucción secundaria. El 73,7 % no se ha capacitado. El 73,7 % considera que la capacitación es un gasto. El 73,7 % no recibe apoyo de alguna entidad pública o privada para ser capacitada. El 73,7 % considera que la capacitación no es importante.

Se concluye que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote, tiene una edad mayor de 35 años a más, pertenecen al sexo femenino, con un grado de instrucción secundaria, no se han capacitado porque consideran que es un gasto, no han recibido apoyo de ninguna entidad pública o privada y dicha variable no es importante para sus labores.

Palabras clave: Representantes, MYPES, Capacitación

ABSTRACT

The investigation was to general objective, determine the characteristics of the training in the Micro and Small Enterprises, dedicated to selling groceries in the market Pearl city of Chimbote, 2013, the not experimental design was used - cross - descriptive, for information gathering a sample population of 19 Micro and small businesses who were applied a questionnaire 12 closed questions was used. The following results: 47.4% of representatives age ranges from 35 years to more. 52.6% are female. 52.6% have a high school degree. 73.7% have not been trained. 73.7% believe that training is an expense. 73.7% did not receive support from any public or private entity to be trained. 73.7% believe that training is not important.

It is concluded that most of the representatives of the Micro and Small Enterprises, dedicated to selling groceries in the market pearl city of Chimbote, has an older than 35 years later, they are female, with a degree secondary education, have not been trained because they consider it an expense, they have not been supported by any public or private entity and that variable is not important to its work.

Keywords: Representatives, Micro, Training

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2.. Jurado evaluador y asesor	ii
3. Agradecimiento	iii
4. Dedicatoria	iv
5. Resumen	v
6. Abstract	vi
7. Contenido	vii
8. Índice de Tablas y Figuras	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases Teóricas	10
2.3. Marco Conceptual	14
III. METODOLOGÍA	16
3.1 Diseño de la investigación	16
3.2 Población y Muestra	16
3.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores	17
3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	19
3.5 Plan de Análisis	19
3.6. Matriz de Consistencia	20
3.7. Principios Éticos	23
IV. RESULTADOS	24
4.1 Resultados	24
4.2 Análisis de Resultados	28
V. CONCLUSIONES	32
Referencias Bibliográfica	33
Anexos	36

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas:

Tabla N° 01. Características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro Y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013 24

Tabla N° 02. Características de las Micro Y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013..... 25

Tabla N° 03. Características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013..... 26

Figuras (Anexos)

Figura N° 1 Edad del representante legal de la MYPES encuestado 39

Figura N° 2 Género del representante legal de la MYPES.....39

Figura N° 3 Grado de instrucción del representante legal de la MYPE..... 40

Figura N° 4 Periodo de actividad..... 40

Figura N° 5 Número de trabajadores 41

Figura N° 6 Alguna vez se ha capacitado 41

Figura N°7 Concepto de la capacitación 42

Figura N° 8 Temas en que se ha capacitado..... 42

Figura N° 9 Apoyo de alguna entidad pública o privada para ser capacitada..... 43

Figura N° 10 De que institución pública recibe apoyo 43

Figura N° 11 Importancia de la capacitación..... 44

Figura N° 12 Temas de interés a capacitarse 44

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) de acuerdo a la vida actual del mundo empresarial toman el término capacitación como un factor clave para el cambio de trabajo en las organizaciones, facilitando a mejorar los procesos; por lo tanto; las organizaciones que la implantan logran ventajas competitivas al adoptarla en sus funciones. Los Empresarios de las MYPES, requieren tener una visión integral de cómo gestionar una empresa puesto que es básico para salir adelante. Al empresario de la Micro y Pequeña Empresa le falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para los que ya están en este camino empresarial, pues requieren de información y conocimiento a través de la capacitación para el mejor manejo de su negocio (**Vizcarra, 2009**). En Europa, las empresas son el agente económico a invertir en acciones de formación, el principal demandante de capacitación son las empresas, más que el Estado. Es por ello que invierten en capacitaciones como un potencial de rentabilidad económico; en cierta forma, las empresas identifican conocimientos, habilidades y motivaciones que la capacitación puede dar para elevar la productividad de los trabajadores y elevar la competitividad de las empresas (**Colina, Giordano y Ann, 2011**). En América Latina, la capacitación es tomada con cierto grado de calificación, existe una participación de los gobiernos en las MYPES, en donde crean programas de capacitación actuales pretenden lograr la vinculación de las temáticas de la capacitación con las necesidades del mercado, ofreciendo un conjunto integrado conocimiento-práctica laboral (**Delgado y Serna, 2007**). En Guatemala, la capacitación son los métodos que contribuyen a fortalecer, mejorar o cambiar prácticas que se generan dentro de una empresa o institución. Todas las acciones establecidas en la empresa están en función a las necesidades de la misma, sin embargo, las capacitaciones pueden ayudar de manera personal, siendo un pilar fundamental para la mejora de la empresa (**Guatemala, 2012**). En México, la capacitación no se ha considerado tradicionalmente como un factor de desarrollo que permita a las empresas dentro de su plan estratégico, lograr mejores beneficios y posicionamiento en los mercados. Muchos gerentes de las MYPES consideran que los recursos que se dirigen a la actualización de sus ejecutivos y

capacitación de sus empleados son un gasto y se muestran reacios a capacitarse en dichos programas, escudándose en el argumento de que una vez capacitados los empleados emigran a otras empresas, esta débil razón puede ser enfrentada con el problema que representa tener a esos mismos empleados sin capacitación trabajando en su empresa, las empresas en México están ante la disyuntiva de invertir en la capacitación de capital humano o perder los espacios y oportunidades de mercados locales o extranjeros **(Delgado y Serna, 2007)**. En el Perú, el sistema nacional de capacitación no cuenta con un organismo que se encargue de dar impulso y desarrolle acciones y planes de capacitación dirigidos a las MYPES. Dicha ausencia conlleva a que no exista un organismo regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a la demanda **(Matute, Albuja, Janampa, Odar, Osorio, 2008)**. El Comité de la Pequeña Empresa de la Cámara de Comercio enfatizó que la mayoría de las MYPES no están capacitadas, lo cual limita su participación en el mercado. Por ello recomendó que el emprendedor se debe de juntar con el Estado, para desarrollar una política de "Gestión de Clase Mundial", con una capacitación adecuada para todos sus integrantes **(Ochoa, 2013)**. A nivel regional, el Ministerio de la Producción a través de la Dirección Mi Empresa, debido a los problemas comunes entre las MYPES, trabaja en el fortalecimiento de competencias Técnico-Productivas y de Gestión, en donde la capacitación ayuda a que las MYPES tengan la oportunidad de mejorar sus procesos, incrementar su calidad y alcanzar condiciones de trabajo óptimas y sostenibles y del mismo modo poder potenciar habilidades en sus trabajadores y mejorar la calidad de sus productos y servicios **(PRODUCE, 2012)**. A nivel local, el Ministerio de la Producción y el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado, la capacitación a las MYPES es un medio de desarrollo en donde el único fin es hacer que las MYPES puedan tener una mejoría de sí mismas en un mercado competitivo **(OSCE, 2013)**.

Las MYPES europeas están siendo desvaloradas dejando de lado la importancia de este recurso para su economía, no hay una vinculación de estado – MYPE establecida, no cuentan con organismos gubernamentales que brinden capacitaciones. En América Latina,

aplican la capacitación como una estrategia de desarrollo organizacional, debido a que el mundo está en constante cambios, le es importante aplicar este término obteniendo resultados, dichas MYPES, están respaldadas por el estado aplicando normas en beneficio para su desarrollo y también para puedan contribuir en la economía de su país. En México, las empresas rechazan a la capacitación; esto se debe a que son entes privados y que pueden manejar sus rubros de acuerdo a sus políticas organizacionales, seguramente debe ser porque debe existir mayormente empresas industriales y que no les importa capacitarse porque deben ser empresas tradicionales, pero es una desventaja porque la capacitación es parte de una inversión es un requisito fundamental para invertir, dichas MYPES no aprueban este término como beneficio y oportunidades y que el estado no interviene en su participación laboral. En el Perú hay poco interés en brindar apoyo a las MYPES del país es por ello que existen empresas extranjeras abarcando nuestro territorio en donde se demuestra la calidad de atención al público y que por ende son concurridas ya que es parte del beneficio futuro y que están más actualizadas dentro del entorno de servicios. Así mismo a nivel regional como local existe una intención de organismos en poder intervenir en las MYPES para que brindarles apoyo de capacitarlos para que puedan desarrollarse ante un mercado competitivo.

En Chimbote donde se desarrolló el presente estudio ,existen MYPES dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla que actualmente no existe una buena atención al cliente, debido a que no conocen las principales características de la capacitación, haciendo un déficit para el ciclo de vida de las MYPES ya que pueden bajar la demanda de sus productos debido a que los clientes ya no regresan, esto conlleva a que sus utilidades disminuyan haciendo que exista un desequilibrio económico para el desarrollo de las empresas , esto nos permite plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013?

Para dar solución al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la capacitación en las MYPES dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013. Para dar cumplimiento al objetivo general se planteó tres objetivos específicos que son los siguientes: Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013. Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013. Determinar cuáles son las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.

La investigación se justifica porque permitió determinar las principales características de los representantes, de las MYPES y de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad Chimbote del 2013; donde se llevó a cabo dicha investigación en estudio. Esta información actualizada servirá como referencia y de gran utilidad para que los estudiantes puedan acceder a ella de manera fácil. Por último, la investigación también se justifica porque contribuirá como

antecedente para estudios futuros, esto significará el punto de partida para muchos investigadores que deseen profundizar el tema en diversos ámbitos geográficos del país.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Jiménez, (2013) en su tesis Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio– rubro abarrotes, del distrito de Chimbote, 2013, obtuvo los siguientes resultados: **Respecto a los representantes**, las edades del 40% fluctúan entre los 31 y 50 años, el 70 % son de sexo femenino, el 60 % tienen grado de instrucción de instituto. **De acuerdo a las MYPES**, el 50% tiene una permanencia de 4 a 6 años, el 60 % son colaboradores permanentes. **Con respecto a la capacitación**, el 60% sí se capacitaron en los últimos años, el 70 % considera que la capacitación es una inversión, el 60% se capacitó en atención al cliente. En la que concluye: **Respecto a los datos generales del encuestado**, la mayoría de los representantes de las MYPES encuestados del rubro Abarrotes del Distrito de Chimbote son personas adultas de 31 a 50 años de edad, con estudios superiores. **Respecto a las características de las MYPES**, la mayoría de las MYPES encuestadas del rubro abarrotes del Distrito de Chimbote, tienen trabajadores permanentes. **Respecto a la capacitación**, la mayoría de las MYPES encuestadas del rubro abarrotes del Distrito de Chimbote, antes de obtener préstamos por terceros son capacitados, para las empresas u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundando en beneficios para la empresa.

Otero (2013), en su tesis Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro bodegas del Distrito de Comas Provincia de Lima, 2013, obtuvo los siguientes resultados: **Respecto a los representantes**, El 100% de los representantes legales o dueños son adultos, el 70% son de sexo masculino, el 70 % tiene secundaria completa. **De acuerdo a las MYPES**, el 100 % se dedica al negocio por más de 3 años, el 80 % no tiene ningún trabajador permanente. **Con respecto a la capacitación**, el 70 % no ha recibido curso de capacitación en los dos últimos años, el 30 % manifestaron que su personal si ha recibido capacitación,

el 70 % considera que la capacitación como empresario es una inversión, el 80 % el 70 % considera que la capacitación como empresario es una inversión, el 80 % considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa, el 60 % se capacito en prestación de mejor servicio. En la que concluye: **Respecto a los datos generales del encuestado**, de la totalidad (100%) de los representantes legales de las MYPES encuestados, el 100% son adultos; el 70% es de sexo masculino y el 70% tiene secundaria completa, el 20% universitaria completa. **Respecto a las características de las MYPES**, el 100% se dedica al negocio hace 03 años respectivamente, el 80% no tiene ningún trabajador permanente, el 20% tiene 01 trabajador eventual y el 70% se formó por subsistencia. **Respecto a la capacitación**, los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPES son: el 70% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 20% tuvieron un curso de capacitación, Con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación, el 30% ha recibido alguna capacitación, El 70% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 80% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa.

Bravo (2013), en su tesis Caracterización de la capacitación y formalización de la MYPES del sector comercio– rubro venta de prendas de vestir, del distrito de Chimbote, 2013, obtuvo los siguientes resultados: **Respecto a los representantes**, las edades del 60% fluctúan entre 18 y 30 años, el 60% son de sexo femenino, el 50 % tiene un grado de instrucción con estudios secundarios. **De acuerdo a las MYPES**, el 50% tiene una permanencia de 4 – 7 años. **Con respecto a la capacitación**, el 50% no ha recibido capacitación por ninguna entidad, el 50 % indicó que los temas de capacitación fueron pasos de formalización, el 100% reconoce que la capacitación es muy importante para el éxito, el 50 % no recibió capacitación alguna, el 50% requiere capacitación en áreas de tecnología / manejo de TIC, el 80 % señala que entre los beneficios recibidos fue que les ayudó a mejorar sus ventas, el 70 % que no han recibido capacitación señalan que fue a causa de la falta de tiempo, el 50% indican que los factores importantes de éxito de capacitación es que disponga de “Buenos Capacitadores”. En la que concluye: **Respecto a los datos generales del encuestado**. La mayoría de las MYPES están dirigida por

representantes cuyas edades oscilan entre 18 a 30 años donde son los mismos dueños quienes se encargan del negocio, donde la mayoría son de sexo femenino con el grado de instrucción secundaria. **Respecto a las características de las MYPES.** La mitad de las MYPES tienen en el rubro de 4 a 7 años de permanencia, donde la mayoría la constituyeron para obtener ganancias y generar empleos. **Respecto a la capacitación.** La mayoría de las MYPES recibieron capacitación; donde trataron sobre los pasos de formalización, en su totalidad consideran que es muy importante la capacitación para el éxito de las MYPES.

Silva (2014) en su tesis Caracterización de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio– rubro venta de ropa para damas del Distrito de Chimbote, 2014 obtuvo los siguientes resultados: **Respecto a los representantes,** el 45 % sus edades fluctúan entre 18 – 30 años, el 70 % son mujeres, el 75 % tienen como grado de instrucción secundaria. **De acuerdo a las MYPES,** el 45% tienen una permanencia de 3 años. **Con respecto a la capacitación,** el 90 % no recibió capacitación, el 90 % considera que la capacitación es una inversión, el 100% los dueños de las MYPES piensan que la capacitación tiene ventajas, el 85 % no brinda capacitación en ningún tema a su personal. En la que concluye: **Respecto a los datos generales del encuestado.** La mayoría de los representantes de las MYPES en la actualidad son mujeres y tiene un grado de instrucción de secundaria y en su minoría tienen un grado de instrucción superior. **Respecto a las características de las MYPES.** En su mayoría las MYPES tienen una existencia de más de tres años en el mercado, la crearon con la finalidad de generar utilidades y en su minoría para subsistencia. **Respecto a la capacitación.** En su mayoría los empresarios consideran la capacitación como una inversión que trae consigo ventajas y en su minoría capacita a sus funcionarios obteniendo con un porcentaje mínimo el curso de atención al cliente.

Méndez (2014), en su tesis Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro venta minorista del producto calzado del distrito El Porvenir, año 2014, obtuvo los siguientes resultados: **Respecto a los representantes,** el 60% de ellos manifestaron tener entre 30 y 40 años de edad, el 87%

de los representantes de las empresas son del sexo masculino, 47% del total de los encuestados tienen como grado de instrucción secundaria completa. **Con respecto a la capacitación**, el 47% de los representantes o dueños de las MYPES encuestadas se han capacitado al menos una vez, el 53% de los representantes de las MYPES encuestadas manifestaron que sus trabajadores si recibieron capacitación por parte de la Cámara de comercio y del Centro de investigación Arte, Moda y Cultura (CEPICAM), el 75% en otros cursos brindados por el CEPICAM (Diseño y corte de calzado, Procesos de elaboración del calzado), el 75% cree que la capacitación que recibió mejoro la rentabilidad de su empresa en su totalidad. En la que concluye: **Respecto a los datos generales del encuestado**. Los representantes de las MYPES son hombres, son personas adultas que debido a su grado de instrucción secundaria completa o técnico incompleto se han visto en la necesidad de establecer un negocio puesto que no cuentan con una profesión. **Respecto a las características de las MYPES**. Las MYPES financian su actividad productiva con financiamiento de terceros, recurriendo a la entidad no bancaria o en otro caso a prestamistas usureros, pero en la mayoría de veces se desconoce la tasa de interés y muchas veces el empresario se endeuda sin analizar si lo que va a pagar, va a poder ser absorbido por la operación de la empresa. A pesar de ello estas eligieron en gran parte a la Caja Trujillo como institución financiera para recibir un crédito, pues señalan que las entidades no bancarias les otorgan mayores facilidades para la obtención del crédito, pero es importante, tener la información de todos los costos del préstamo, y principalmente de la tasa de costo efectivo anual. **Respecto a la capacitación**. La mayoría de los emprendedores MYPES, siguen una gestión basada en la prueba y en el error. Solo poseen conocimientos básicos en los temas de comercialización, finanzas, organización, etc. Y no dan relevancia a la formación o capacitación en otros temas. Invertir en capacitación en temas de gestión: no solo para los mismos empresarios, si no para sus trabajadores, esto les “abre los ojos” y les posibilita mejorar el manejo de su negocio.

2.2. Bases teóricas

Definición de la MYPE

Según Ley N° 28015 (2013), la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Importancia de la Micro Y Pequeña Empresa

Las MYPES son consideradas como un potencial de desarrollo y crecimiento económico, y que representan en la actualidad un sector vital de importancia dentro de la estructura productiva del Perú. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico (**Pymes Peruanas, 2013**).

Características de las MYPES

Según Ley 30056 (2013), las MYPES, deben ubicarse en alguna de las categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña y Mediana Empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Mediana Empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 unidades impositivas tributarias (UIT).

Capacitación

La capacitación es el medio o instrumento que enseña y desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia y competitividad a cualquier persona (**Silíceo, 2004**).

La capacitación es una técnica de formación, que se le brinda a una persona o individuo para que desarrolle sus conocimientos, habilidades y actitudes, de manera más eficaz a fin de mejorar su rendimiento presente o futuro (**Vizcarra, 2009**).

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

Esta repercute en el individuo de dos diferentes maneras:

Eleva su nivel de vida: La manera directa de conseguir esto es a través del mejoramiento de sus ingresos, por medio de esto tiene la oportunidad de lograr una mejor plaza de trabajo y aspirar a un mejor salario.

Eleva su productividad: esto se logra cuando el beneficio es para ambos, es decir empresa y colaborador.

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, que ofrece la posibilidad de mejorar la eficiencia del trabajo de la empresa,

permitiendo a su vez que la misma se adapte a las nuevas circunstancias que se presentan tanto dentro como fuera de la organización (**Arteaga, 2011**).

Importancia de la capacitación

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

La obsolescencia, también es una de las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a sus colaboradores, pues esta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia.

Para las empresas u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundan en beneficios para la empresa (**Reyna, 2009**)

La importancia de la capacitación radica en que esta:

Ayuda a la organización. Conduce a una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales.

Ayuda al individuo. Da lugar a que el trabajador interiorice y ponga en práctica las variables de motivación, realización, crecimiento y progreso.

Ayuda a las relaciones humanas en el grupo de trabajo. Fomenta la cohesión en los grupos de trabajo mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos.

Tal vez la manera más simple de resumir la importancia de la capacitación sea considerarla como una inversión que hace la empresa en su personal. Esa inversión paga dividendos al patrón, a la organización y a los demás trabajadores (**Valencia, 2007**).

Los objetivos y función de la capacitación son:

Objetivos

- ✓ Fomenta el desarrollo integral de los individuos y en consecuencia el de la empresa.

- ✓ Proporciona conocimientos orientados al mejor desempeño en la ocupación laboral.
- ✓ Disminuye los riesgos de trabajo.
- ✓ Contribuye al mejoramiento de la productividad, calidad y competitividad de las empresas.

La función de la capacitación se inserta como parte integrante del acontecer cotidiano de las empresas y para cumplir con sus objetivos toma información del medio ambiente y del mismo centro de trabajo.

- ✓ Promover el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.
- ✓ Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.
- ✓ Perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo (**Carrillo, 2012**).

Tipos de Capacitación

Los tipos de capacitación se dividen en tres áreas que son:

Capacitación para el trabajo. Se imparte al trabajador que va a desempeñar una nueva función por ser de nuevo ingreso, o por promoción o reubicación dentro de la misma empresa.

Capacitación en el trabajo. La conforman diversas actividades enfocadas a desarrollar habilidades y mejorar actitudes del personal respecto a las tareas que realizan. En ellas se conjugan la realización individual con la consecución de los objetivos organizacionales.

Desarrollo. Este comprende la formación integral del individuo y específicamente la que puede hacer la empresa para contribuir a esta formación (**Valencia, 2007**).

Cómo beneficia la capacitación a las organizaciones:

- a) Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- b) Crea mejor imagen.
- c) Mejora la relación jefes-subordinados.
- d) Se promueve la comunicación a toda la organización.
- e) Reduce la tensión.
- f) Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- g) Contribuye a la formación de líderes y trabajadores.

Como beneficia la capacitación al personal:

- a. Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- b. Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- c. Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones. d.
- Eleva el nivel de satisfacción con las actividades encomendadas. e.
- Permite el logro de las metas individuales (**Emprende Pyme, 2015**)

2.3. Marco conceptual

Reseña histórica de las tiendas de abarrotes

La industria de abarrotes en Perú ha presentado en los últimos años cambios significativos, reflejando un aumento de participación en el mercado que se observa en cualquier país desarrollado y la necesidad de productos con relaciones calidad/precio. Las Mypes de Abarrotes con el pasar de los años han optado por la diversificación con el propósito de sobrevivir en épocas de recesión que se vivieron durante la década de los 90s, lo cual se

refleja en los reducidos márgenes de las empresas, tanto en rentabilidad como uso de la capacidad.

Tiendas de abarrotes

Las tiendas de abarrotes son establecimientos de tipo familiar, que es visto como un medio de subsistencia y subempleo, en la cual son muy valoradas por sus propietarios, dichos establecimientos tienen fortalezas que se deben a ellos que pueden aprovechar como el servicio personalizado, la amistad entre el cliente y el propietario pues, después de todo, muchas veces sus clientes fieles son sus vecinos, familiares, amistades.

Importancia de las tiendas de abarrotes

Las tiendas de abarrotes poseen mucha importancia en un sector del comercio peruano por la participación en la canasta familiar, y que guardan relación con el cliente y propietario de dichas MYPES.

MYPE

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) son organizaciones que en su mayoría nacen desde algo pequeño y poco a poco empiezan a desarrollarse, muchas veces toman la decisión de conformarlas ya que se sienten en la necesidad de generar ellos mismos su centro de labores en el cual podrán obtener las utilidades.

MYPE tienda de abarrotes

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) de tiendas de abarrotes están ubicadas en la ciudad de Chimbote- Mercado la Perla, los productos que más se distinguen por su consumo son los de primera necesidad y que. Cada una de las MYPE compiten entre sí por la aceptación de sus comensales, ya la gente sabe dónde ir a comprar sus productos. La estancia de las tiendas de abarrotes, se establecerá por la atención que pongan en los precios, la calidad, la variedad de productos y por supuesto el servicio, siendo cada vez más cercanos al consumidor y a mantener una fuerte presencia en el mercado local.

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal-descriptiva.

Fue no experimental, porque la capacitación no ha variado, está funcionando tal y como se encuentra en el contexto de la realidad, sin modificarse; presentándose tal y como se muestra en las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote, 2013. Fue transversal porque la investigación en estudio se realizó en el año 2013, es decir se inició en enero y culminó en diciembre del mismo año. Fue descriptiva porque se determinó las características de los representantes, características de las MYPES y las características de la capacitación de dicha investigación en estudio.

3.2 Población y muestra

Se utilizó una población muestral de 19 Micro y Pequeñas Empresas, puesto que se tomó a toda la población del sector de venta-rubro abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013. (**Anexo N° 3**).

El criterio de selección estuvo en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de las MYPES.

3.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las MYPES	Son personas naturales o jurídicas que han creado a las Micro y Pequeña empresas, las cuales están determinadas por la edad, el género y el grado de instrucción.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 18 a 25 años • 26 a 34 años • 35 años a más 	Razón
		Género	<ul style="list-style-type: none"> • Hombre • Mujer 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Estudios técnicos • Estudios superiores • Sin Instrucciones 	Ordinal
Perfil de las MYPES	Es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial.	Periodo de actividad	<ul style="list-style-type: none"> • 1 a 2 años • 3 a 4 años • 5 años a más 	Razón
		N° de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 3 • De 4 a 6 • De 7 a 9 • De 10 a más 	Nominal
Capacitación de las MYPES	La capacitación es toda actividad realizada en una organización, en donde busca mejorar la actitud, el	Se ha capacitado	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Concepto de la capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Un gasto • Una inversión • Otro 	Nominal
			<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Logística 	

	conocimiento, habilidades o conductas del personal.	En qué temas se ha Capacitado	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzas • Recursos humanos • Ninguno 	Nominal
		Apoyo de capacitación de alguna Entidad pública o privada	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Capacitación del Personal por parte de la institución pública	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno regional • Gobierno municipal • Universidades Estatales • Otros 	Nominal
		Importancia de la capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora la imagen • Mejora la rentabilidad • Mejora la productividad • Todas las anteriores • Ninguna 	Nominal
		Temas de interés a Capacitarse	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas • Manejo de kardex 	Nominal

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue la encuesta, que fue aplicada a los representantes de las MYPES en estudio porque es una técnica destinada a obtener datos de personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

El instrumento que se utilizó para registrar la información fue el cuestionario. Este consta de un conjunto de 12 preguntas preparado cuidadosamente, en donde está estructurado en tres partes: 3 preguntas son para obtener información de los representantes; 2 preguntas son para obtener información de las MYPES, y por último 7 preguntas son para obtener información sobre la variable en estudio (Anexo 4).

3.5 Plan de Análisis (Procedimiento)

En primer lugar, la base de datos recopilada fue llevada a los formatos preestablecidos, los cuales mostraron la información de manera clara y ordenada.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

El procedimiento de los datos se realizó con el programa Informático Word y Excel.

3.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población y Muestra	Métodos	Instrumentos - Procedimientos
<p>Central:</p> <p>¿Cuáles son las características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la perla de la ciudad de Chimbote del 2013?</p> <p>Secundarios</p> <p>¿Cuáles son las características de los representantes y/o legales que dirigen en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el</p>	<p>General:</p> <p>Determinar las características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.</p> <p>Específicos:</p> <p>1. Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las</p>	<p>Capacitación</p>	<p>Población:</p> <p>Se utilizó una población muestral de 19 Micro y Pequeñas Empresas, puesto que se tomó a toda la población del sector de venta-rubro abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.</p>	<p>Diseño</p> <p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal-descriptiva. Fue no experimental, porque la capacitación no ha variado, está funcionando tal y como se encuentra en el contexto de la</p>	<p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario</p> <p>Técnica</p> <p>Encuesta.</p> <p>Procedimiento</p> <p>Se elaboraron tablas de distribución de frecuencia absoluta y relativa porcentual, así como figuras estadísticas. El procedimiento de los datos se realizó en el programa Informático Word y Excel.</p>

<p>mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013?</p> <p>¿Cuáles son las características en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013?</p> <p>¿Cuáles son las características de la capacitación en las Micro y Pequeñas empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el</p>	<p>Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.</p> <p>2. Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.</p> <p>3.- Determinar cuáles son las principales características de la capacitación en</p>			<p>realidad, sin modificarse; presentándose tal y como se muestra en las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote,2013.</p> <p>Fue transversal porque la investigación en estudio se realizó en el año 2013, es decir se inició en enero y culminó en</p>	
---	---	--	--	--	--

<p>mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013?</p>	<p>las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.</p>			<p>diciembre del mismo año.</p> <p>Fue descriptiva porque se determinó las características de los representantes, características de las MYPES y las características de la capacitación de dicha investigación en estudio.</p>	
--	---	--	--	--	--

3.7. Principios Éticos

El presente estudio de investigación estuvo fundamentado por principios éticos: como la justicia que exige el derecho a un trato de equidad, confidencialidad porque la información en cierta parte debe de mantenerse reservada con seguridad para el conocimiento de todas las personas; siendo expuesta sin perder su anonimato de dicha información que fue proporcionada por los representantes legales de las MYPES, también se tomó en cuenta la lealtad, donde se guarda fidelidad y transparencia de toda la información proporcionada en la preparación y seguimiento de la investigación, ya que el trabajo que se realizó solo fue y será utilizado para fines académicos.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Tabla N°01. Características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.

Características de los representantes	N° de MYPES	Porcentaje
Edad (años)		
De 18 a 25	3	15,8
De 26 a 34	7	36,8
De 35 más	9	47,4
Total	19	100,0
Sexo		
Masculino	9	47,4
Femenino	10	52,6
Total	19	100,0
Grado de instrucción		
Sin Instrucción	0	0,0
Primaria	3	15,8
Secundaria	10	52,6
Estudios técnicos	3	15,8
Estudios superiores	3	15,8
Total	19	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.

Tabla N°02. Características de las de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.

De la empresa	N° de MYPES	Porcentaje
Permanencia en el mercado		
a) 1 a 2 años	5	26,3
b) 3 a 4 años	5	26,3
c) 5 a más años	9	47,4
Total	19	100,0
Número de colaboradores en las MYPES		
a) 1 a 3	10	52,6
b) 4 a 6	9	47,4
c) 7 a 9	0	0,0
d) 10 a más	0	0,0
Total	19	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.

Tabla 3. Características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.

De la empresa	N° de MYPES	Porcentaje
Alguna vez se ha capacitado		
Si	5	26,3
No	14	73,7
Total	19	100,0
Para usted la capacitación es:		
Un gasto	14	73,7
Una inversión	5	26,3
Otro	0	0,0
Total	19	100,0
Si usted se ha capacitado en que tema o temas ha recibido capacitación		
Marketing	0	0,0
Logística	2	10,5
Finanzas	0	0,0
Recursos humanos	3	15,8
Ninguno	14	73,7
Total	19	100,0
¿Alguna vez ha recibido apoyo de alguna entidad pública o privada para ser capacitada?		
Si	5	26,3
No	14	73,3
Total	19	100,0

Continua...

Tabla 3. Características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.

Conclusión

De la empresa	N° de MYPES	Porcentaje
¿De qué institución pública recibe apoyo en la capacitación del personal de la empresa?		
Gobierno Regional	0	0,0
Gobierno Municipal	5	26,3
Universidades Estatales	0	0,0
Ninguna	14	73,7
Total	19	100,0
usted considera que la capacitación es importante porque		
Mejora la imagen	0	0,0
Mejora la rentabilidad	2	10,5
Mejora la productividad	3	15,8
Todas las anteriores	0	0,0
Ninguna	14	73,3
Total	19	100,0
En que otros temas les gustaría capacitarse		
Ventas	15	78,9
Manejo de archivos	4	21,1
Total	19	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote del 2013.

4.2: Análisis de los Resultados

Tabla N° 1

Edad

El 47.4 % tienen una edad de 35 años a más, este resultado coincide con los resultados encontrados por Jiménez (2013), donde el 40 % sus edades fluctúan entre los 31 y 50 años. Se observa que las MYPES actuales de dicho rubro están representadas por adultos, que cuentan con mayor experiencia, esto se debe que la experiencia siempre debe abarcar para representar una empresa en donde tengan las cualidades y habilidades.

Sexo

El 52.6 % son mujeres, este resultado contrasta con los resultados encontrados por Otero (2013), donde el 70 % son de sexo masculino. Esto demuestra que actualmente las mujeres están representando en este tipo de rubro, debido a que son más carismáticas para la atención en dichas tiendas de abarrotes y tienen más paciencia para el desenvolvimiento en las labores de dichas MYPES.

Grado de Instrucción

El 52.6 % tienen un grado instrucción hasta secundaria, este resultado contrasta con los resultados encontrados por Jiménez (2013), donde el 60 % tienen un grado de instrucción de instituto. Esto demuestra que los representantes no poseen un grado de instrucción adecuado, debiéndose a que algunos de los representantes han seguido el ciclo familiar de dicho negocio, de modo que es tradicional en una parte de la cultura familiar de suceder a los padres; esto dificulta la capacidad para poder dirigir dichas MYPES por falta de conocimiento.

Tabla N° 2

Periodo de Actividad

El 47.4 % tienen un periodo de actividad de 5 a más años, este resultado coincide con los resultados encontrados por Otero (2013), donde el 100 % se dedica al negocio por más de 3 años. Esto demuestra que las MYPES de venta de abarrotes tienen años de actividad, están posicionados en el mercado; esto se debe a que poseen una variedad de productos, brindan una cálida atención a su cliente y existe una buena relación de propietario - consumidor.

N° de Trabajadores

El 52.6 % tienen de 1 a 3 trabajadores, este resultado coincide con los resultados encontrados por Jiménez (2013), donde el 60 % tienen colaboradores permanentes. Esto demuestra que las MYPES con el pasar del tiempo cuentan con colaboradores establecidos, en donde se identifican con dichas MYPES, para poder desarrollar sus actividades en el mercado; eso es primordial porque la atención es parte fundamental para fidelizar al consumidor.

Tabla N° 3

Alguna vez se ha Capacitado

El 73.7 % de los representantes no se han capacitado. Este resultado contrasta con los resultados por Jiménez (2013), donde el 60 % si se capacitaron en los últimos años.

La capacitación es una herramienta eficaz y de resultados en el trabajo (Arteaga 2011). Esto demuestra que ignoran la capacitación como medio de apoyo para desarrollar sus actividades, debiéndose a que confían de la demanda y la falta de tiempo para optar por capacitarse, esto es una causa o un factor para que las MYPES no puedan desarrollarse en este mercado tan competitivo y demandante. Y que los representantes dejan de lado la importancia de la capacitación en donde en un futuro no sean capaces de resolver problemas.

Concepto de la Capacitación

El 73,68% consideran que es un gasto. Este resultado contrasta con los resultados por Jiménez (2013), donde el 70% consideran que la capacitación es una inversión y Otero (2013), donde el 70% consideran que la capacitación como empresario es una inversión. Para Reyna (2009), **la capacitación es una técnica de formación**. Demuestra que los representantes anteriormente al capacitarse valoraban la aplicación de este término como una técnica de formación; trayéndoles beneficios para sus MYPES, y que actualmente han tenido una mala experiencia, puesto que al decir que es un gasto es porque han experimentado o siguen viviendo en la incertidumbre; rechazando los beneficios de esta variable y el valor de los beneficios de incentivarse con una capacitación.

En qué temas se ha Capacitado

El 73,7 % mencionan que no se han capacitado en ningún tema. Este resultado contrasta con los resultados por Otero (2013), donde el 60 % se capacito en prestación de mejor servicio. Para Carrillo (2012), **la capacitación ayuda a lograr objetivos (personales - organizacionales), y mejora el desarrollo de las funciones laborales**. Demuestra que existe poco interés en capacitarse y que no valoran a sus clientes puesto que brindan una atención rutinaria; en donde tanto como el representante no va a poder elevar su nivel personal, menos elevar su productividad de comercialización. Esto se debe a que algunos poseen estudios pensando que el tema capacitación no es tema de beneficios.

Apoyo de capacitación de alguna entidad tanto pública o privada

El 73,7 % mencionan que no han recibido apoyo de capacitación de alguna entidad tanto pública o privada. Este resultado coincide con los resultados encontrados por Bravo (2013), donde el 50% no han recibido capacitación por ninguna entidad. **Las MYPES son importantes, son el motor potencial de desarrollo económico para el Perú (Pymes Peruanas, 2013)**. No existe interés de capacitarles por partes de dichos entes para con estas MYPES. Estas representan una fuente de ingresos para el País, donde solo se menciona su aporte dentro de la economía y los puestos de trabajos que generan pero que

son olvidadas y marginadas, concluyendo que no brindan capacitación por medio de alguna entidad.

Apoyo de capacitación al personal de alguna entidad pública

El 73,7 % mencionan que no reciben apoyo de capacitación al personal de alguna entidad pública. Este resultado coincide con los resultados encontrados por Méndez (2014), donde el 53% de los representantes de las MYPES encuestadas manifestaron que sus trabajadores si recibieron capacitación por parte de la Cámara de comercio y del Centro de investigación Arte, Moda y Cultura (CEPICAM). **Las MYPES están representadas por el Ministerio de Trabajo, ente que regula las labores organizacionales (Pymes Peruanas, 2013).** Existe una ignorancia por parte de entes públicas para brindar una capacitación al personal de las MYPES de dichos rubros; en donde dichas MYPES están en un vacío en la mención de dicha ley.

Importancia de la capacitación

El 73,7 % mencionan que capacitarse no es importante y no contribuye ningún beneficio para la mejora en sus labores. Este resultado contrasta con los resultados por Méndez (2014), donde el 75 % cree que la capacitación que recibió mejoro la rentabilidad de su empresa en su totalidad. **Emprende Pyme (2015): la capacitación muestra resultados beneficiosos (internos y externos).** Demuestra que existe una ignorancia de capacitarse y de no traerles beneficios es por ello que muchas empresas requieren personal que ya hayan recibidos capacitaciones en temas específicos.

Temas de interés a capacitarse

El 78,9 % mencionan que les gustaría capacitarse en temas de ventas. Para **Valencia (2007), la capacitación mejora las actividades dentro de sus labores.** Demuestra que después de haberles encuetados han cambiado de opinión sobre la capacitación y que les gustaría capacitarse en ventas para mejorar las funciones en sus labores.

V. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas dedicados a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote, tienen una edad mayor de 35 años a más, pertenecen al sexo femenino, con un grado de instrucción secundaria.

La mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote, tienen un periodo de actividad de 5 años a más, tienen un número de 1 a 3 colaboradores.

La totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas, dedicadas a la venta de abarrotes en el mercado la Perla de la ciudad de Chimbote, no se han capacitado, consideran que es un gasto, no se han capacitado en ningún tema, no han recibido apoyo de ninguna entidad pública o privada, no reciben apoyo de capacitación al personal de alguna entidad pública, consideran que dicha variable no es importante, y que les gustaría recibir capacitaciones en ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arteaga, M. Y. (2011). Capacitación de Personal. Recuperado de <http://es.slideshare.net/leidymendezarteaga/capacitacion-de-personal-7690284>

Bravo, A. (2013). Caracterización de la capacitación y formalización de las MYPES del sector comercio - rubro ventas de prendas de vestir, distrito de Chimbote, año 2013”. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Colina, J; Giordano, O & Ann M. (2011). Infomes de la Economía Real. Recuperado de Empleo y Desarrollo Social:

http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo81/files/Boletin_Empleo_32_Septiembre_2011.pdf

Carrillo, J. (2012). Objetivos y Funciones de la Capacitación. Recuperado de <http://es.slideshare.net/yezka-s-yeye/objetivos-y-funciones-de-la-capacitacin?related=1>

Delgado, R & Serna, H (2007). La capacitación en las Pequeñas y Medias Empresas (PYMES) de Mexico. Recuperado de eumed.net:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/shdr.htm>

Emprende Pyme, (2015). Beneficios de la capacitación para los empleados. Recuperado de Emprende Pyme: <http://www.emprendepyme.net/beneficios-de-la-capacitacion-para-los-empleados.html>

Emprende Pyme. (2015). Beneficios de la capacitación para las empresas. Recuperado de Emprende Pyme: <http://www.emprendepyme.net/beneficios-de-la-capacitacion-para-las-empresas.html>

Guatemala, T. (2012). Capacitación Sector Administración. Recuperado de:

<http://www.tecoloco.com.gt/blog/capacitacion-sector-administracion.aspx>

Jiménez, B. (2013). Caracterización del financiamiento, la capacitación, y la rentabilidad de la MYPES del sector comercio, rubro abarrotes del distrito Chimbote, año 2013. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Ley 30056. (2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

LEY N° 28015. (2013). Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa.

Matute G; Albújar H; Janampa L; Odar R & Osorio M. (2008), Esan ediciones, Sistema nacional de capacitación para la MYPE peruana. pág. 13 7 68. Recuperado de: http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/04/28/sistema_nacional_de_capacitaci%C3%B3n_mype_peruana.pdf.

Méndez, V. (2014). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro venta minorista del producto calzado del distrito el porvenir, año 2014”. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

OSCE. (2012). MYPES sureñas son capacitadas en ventas al estado. Recuperado de Chimbote en línea: <http://chimbotenlinea.com/economia/19/07/2013/mypes-sureñas-son-capacitadas-en-ventas-al-estado>

Otero, A. (2013). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro bodegas del distrito de comas provincia de lima- período 2012 – 2013. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

PRODUCE, (2012). Crece Mypes. Recuperado de empresario Mypes:

<http://www.crecemype.pe/portal/index.php/even/255-produce-trabajo-en-el-fortalecimiento-de-competencias-tecnico-productivas-y-de-gestion-de-640-mype-en-15-regiones-del-pais>

Pymes Peruanas, (2013). Apoyando a la Pequeña y Mediana Empresa. Recuperado de Importancia de las Mypes en el Perú:
<http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.htm>

Silva, S (2014). “Caracterización de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro venta de ropa para damas del distrito de Chimbote, año 2014”. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Vizcarra, N.R (2009). Importancia de la Capacitacion para las Mypes. Recuperado de Mundo Pyme: <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167>

Valencia, J. R. (2007). Administracion Moderna de Personal. Recuperado de Importancia y Tipos de Capacitacion:
<http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE|CX3003100097&v=2.1&u=unad&it=r&p=GURL&sw=w&asid=feb0e4a2def87586fc1159fce3cfa7d2>

Silíceo, A (2007). Capacitación y desarrollo de personal, cuarta edición, Ed. Limusa, México.

ANEXOS

ANEXO 01: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	SEMANA									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mejoramiento y aprobación del proyecto de tesis			x							
Mejoramiento del informe final de tesis				x						
Revisión y corrección del estadístico					x	x				
Revisión y corrección de estilo						x	x			
Enviar a la comisión										
Pre banca								x		
Empastado del informe de tesis									x	
Sustentación de tesis										X

ANEXO 02: Presupuesto

ACTIVIDADES	COSTO
Útiles de oficina	S/. 20.00
Pasajes	S/.20.00
Impresiones	S/.12.00
Copias	S/.8.00
Luz eléctrica	S/.15.00
Internet	S/.30.00
TOTAL	S/.105.00

FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo y elaboración del presente trabajo de investigación, fue autofinanciado por el estudiante.

ANEXO 03: Relación de las MYPES encuestadas

MYPES DEDICADAS A LA VENTA DE ABARROTÉS EN EL MERCADO LA PERLA CHIMBOTE-2013	
MYPES	DIRECCIÓN
Comercial: Abanto	Mercado la Perla
Negocios: Hilda	Mercado la Perla
Comercial: Te Invito a Conocer a Dios	Mercado la Perla
Comercial: Dios te Ama	Mercado la Perla
Comercial: Paredes	Mercado la Perla
Comercial: El Chino	Mercado la Perla
Comercial: Leymara	Mercado la Perla
Comercial: Maribel	Mercado la Perla
Comercial: Rosita	Mercado la Perla
Comercial: Mishel	Mercado la Perla
Comercial: Aguirre	Mercado la Perla
Comercial: Viviana	Mercado la Perla
Comercial: Dulce	Mercado la Perla
Comercial: Rodríguez	Mercado la Perla
Comercial: Milagritos	Mercado la Perla
Comercial: Huguito	Mercado la Perla
Comercial: Cristo Te Ama	Mercado la Perla
Comercial: Aguilar	Mercado la Perla
Comercial: Claudia	Mercado la Perla

ANEXOS 04: CUESTIONARIO.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario, nos va a servir para el trabajo de tesis titulada: "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE ABARROTÉS EN EL MERCADO LA PERLA DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE DEL 2013. Para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración.

Agradecemos que sea honesto y nos diga la verdad, para poder utilizar la información con respecto a la capacitación en sus MYPES.

Marca con una (X) la respuesta correspondiente:

I. INFORMACIÓN DEL REPRESENTANTE DE LA EMPRESA

1.- ¿Su edad promedio es?

a) 18 a 25 b) 26 a 34 c) 35 a más

2.- ¿Género?

a) Masculino ()

b) femenino ()

3.- ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a) Primaria ()
- b) Secundaria ()
- c) Estudios técnicos ()
- d) Estudios superiores ()
- e) Sin instrucciones ()

II. INFORMACIÓN DE LAS MYPES

4.- ¿Cuántos años de existencia tiene su MYPE en el mercado?

- a) 1 a 2 años ()
- b) 3 a 4 años ()
- c) 5 a más ()

5.- ¿Con cuanto personal cuenta su MYPE?

- a) 1 a 3 ()
- b) 4 a 6 ()
- c) 7 a 9 ()
- d) 10 a más ()

III. INFORMACIÓN SOBRE LA VARIABLE DE ESTUDIO

6.- ¿Alguna vez se ha capacitado?

- SI ()
- NO ()

7.- ¿Considera usted que la capacitación es?

- a) Un gasto
- b) Una Inversión

8.- ¿Si usted se ha capacitado en tema o temas ha recibido dicha

¿Capacitación?

- SI ()
- NO ()

9.- ¿Alguna vez has recibido apoyo de alguna entidad pública o privada para

ser capacitada?

SI () NO ()

10.- ¿De qué institución pública recibe apoyo en la capacitación de la empresa?

- a) Gobierno Regional () b) Gobierno Municipal ()
- c) Universidades Estatales ()
- d) otros.....

11.- ¿Usted considera que la capacitación es importante por qué?

- a) Mejora la imagen ()
- b) Mejora rentabilidad ()
- c) Mejora la productividad ()
- d) Todas las anteriores ()
- e) Ninguna ()

12.- ¿En qué otro tema le gustaría capacitarse?

Especifique.....

ANEXO 05: FIGURAS

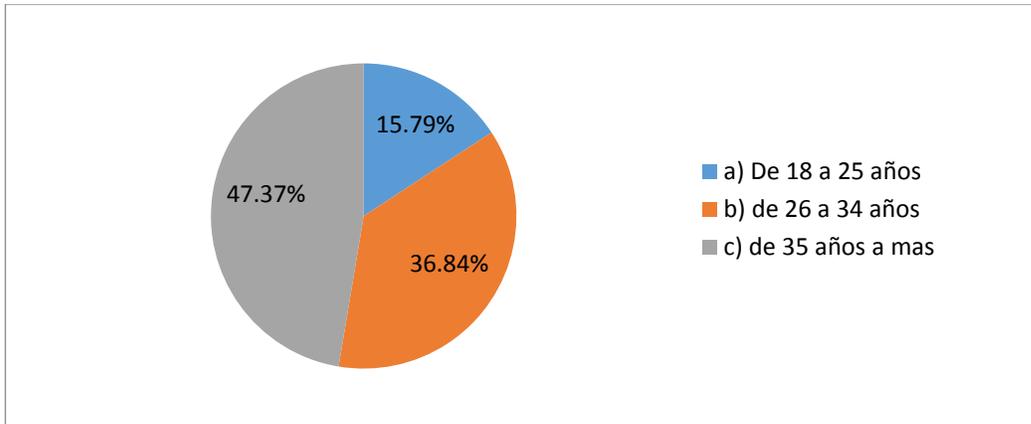


Figura N° 1: Edad

Fuente: tabla N° 1

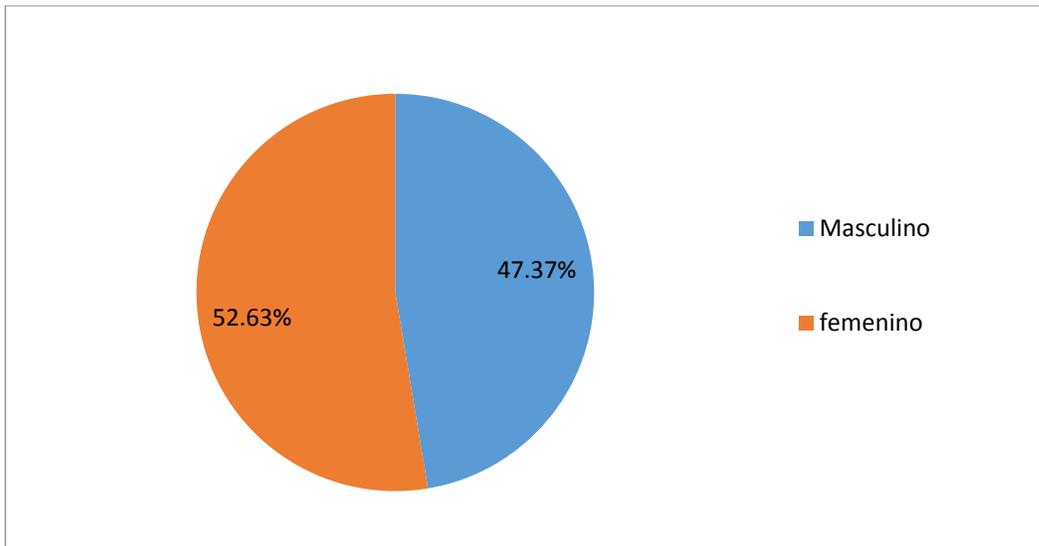


Figura N°02: Genero

Fuente: tabla N° 1

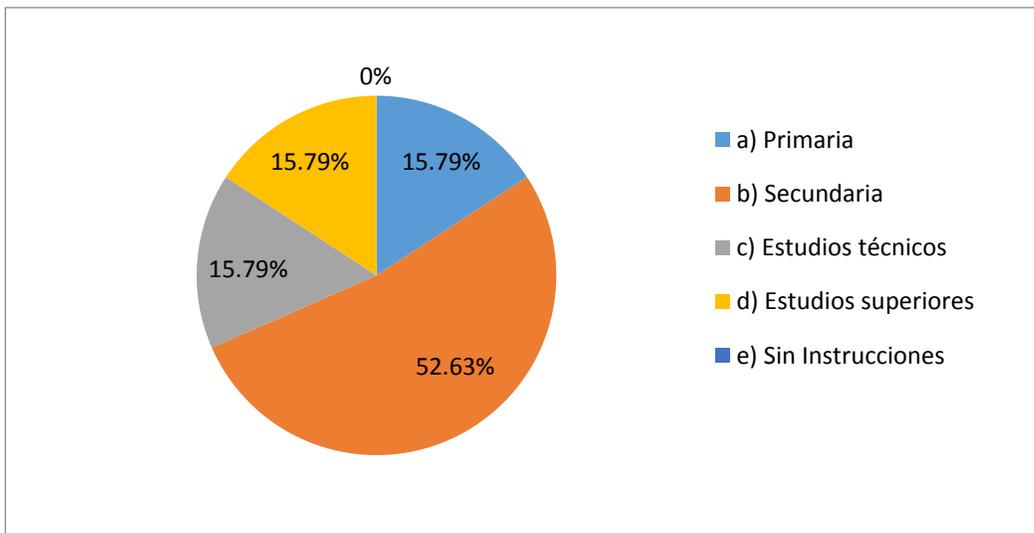


Figura N° 03: Grado de instrucción

Fuente: tabla N° 1

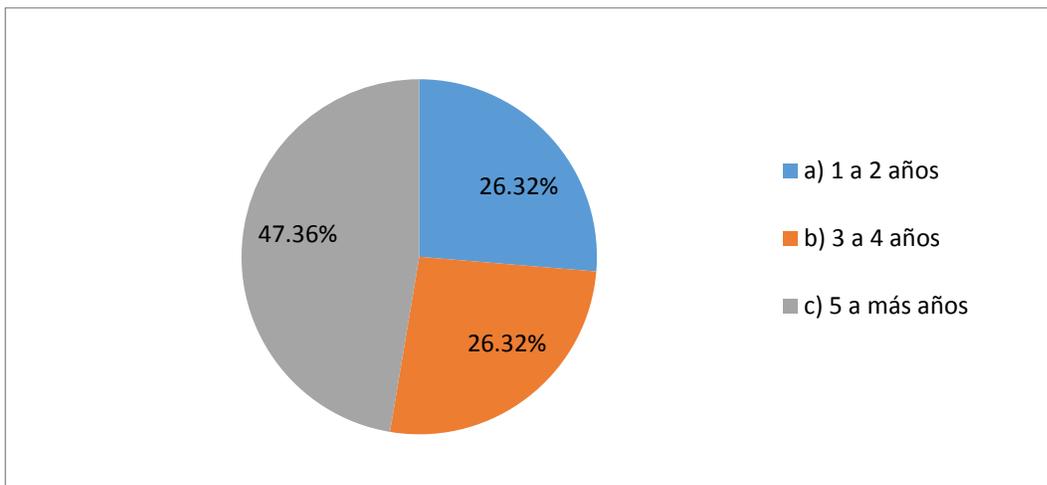


Figura N°04: Periodo de actividad

Fuente: tabla N° 2

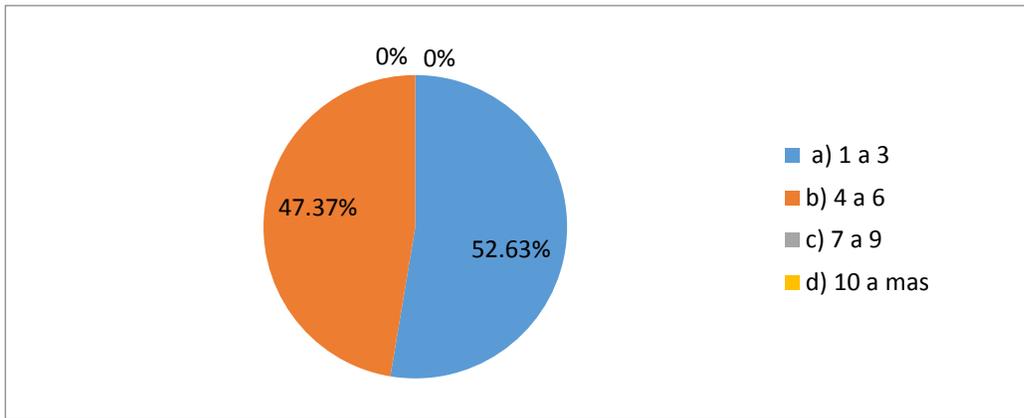


Figura N° 05: N° de colaboradores

Fuente: tabla N° 2

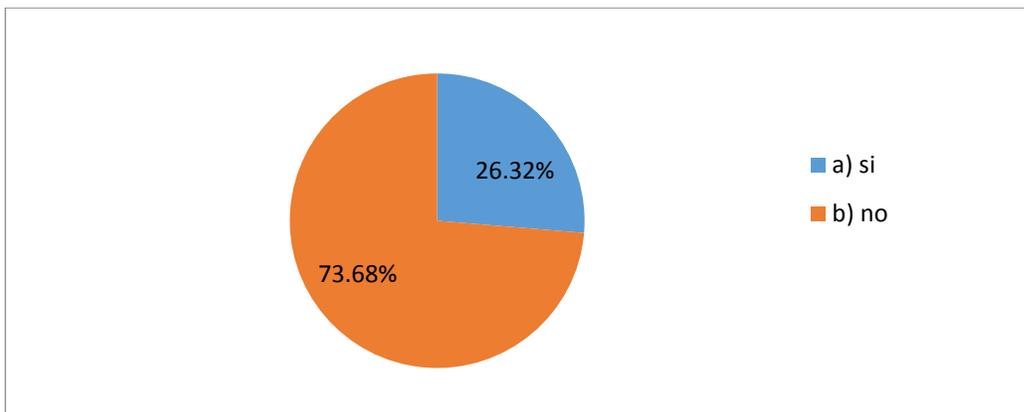


Figura N°06: Alguna vez se ha capacitado

Fuente: tabla N° 3

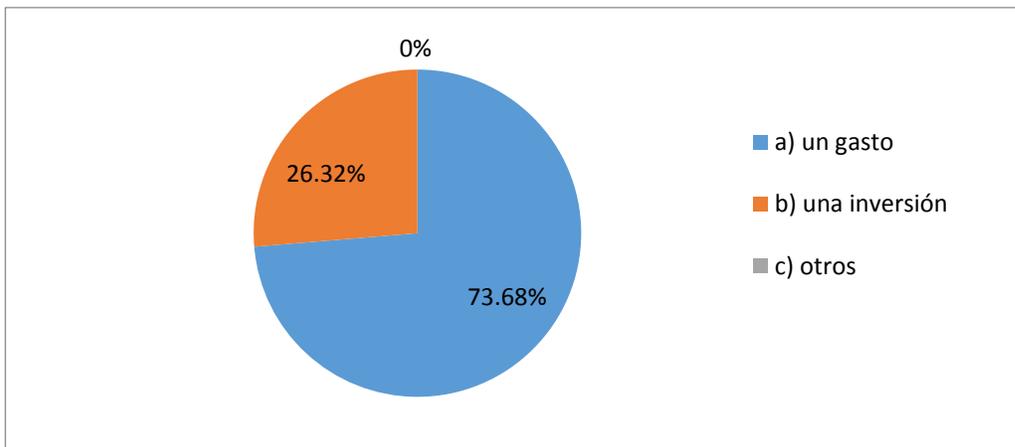


Figura N° 07: Concepto de la capacitación

Fuente: tabla N° 3

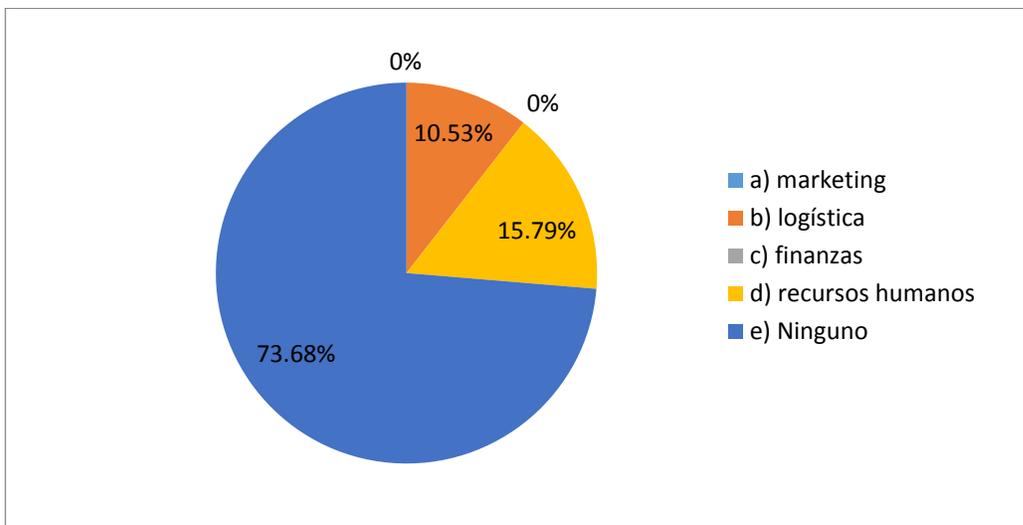


Figura N°08: Temas en que se ha capacitado

Fuente: tabla N° 3

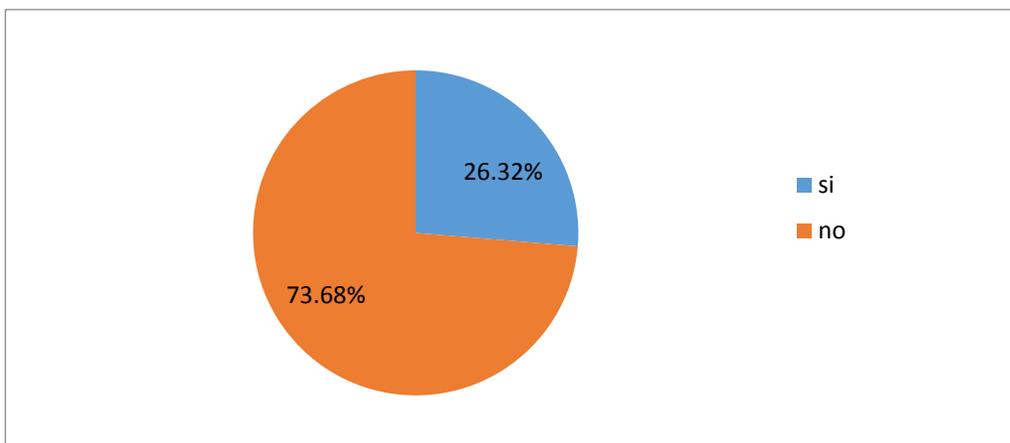


Figura N°09: apoyo de capacitación de alguna entidad P/P

Fuente: tabla N° 3

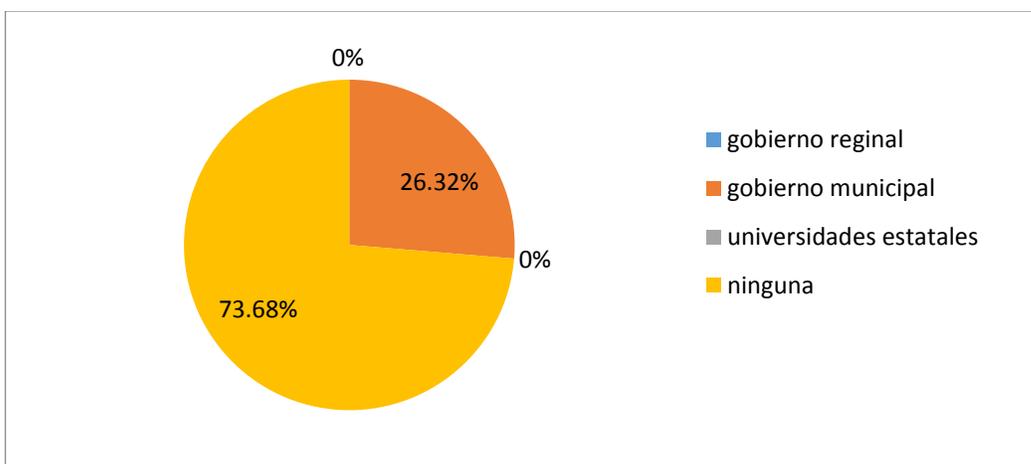


Figura N°10: Apoyo de capacitación del personal por una I/P

Fuente: tabla N° 3

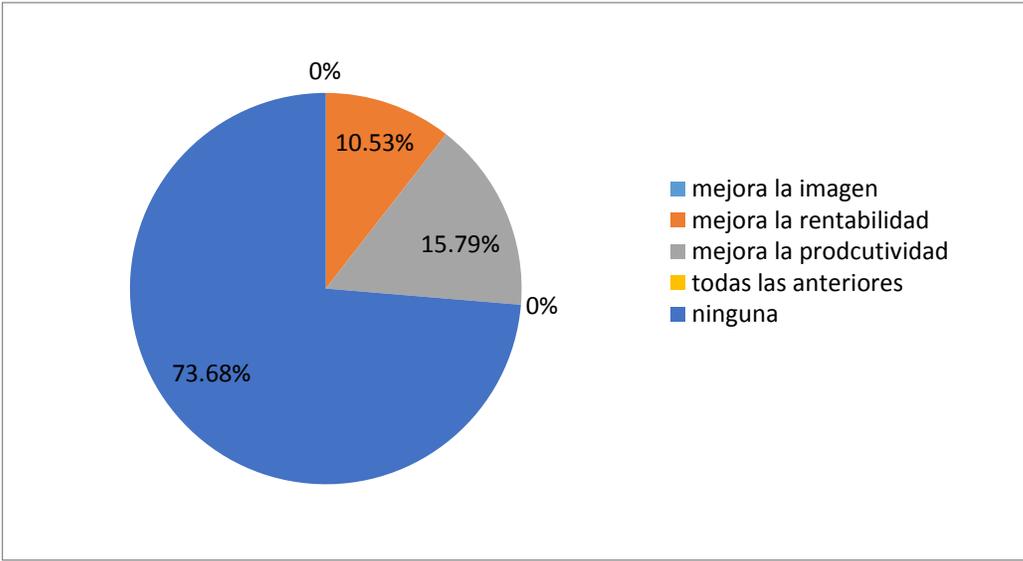


Figura N°11: Importancia de la capacitación

Fuente: tabla N° 3

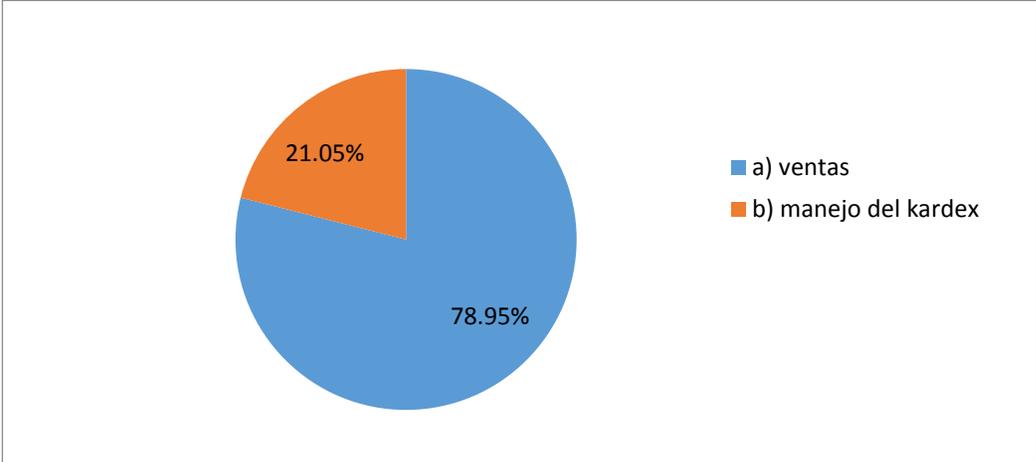


Figura N°12: Temas de interés a capacitarse

Fuente: tabla N° 3

ANEXO 06: Hoja de trabajo de tabulaciones

Pregunta	Respuestas	Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
I.-REPRESENTANTES DE LA MYPES				
1° ¿su edad promedio es?	a) De 18 a 25 años	III	3	15.8%
	b) De 26 a 34 años	III II	7	36.8%
	c) De 35 años a mas	III III	9	47.4%
TOTAL		19	19	100%
2° ¿Género?	Masculino	III III	9	47.4%
	Femenino	III III	10	52.6%
TOTAL		19	19	100%
3° ¿Cual su grado de instrucción?	a) Primaria	III	3	15.8%
	b) Secundaria	III III	10	52.6%
	c) Estudios técnicos	III	3	15.8%
	d) Estudios superiores	III	3	15.8%
	e) Sin Instrucciones			0%
TOTAL		19	19	100%
II.-INFORMACION DE LAS MYPES				
	a) 1 a 2 años	III	5	26.3%

4° ¿Cuántos años de existencia tiene su Mype en el mercado?	b) 3 a 4 años	III	5	26.3%
	c) 5 a más años	III III	9	47.4%
TOTAL		19	19	100%
5° ¿con cuánto personal cuenta su MYPE?	a) 1 a 3	III III	10	52.6%
	b) 4 a 6	III III	9	47.4%
	c) 7 a 9			0%
	d) 10 a mas			0%
TOTAL		19	19	100%
III.CAPACITACION				
6° ¿alguna vez ha capacitado?	a) Si	III	5	26.3%
	b) No	III III III	14	73.7%
TOTAL		19	19	100%
7° ¿considera usted que la capacitación es?	a) Un gasto	III III III	14	73.7%
	b) Una inversión	III	5	26.3%
	c) Otros			0%
TOTAL		19	19	100%
8) ¿si usted se ha capacitado en	a) Marketing			0%
	b) Logística	II	2	10.5%

que tema o temas ha recibido dicha capacitación?	c) Finanzas			0%
	d) Recursos humanos	III	3	15.8%
	e) Ninguno	III III III	14	73.7%
TOTAL		19	19	100%
9° ¿alguna vez ha recibido apoyo de alguna entidad pública o privada para ser capacitada?	Si	III	5	26.3%
	No	III III III	14	73.7%
TOTAL		19	19	100%
10° ¿de qué institución pública recibe apoyo en la capacitación del personal de la empresa?	a) Gobierno regional			0%
	b) Gobierno municipal	III	5	26.3%
	c) Universidades estatales			0 %
	d) Ningunas	III III III	14	73.7%
TOTAL		19	19	100%
11° ¿usted considera que la capacitación es	a) Mejora la imagen		0	0%
	b) Mejora la rentabilidad	II	2	10.5%

importante por qué?	c) Mejora la productividad	III	3	15.8%
	d) Todas las anteriores			0%
	e) Ninguna	III III III	14	73.7%
TOTAL		19	19	100 %
12° En que otros temas le gustaría capacitarse	a) Ventas	III III III	15	78.9 %
	b) Manejo de kardex	III	4	21.1 %
TOTAL		19	19	100 %