

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
RENTABILIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS SECTOR COMERCIO RUBRO
FERRETERÍAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2016**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO

AUTOR:

ROMERO VILLEGAS, SEGUNDO JAVIER

ORCID: 0000-0002-5595-6056

ASESOR:

QUIROZ CALDERON, MILAGRO BALDEMAR

ORCID: 0000-0002-2286-4606

TUMBES – PERÚ

2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
RENTABILIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS SECTOR COMERCIO RUBRO
FERRETERÍAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2016**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO

AUTOR:

ROMERO VILLEGAS, SEGUNDO JAVIER

ORCID: 0000-0002-5595-6056

ASESOR:

QUIROZ CALDERON, MILAGRO BALDEMAR

ORCID: 0000-0002-2286-4606

TUMBES – PERÚ

2023

Equipo de Trabajo

Autor:

Romero Villegas, Segundo Javier

ORCID: 0000-0002-5595-6056

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

Asesor:

Quiroz Calderón, Milagro Baldemar

ORCID: 0000-0002-2286-4606

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
ingeniería, Escuela Profesional de Contabilidad, Chimbote, Perú

Jurados de Investigación

Dr. Espejo Chacon, Luis Fernando

ORCID: 0000-0002-0762-4057

Mtgr. Montano Barbuda, Julio Javier

ORCID: 0000-0002-1620-5946

Mtgr. Soto Medina, Mario Wilmar

ORCID: 0000-0002-6880-1141

Hoja de firma del jurado y asesor

Dr. Espejo Chacón, Luis Fernando
Presidente

Mtgr. Montano Barbuda, Julio Javier
Miembro

Mtgr. Soto Medina Mario Wilmar
Miembro

Quiroz Calderón, Milagro Baldemar
Asesor

Agradecimiento

Le agradezco a cada uno de mis maestros por brindarnos sus conocimientos y acompañarme y guiarme a lo largo de mi carrera, por ser mi fuente de fortaleza en los momentos de debilidad y por darme una vida llena de aprendizaje, experiencia y sobre todo felicidad.

Le agradezco a mi esposa y mis hijos por apoyarme en este proyecto de mi vida y gracias a ellos que se está logrando.

Dedicatoria

En primer lugar le agradezco a mis padres por darme la vida, por la vida y salud y educación para poder para terminar unas de mis metas propuestas en la etapa de mi vida.

A mi esposa y a mis hijos por el apoyo incondicional, por brindarme las fuerzas y valor para culminar mi trabajo.

RESUMEN

El presente estudio intitulado tuvo como objetivo general: Describir las características de la capacitación y la rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. Para el desarrollo metodológico se utilizó los siguientes métodos: Por su naturaleza la investigación es cuantitativa, de tipo de descriptiva simple, con el diseño No experimental, de corte transeccional; se aplicó un cuestionario a una muestra de 51 colaboradores, donde, 9 son gerentes y de 42 trabajadores. De acuerdo a los objetivos los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que la capacitación de las MYPE del rubro ferretero en el distrito de Tumbes, 2016, se caracteriza por alcanzar un nivel Medio o Regular de sus docentes; la rentabilidad de las MYPE del rubro servicios ferretero en el distrito de Tumbes, en el año 2016, Se caracteriza por un nivel de percepción moderado a normal por parte del gerente.

Palabra clave: Capacitación, rentabilidad, MYPE.

ABSTRACT

The present study entitled had as general objective: Describe the characteristics of training and profitability in Micro and Small Companies of the Commerce Sector, hardware stores in the district of Tumbes, 2016. For the methodological development, the following methods were used: Due to its nature the research is quantitative, of a simple descriptive type, with a non-experimental design, of a transectional cut; A questionnaire was applied to a sample of 51 collaborators, where 9 are managers and 42 workers. According to the objectives of the results obtained, it was concluded that the training of the MYPE of the hardware industry in the district of Tumbes, 2016, is characterized by reaching a Medium or Regular level of its teachers; the profitability of the MYPE of the hardware services category in the district of Tumbes, in the year 2016, It is characterized by a moderate to normal level of perception by the manager.

Key word: Training, profitability, MYPE,

Contenido

Caratula.....	
Contra Caratula.....	ii
Equipo de Trabajo.....	iii
Jurado Evaluador y Asesor.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Contenido.....	ix
Indice de cuadros.....	xi
I. INTRODUCCION.....	12
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	15
2.1 Antecedentes.....	15
2.1.1 Internacionales.....	15
2.1.2 Nacionales.....	17
2.1.3 Regionales.....	19
2.1.4 Locales.....	21
2.2 Bases Teóricas.....	22
2.2.1 Teorías de la Capacitación.....	22
2.2.2 Teorías de Rentabilidad.....	23
2.2.3 Teorías de las Empresas.....	24
2.2.4 Teorías de las Micro y pequeñas empresas.....	27
2.2.5 Teorías del sector servicio.....	31
2.2.6 Teorías del sector económico.....	34
2.3 Marco Conceptual.....	37
2.3.1 Definiciones de capacitación.....	37
2.3.2 Definiciones de rentabilidad.....	37
2.3.3 Definiciones de empresa.....	38
2.3.4 Definiciones de Micro y pequeñas empresas.....	38
2.3.5 Definiciones de servicio.....	38
III. HIPÓTESIS.....	39

IV. METODOLOGÍA.....	39
4.1 Tipo de Investigación.....	39
4.2 Nivel de Investigación.....	39
4.3 Diseño de Investigación	39
4.4 Población y Muestra.....	40
4.5 Definición y Operacionalizacion de variables.....	41
4.6 Técnicas e Instrumentos.....	42
4.7 Plan de Análisis.....	42
4.8 Principios Éticos.....	43
4.9 Matriz de Consistencia	44
V. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	60
5.1 Resultados	60
5.1.1 Respecto al Objetivo Especifico 1.....	60
5.1.2 Respecto al Objetivo Especifico 2.....	60
5.1.3 Respecto al Objetivo Especifico 3.....	61
5.2 Análisis de Resultados.....	62
5.2.1 Respecto al Objetivo Especifico 1.....	62
5.2.2 Respecto al Objetivo Especifico 2.....	62
5.2.3 Respecto al Objetivo Especifico 3.....	63
VI. Conclusiones.....	64
6.1 Respecto al Objetivo Especifico 1.....	64
6.2 Respecto al Objetivo Especifico 2.....	64
6.3 Respecto al Objetivo Especifico 3.....	65
VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	74
7.1 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	66
ANEXOS.....	71
Anexo n° 01: Presupuesto.....	71
Anexo n° 02: Cuestionario de Recojo de Información.....	72
Anexo n° 03: Evidencias.....	75

ÍNDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

Tabla y grafico N° 1	La Micro y Pequeña Empresa Cuenta con RUC, La empresa dentro del rubro ferretero recibió usted, algún tipo de capacitación	46
Tabla y grafico N° 2	Con cuántos Trabajadores cuenta la Micro y Pequeña Empresa	47
Tabla y grafico N° 3	Capacitaciones Programadas	48
Tabla y grafico N° 4	Estrategias de acuerdo con los objetivos de la empresa	49
Tabla y grafico N° 5	Empresa relacionada ha realizado algún tipo de capacitación	50
Tabla y grafico N° 6	Cursos de capacitación en los últimos 3 años	51
Tabla y grafico N° 7	En qué año recibió más capacitación	52
Tabla y grafico N° 8	Mejoramiento de la rentabilidad de las MYPEs	53
Tabla y grafico N° 9	La Capacitación Mejoro La Rentabilidad Empresarial	54
Tabla y grafico N° 10	El Financiamiento mejoro la rentabilidad de las MYPEs	55
Tabla y grafico N° 11	La Empresa Está En Condiciones De Aumentar Sus Actividades Comerciales Por Ende El Aumento De Su Rentabilidad	56
Tabla y grafico N° 12	La Empresa Mejoro Su Rentabilidad De Acuerdo Al Crecimiento Esperado De Las Ventas	57
Tabla y grafico N° 13	La Empresa Ha Realizado Estudios De Mercado Que Le Permita Mejorar Su Rentabilidad	58
Tabla y grafico N° 14	Factores que influyen en la rentabilidad	59

I. Introducción

A nivel internacional, una de las principales dificultades que enfrentan las empresas es el acceso a financiamiento, según Organización de las Naciones Unidas (2018), señala que cerca del 90% de todas las empresas existentes no tienen acceso a financiamiento. Procedimientos complejos, lo que les imposibilita cumplir con los proyectos que tienen en el cronograma Por ello, de acuerdo a la ONU, hay un 90% de las MYPES no cuentan con acceso a los financiamientos.

Del mismo modo, el investigador español Sevilla (2020) señala que la rentabilidad es asumida por los beneficios que obtiene por la venta de sus productos o servicios, y que muchas estas empresas solo buscan sus beneficios, y no contribuyen con sus obligaciones con el Estado. De igual modo, describe que la rentabilidad se logra a través de la eficiencia que la empresa posee para poder obtener utilidades o ganancias y de esta forma se pueda conocer con exactitud las ganancias que está obteniendo de las ventas, y el cumplimiento de las obligaciones de la misma. Desde el punto de vista del costo financiero las micro y pequeñas empresas necesitan tener visión financiera, que tienen que ser analizados a través de conocimientos básicos y científicos por parte del personal que propone el sistema financiero, con la dinámica de alterar la obtención de la rentabilidad. Todo ello se hará realidad aprovechando el conocimiento de años de experiencia en la actividad que realizan y tener un desarrollo empresarial.

En el contexto nacional, COMEXPERÚ (2020) señala que las micro y pequeñas empresas en el Perú es un tema de enorme relevancia para desarrollo de la economía del país, éstas entidades aportan más el 50% del Producto Bruto Interno (PBI) y son las principales generadoras de empleo en la economía; asimismo, se conoce que muchas

de estas empresas no se encuentran formalizadas, por lo tanto, no contribuyen al fisco del Estado peruano.

Según González y Guerra (2022) en su artículo científico, señala que la inversión en los costos de capacitación del personal, es reversible, considerándose que los costos de la capacitación tienen efectos positivos en el desempeño de sus trabajadores y la disminución de costos afines a fallas y minimización de errores presentes en la organización. De tal manera, que el valor invertido en los cursos o talleres capacitación traería un aumento en las ventas (rentabilidad); de igual forma en la calidad del producto o servicio, además de la satisfacción del cliente.

Del análisis de la descripción de la realidad problemática desde los diferentes contextos, la región Tumbes, no es ajena a esta realidad, asumiendo que, con la aparición de la crisis sanitaria COVID- 19, muchas empresas cerraron sus negocios, tanto formales como informales. Actualmente, han surgido nuevas modalidades de ventas, tanto presenciales como online, muchas de estas empresas no se encuentran reconocidas en marco legal para su funcionamiento. Todo se debe a la falta de conocimientos, y criterios para la selección de personal que laborará en la empresa. Lo cual implica, que el desconocimiento sobre sus funciones y atención al público puede generar bajo nivel de rentabilidad. Desde este contexto la investigación es relevante, porque permitirá medir la relación entre las variables capacitación y la variable rentabilidad; además, es muy importante, recordar que actualmente operaban en el país 2 millones 734 mil empresas, 14.3% más que el número disponible en 2018, de las cuales más del 95% se encuentran dentro del esquema MYPE, es decir, que los pequeños negocios como zapaterías, restaurantes y bodegas, entre otros, concentran

la mayoría de las operaciones en el Perú (Alarcón, 2020), y se puede apreciar desde arriba que las MYPE juegan un papel importante en todo el proceso. Perú, las MYPE también brindan trabajo a millones de personas para el desarrollo económico.

Desde la perspectiva del análisis de la variable de estudio se formula la siguiente interrogante: Cuál es la Caracterización de la capacitación y la rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio rubro ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2016?

Asimismo, para responder a la interrogante, se plantearon los siguientes objetivos: como objetivo general: Describir las características de la capacitación y la rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio rubro ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2016.

De igual forma se formularon los objetivos específicos:

1. Describir las principales características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes. 2016
2. Describir las principales características de la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes. 2016
3. Hacer un análisis comparativo de las principales características de la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes. 2016

La Investigación Justifica que en la actualidad existe una gran discusión relacionada la importancia de mejorar los niveles de rentabilidad en las empresas emergentes, pues

la rentabilidad es una variable fundamental dentro de la productividad de una empresa. Al existir dicha variable en una empresa, la imagen que proyecta es la de un manejo adecuado y responsable de los recursos humanos, económicos y materiales en general. Por lo tanto, es importante medir las medias de la variable capacitación y rentabilidad, para determinar y generar un nuevo concepto de la relación de las variables de estudio.

Asimismo, la investigación se justifica porque permitirá conocer y describir las principales características de la capacitación, y la rentabilidad de la micro y pequeñas empresas sector comercio rubro ferreterías del distrito de Tumbes. Por ello la importancia y la justificación de este trabajo estriban en que los resultados que se obtengan en la presente, servirán para que otras empresas puedan tener un punto referencial para poder medir la rentabilidad y sus relaciones con el aspecto de capacitación del personal.

De igual forma, la investigación se justifica porque desde el punto de vista metodológico se elaborará y proporcionará un nuevo instrumento de medición (cuestionario) para el recojo de información de otros trabajos similares a realizarse en otras empresas; asimismo, el presente trabajo de investigación servirá como antecedente y base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por estudiantes de Administración en esta u otras universidades.

II. Revisión de Literatura

2.1 Antecedentes

2.1.1. Internacionales

Abreo y Coloquinga (2022) en su tesis intitulada: “Capacitación y su incidencia en el desempeño laboral del personal de la Ferretería “Bonilla” en el cantón La Maná,

2022”. El estudio tuvo como objetivo describir el nivel de relación de la capacitación y el desempeño laboral del personal de la organización. Investigación de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, de corte transversal, se aplicó un cuestionario a 34 trabajadores. Los resultados señalan que, existe precaria capacitación, generando efectos negativos en su labores y producción, debido a falta de habilidades y conocimientos en su desempeño del trabajo afectando de esta forma la productividad de la empresa. Las conclusiones determinaron que el 79,40% de los trabajadores indican que no se desarrollan frecuentemente capacitaciones; además, no se cuenta con los recursos necesarios y las herramientas y metodologías específicas para mejorar el desempeño en el personal. Después de la capacitación, el 100% de los trabajadores consideran que han mejorado sus conocimientos y sus habilidades, manifestando que la capacitación debe ser constante y que le va a otorgar mayor desempeño en sus puestos de trabajo.

Illanes (2017) En su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en Chile”, para optar el grado de Magíster en Finanzas de la Universidad de Chile, trabajo de investigación tuvo como objetivo describir la situación financiera de las PYMES chilenas, el estudio parte del estudio de las variables cualitativas de la dirección de la empresa, y se llega a las siguientes conclusiones: Que los factores que inciden en el Rendimiento obtenido de las empresas de la muestra en el año 2014, 2015 y 2016 según longitudinal de la encuesta, si el gerente general es socio, tiene un impacto positivo en el Rendimiento obtenido de las empresas, se espera que si el gerente general participa en la empresa, obtendrá mayores retornos debido a mayores incentivos monetarios, del mismo modo, llegamos a la conclusión de que las empresas con gerentes más educados tienen un efecto sobre

esto. El ROE es significativo pero negativo. Los efectos negativos del estudio pueden explicarse Mayor debido a la presencia de otras variables no controladas que son específicas del gerente, Como el nivel de condición física, el coeficiente intelectual y las habilidades blandas. Que no, Cuando los gerentes reciben capacitación durante todo el año, el ROE puede verse afectado positivamente por: Mayor eficiencia operativa y consistencia gracias a gerentes capacitados durante todo el año Incrementa las ganancias de tu empresa.

2.1.2 Nacionales

Mamani (2020) en su tesis intitulada: “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mype del sector comercio, rubro ferreterías – caso: ferreterías de la Av. Huancane del distrito de Juliaca – período 2018” el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Describir y determinar las principales características de la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías -caso: Ferreterías de la av. Huancané del distrito de Juliaca – San Román - Puno, período 2018. Para el artículo y desarrollo de la investigación realizada se pudo determinar el tema a tratar, así como también el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos , de los cuales se concluyeron las variables de estudio, las cuales a través de su operacionalización permitió elaborar una encuesta que se tomó como instrumento de trabajo para la obtención, determinación y análisis de los datos tomados mediante una muestra de 15 MYPES del sector comercio, rubro ferreterías caso: Ferreterías de la av. Huancané del distrito de Juliaca – San Román - Puno, período 2018; dicha muestra fue determinada de un universo de más de 15 empresas que laboran en el mismo giro de negocio. Respecto al resultado final de la averiguación permitió afirmar que las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio –

rubro ferretería caso: Ferreterías de la av. Huancané del Distrito de Juliaca, se considera que las MYPES poseen más de 2 trabajadores permanentes, la gran mayoría de los encuestados obtuvieron financiamiento de terceros, entidades bancarias y las MYPES encuestadas que recibieron capacitaciones los 2 últimos años consideran que es una inversión que es notable para su empresa. En rentabilidad se considera que si perfecciono en los últimos años.

Soto (2018) en sus tesis intitulada: “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, rubro Ferreterías, del distrito de Callería, 2017” el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Callería, 2017. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se trabajó con una población de 80 y una muestra de 72 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Con Respecto a los empresarios. De las microempresas encuestadas se establece que el 45.8 % (33) de los representantes de las micro empresas tienen de 38 a 50 años. El 63.9 % (46) de los representantes encuestados son del sexo masculino. El 41.7 % (30) de los microempresarios encuestados tienen primaria. El 65.3 % (47) de los de los representantes de la empresa tienen la condición de convivientes. Respecto a las características de las microempresas. El 40.3 % (29) de los representantes de la empresa tienen entre 11 a 15 años en el rubro. El 54.2 % (39) de las empresas tienen de 1 a 3 trabajadores. El 47.2 % (34) de las microempresas se formaron para obtener una mayor rentabilidad. Respecto al financiamiento. El 100% (72) de las

microempresas han sido financiados por terceros. El 69.4 % (50) de las microempresas han sido financiados por entidades bancarias. El 69.4 % (50) de las microempresas manifiestan que las entidades bancarias les otorgaron mayores facilidades. El 55.6 % (40) solicitó 1 vez crédito. Al 55.6 % (40) de las microempresas no les otorgaron el préstamo solicitado. El 68.1 % (49) les otorgaron créditos a largo plazo. El 47.2 % (34) de las vii microempresarios no recuerda la tasa de interés. El 62.5% (45) de las microempresas invirtió el crédito solicitado en capital de trabajo. Respecto a la capacitación. El 63.9 % (46) los representantes y/o gerentes no recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito. El 47.2 % (34) los representantes y/o gerentes recibieron capacitación en un curso. El 36.1 % (26) los representantes y/o gerentes se capacitaron en otros cursos. El 98.6 % (71) los trabajadores si recibieron capacitación. El 29.2 % (21) los trabajadores se capacitaron en otros cursos. El 63.9 % (46) los representantes y/o gerentes creen que la capacitación es una inversión. El 76.4 % (55) los representantes y/o gerentes manifiestan que la capacitación es relevante para la empresa. Respecto a la rentabilidad. El 80.6 % (58) los representantes y/o gerentes creen que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años. El 77.8 % (56) los representantes y/o gerentes creen que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento. El 76.4 % (55) los representantes y/o gerentes creen que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación.

2.1.3 Regionales

Jimenez (2021) en su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES sector comercio, rubro Ferreterías del distrito de Tumbes, 2017” el estudio tuvo por objetivo de indagación determinar la caracterización el financiamiento y rentabilidad de las MyPes sector comercio rubro ferreterías del distrito de Tumbes, 2017. Con un problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza el

financiamiento y rentabilidad de las MyPes sector comercio rubro ferreterías del distrito de Tumbes, 2017 Con una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, con una población de 3 MyPes dedicadas a ferreterías en el distrito de Tumbes, y una muestra de 3 propietarios de los establecimientos de investigación, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos, se concluyó los propietarios utilizaron financiamiento externo, mediante las instituciones bancarias, por poseer mayores montos, tasas cómodas y plazos superiores a los 5 años; permitiendo adquirir productos ferreteros, siendo estos productos de periodicidad corta, respecto a que los clientes los adquieren a diario; además que los propietarios incrementaron su rentabilidad, a nivel económica y financiera, el financiamiento de capital de trabajo genera que las características de rentabilidad y sus tipos tanto financiero como económico, aumentaron por ser MyPes pioneras y ya estar penetradas en la mente del comprador.

Zapata (2020) en su tesis titulada: “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes del rubro ferreterías del sector de Pampa Grande Tumbes, periodo 2018” la tesis está encaminada para las MYPES del rubro ferretero del sector de Pampa Grande Tumbes, por lo que se ha perfeccionado la siguiente problemática ¿Cuáles son las características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del rubro Ferreterías del sector de Pampa Grande – Tumbes, Periodo 2018?; también tiene como objetivo General en “Describir el financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del sector de Pampa Grande – Tumbes, Periodo 2018”, las variables seleccionadas es el financiamiento y la rentabilidad. La metodología de la investigación que se ha planteado es cuantitativa, su nivel es descriptivo y diseño no experimental. El cual la población y muestra está conformada por 4 MYPES, lo cual

se les aplicó como instrumentos de recolección de datos de la encuesta y observación directa; por lo que se les aplicó 17 interrogantes sobre el financiamiento y la rentabilidad y 4 preguntas sobre la descripción de la empresa, con ello obteniendo los siguientes resultados. Finalmente se determinó para poder hallar la problemática del 100 % (4) de las MYPES encuestados el 75% (3) deducen o manifiestan que la problemática para la obtención de su rentabilidad de sus empresas es la competencia. Es por ello que se desarrolló la estrategia del diseño de un modelo de organización de las MYPES del rubro ferreterías sector de Pampa Grande Tumbes que le permitan combatir y obtener rentabilidad; ya que presentan deficiencias en su manejo, información incorrecta en el área contable, no existen manuales y reglamentos que permitan un manejo adecuado de sus recursos y funciones. Esta oferta les permitirá descubrir y prevenir malos manejo económicos; estafas y los robos en las áreas de las empresas; y así se minimizar los riesgos de quiebras de empresas, por lo que a su vez admitirá un buen progreso de la rentabilidad y competitividad de las mismas.

2.1.4 Locales

Chavez (2016), en su tesis intitulada: Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad MYPES sector comercio rubro ferreterías Distrito de Tumbes, 2016; según su investigación concluye en que la relación a las condiciones del financiamiento el 80% de la aplicación de su encuesta que los apoderados o dueños consideran que las estrategias de inversión mejoran la rentabilidad en las empresas; invirtiendo los créditos otorgados la mayoría en compra de activos y mejoramiento de la infraestructura del local. Los orígenes del financiamiento el 20% de MYPE recurren al financiamiento externo (terceros); igualmente que el 75 % utilizan el financiamiento ajeno para sus empresas.

Sobre respecto los tipos de rentabilidad es que en su totalidad utilizan la rentabilidad financiera como un punto de vista en sus empresas. En situación a las estrategias de rentabilidad que el 44% emplea las estrategias de la intervención en el mercado.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Teoría de la Capacitación

Según Bohlander y Snell (2018) se realiza la capacitación para perfeccionar las actividades y técnicas de la empresa que implican a los trabajadores, lo cual viene acompañado de sus destrezas y capacidades que ha adquirido en el lapso de su vida. Por lo tanto, los trabajadores requieren estar en constante capacitación para el progreso del trabajo en la organización.

2.2.1.1. Enfoque sistemático de la capacitación

Arias (2016) afirma:

Debido a que la Meta primaria de la capacitación es favorecer a las metas globales de la distribución, es preciso desarrollar programas que no pierdan de vista las metas y habilidades organizacionales. Por desgracia, muchas organizaciones nunca logran la conexión entre objetivos estratégicos y programas de capacitación (p. 217).

2.2.1.2. Programa de capacitación

Es muy significativo este programa de capacitación ya que ayudara a fortalecer la responsabilidad al trabajador por ende entenderse en el mismo lenguaje y tener una cultura de seguridad y salud laboral (Ministerio de Salud del Perú [MINSA], 2014) es un elemento importante que está orientado al personal de la empresa, a contribuir con el conducta, que menciona en su tesis como fortalecer o lograr un cambio de cultura (MINSA, 2014)

2.2.2. Rentabilidad

2.2.2.1. Teorías de Rentabilidad.

En ese sentido, Gitman y Zutter (2012) sostiene que es el artículo para apreciar los beneficios de una entidad con respecto a las ventas realizadas por la empresa, con el objetivo de calcular el ingreso según a lo invertido (p.15), es decir, este es el proceso de evaluar el rendimiento de una inversión a lo largo del tiempo. En resumen, las ganancias se utilizan para el comercio y la inversión. Esta es una buena métrica o métrica para calcular la capacidad de una empresa para obtener ganancias de un negocio o fondo mutuo.

2.2.2.2. Importancia de la rentabilidad

Argüelles et ál., (2017), la rentabilidad es que al examinarla, los administradores, empresarios, socios puedan tomar decisiones correctas para crear mayores beneficios económicos y poder seguir haciendo negocios en el mercado.

2.2.2.3. Tipos de rentabilidad. Los tipos de rentabilidad son:

La rentabilidad económica.

El rendimiento económico se refiere a la utilidad generada por los activos de una entidad durante un período de tiempo si se liberan sus recursos financieros, y la interpretación más común es que la utilidad económica se considera una medida del valor de los activos de una entidad para determinar cómo obtener decisiones de fondeo que permitan la metáfora del beneficio entre empresas sin diferencias de estructuras financieras diferentes, desafíos que no pueden

negarse por el símbolo de beneficio liquidez total evalúa la eficiencia de la entidad en el uso de las inversiones que tendremos: estructuras financieras diferentes, desafíos innegables en la prueba de interés, influir en las decisiones de rentabilidad (Gitman y Joehnk, 2005).

Rentabilidad financiera.

Generalmente son aquellos beneficios económicos adquiridos a partir de los recursos propios e inversiones realizadas (Gitman y Joehnk, 2005).

2.2.3. Teorías de las empresas

Según Morales (2021). Las microempresas son un tipo de organización. Obtuvo su nombre debido a su tamaño reducido en comparación con otro tipo de empresas en Europa, Las microempresas son empresas con menos de diez empleados. En términos de ingresos, para ser considerada una microempresa, la facturación anual debe ser inferior a 2 millones de euros.

Asimismo, Reyes (2017) en su revista habla al respecto que la empresa, de acuerdo con el término de los derechos de MYPE, se entiende como: La Mecanismo Económico en la Tercera Clase es un elemento económico en virtud de la Ley del Impuesto sobre la Renta de un propósito favorable. Después de eso, una persona física tiene negocios, también conocida como unipersonal por una empresa o una entidad jurídica, como EIRL, Sociedad Civil, una sociedad colectiva, una compañía de responsabilidad limitada, una empresa anónima abierta expandiendo limitada, entre otras cosas, puede calificar para MYPE. En contraste, un hombre natural no tiene negocios, asociaciones, fondos, organizaciones estatales, organizaciones religiosas, autoridades nacionales, regiones o localidades, agencias diplomáticas, una

universidad nacional, profesional y comisión, ingresaron, entre otras cosas, no pueden calificar para MYPE.

2.2.3.1.Importancia de la empresa.

según Porparato (2018) La empresa combina los elementos esenciales de la producción: inteligencia, organización y responsabilidad. Sus ventajas son importantes para:

Promover el desarrollo económico del país

Promover el progreso humano implica la autopercepción de los miembros.

Alinearse con los intereses de los empleados, consumidores, accionistas y directivos.

Proporcionar fuente de trabajo.

Contribuir al crecimiento y desarrollo del país mediante la generación de producción, inversión y empleo hacer un buen negocio

Promover el uso de la tecnología.

2.2.3.2.Objetivo de la empresa

Rus (2020) señala que el objetivo de la empresa es según su condición o situación que la empresa pretende lograr en el futuro utilizando los recursos existentes y predecibles.

Entonces se puede decir que en el objetivo serán lo que la empresa quiere

llegar, la situación que quieres o la meta que quieres cumplir. Por otro lado, la empresa necesita saber qué se necesita para conseguirlos, dinero, activos, etc. De esta forma, la empresa decide hacia dónde quiere ir y por qué camino.

2.2.3.3.Clasificación de las empresas

Reyes (2017) Señala en este punto debemos señalar que de conformidad con lo dispuesto en la tercera reforma provisional de la Ley N° 30056, así como la

segunda reforma provisional de la Ley MIPYME N° 30056 de la Ley N° 30056 para sociedades previamente constituidas, a cuyo efecto se rige por la Ley Núm. 1086 Restricciones a los Requisitos de Acceso al Sistema para las Micro y Pequeñas Empresas establecidas en la Ley Núm. la ley. Por lo tanto, es necesario referirse a los requisitos de ingreso al RLE para las MYPE de acuerdo con la Ley MYPE y la Ley MIPYME respectivamente.

2.2.3.4. Tipos de empresas

Danielmc (2019) en su blogs no dice que en el Perú, hay varios tipos de empresas con diferentes regímenes fiscales y métodos de configuración. Si coloca una empresa en su plan, primero debe evaluar qué forma o cara (natural o legal) inicie su empresa y qué tareas desea proponer de acuerdo con el legado del amigo. Por lo tanto, lo invitamos a aprender en el siguiente artículo sobre los tipos de empresas en Perú.

Pequeñas empresas: emplean entre 11 y 49 empleados, sus objetivos son el lucro y la independencia, su trabajo no es altamente especializado, sus operaciones no son intensivas con el capital y los recursos financieros del apellido límite.

Empresas medianas: Son empresas de 50 a 250 empleados, a menudo funcionales y responsabilidades claras comúnmente, tienen sindicato.

Grandes empresas: Son empresas con más de 250 empleados, la mayoría de las cuales tienen sus propias fábricas, alto volumen de ventas y empleados adscritos a sindicatos.

Sociedad Anónima (S.A.): La empresa tiene al menos 2 accionistas; Su organización debe configurarse de la siguiente manera: Asamblea General de Accionistas, Directorio y Directorio. (Lira, 2019).

Sociedad Anónima Cerrada (SAC): Sociedad con un máximo de 20 accionistas, su organización debe definirse de la siguiente manera: junta general de accionistas, junta directiva, junta directiva. (Lira, 2019).

Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.): En esta sociedad hay mínimo 2 y máximo 20 accionistas: su organización suele ser una pequeña empresa familiar. (Lira, 2019)

Empresario individual con responsabilidad limitada (E.I.R.L.): una empresa con al menos 1 socio o accionista en su organización con una persona que actúa como director general y socio. (Lira, 2019).

Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.): Empresa con al menos 750 accionistas, su organización debe definirse de la siguiente manera: Asamblea General de Accionistas, Directorio y Junta Directiva. (Lira, 2019)

2.2.4. Teoría de las Micro y Pequeñas Empresas

En el diario (El Peruano, 2022), señala Se trata de la Ley N° 28015 - De Promoción y Regulación de la Micro y Pequeña Empresa, en sus Términos. 2 sobre la definición de pequeñas y microempresas menciona: Las pequeñas y microempresas son unidades económicas integradas por personas naturales o jurídicas. Según la ley aplicable, una persona bajo la dirección de cualquier forma de organización o negocio se proporciona con el fin de realizar actividades que extraen, procesan, fabrican, venden o prestan servicios a productos químicos, Normas. 4 también establece que el estado promueve un entorno propicio a través del gobierno nacional, regional y local. crear un marco normativo y fomentar la inversión privada, crear o promover la prestación de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles organizacionales,

gerenciales, tecnológicos y productivos y la expresión comercial de las MYPE, desarrollar una política que permita a las organizaciones y asociaciones empresariales promover el crecimiento sostenible del empleo; Así mismo el art. 9 del reglamento establece que los gobiernos locales establezcan Consejos Regionales de MYPE en cada distrito para promover el desarrollo de las MYPE en su área geográfica, formalización y competitividad, así como con planes y procedimientos nacionales, de conformidad con los lineamientos establecidos en los artículos. 5 de esta acción

Emprender (2019) Menciona que las micro y pequeñas empresas son entendidas como unidades económicas integradas por personas naturales o jurídicas, las cuales pueden tener cualquier forma de organización, tal como se define en la ley vigente y cuyo objeto es convertir, producir, extraer, prestar, y bienes de mercado.

2.2.4.1. Características

Admintx (2021) Manifiesta que las micro y pequeñas empresas difieren en contenido y forma. Ambos se rigen por la ley peruana MYPE y disponen lo siguiente:

a) El número total de trabajadores:

Microempresas de uno (1) a diez (10) trabajadores. Una pequeña empresa con uno (1) a cien (100) empleados.

b) Niveles de ventas anuales:

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes, categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas hasta 150 unidades gravables (UIT) por año.
- Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT, sujetas a una tasa impositiva máxima de 1.700 unidades (UIT).
- Medianas empresas: ventas anuales de más de 1700 UIT y hasta 2300 UIT.

2.2.4.2.Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE)

Este es el registro donde las micro y pequeñas empresas (MYPE) pueden aplicar para disfrutar de los beneficios de la Ley MYPE.

Podrán participar en la EXCLUSIÓN las micro y pequeñas empresas, ya sean personas naturales o jurídicas, que se especialicen en actividades tales como minería, conversión, manufactura, comercialización de bienes o prestación de servicios. También deben tener al menos un empleado.

Las empresas de bares, discotecas, casinos y juegos de azar no tienen acceso a este registro. Las empresas de bares, discotecas, casinos y juegos de azar no tienen acceso a este registro.

Si tu negocio no supera las 150 UIT en ventas anuales, es una microempresa.

Si las ventas anuales están entre las 150 y 1700 UIT, es una pequeña empresa (MEF, 2023).

2.2.4.3.Objetivos

Que según Saldaña (2020) explica que el objetivo es brindar información sobre las fortalezas, debilidades y limitaciones que pueden enfrentar las empresas para obtener financiamiento. Cabe señalar que las garantías y requisitos para utilizar la fuente de fondeo dependen más de su trayectoria en el mercado, historial comercial y endeudamiento. Se contribuye a:

- ✓ Aumentar las ventas

- ✓ recibir participación adicional del mercado
- ✓ Aumentar el número de vendedores.
- ✓ Desarrollarse
- ✓ Mantenerse en el tiempo.

Por otro lado, es cierto que el objetivo de la micro y pequeña empresa es impulsar y generar utilidades para que pueda crecer y operar en el mercado, eso es lo básico para que pueda aspirar a la estabilidad, empleo y crecimiento.

2.2.4.4. Tipos

Coll (2021) señala que, si bien los estándares varían de un país a otro, los diferentes tipos de empresas en todo el mundo son esencialmente iguales.

En este sentido hablamos de cuatro tipos y una clasificación especial:

Microempresa: Esta es la categoría que estamos discutiendo en este artículo.

Pequeña empresa: esta es una categoría que trasciende a la pequeña empresa.

En cuanto al personal, tienen menos de 10 empleados. Empresas medianas: debido a su mayor tamaño, entran en la categoría superior. Por empleado, normalmente tienen entre 50 y 250 empleados.

Grandes Empresas: Son empresas más grandes con más de 250 empleados o incluso más de 50.000 personas. La empresa multinacional más famosa que conocemos es un excelente ejemplo de una gran corporación.

2.2.4.5. Ley 28015.

Mamani (2021). Publicó que la Ley 28015, tiene como objetivo promover la capacidad de competir, formalizar y desarrollar micro y pequeñas empresas para aumentar los empleos sostenibles, eficientes y rentables, contribuyendo al

producto interno total, expandir el mercado interno y la exportación y contribuir a sus impuestos.

2.2.4.6.Ley 30056

Barbosa (2019) nos argumenta de cambios de acción con derechos diferentes para facilitar la inversión, Promover el desarrollo de la producción y el crecimiento empresarial (congreso. República de Perú, 2013). La ley requiere tratar de crear un marco legal. Proporcionar competitividad, formalización y micro desarrollo y Pequeñas empresas (MYPE) y pequeñas y medianas empresas (PYME) – agrupadas Se llaman MyPime, a través de la creación de políticas. Soporte general y avanzado; despertar Inversión privada, producción, mercado interno y externo, así como Otros políticos contribuyen al espíritu de negocios y permiten la mejora de las organizaciones. Negocios junto con un aumento continuo en estas unidades de negocios.

2.2.5. Teorías del sector Servicio

Núñez (2018) Nos menciona desde la perspectiva de la organización, la calidad en servicio es una guía. Realice un seguimiento de todos los recursos de la compañía para obtener la satisfacción del cliente. Incluye a todos los empleados, no solo aquellos con tratamiento directo de los clientes. La organización será un representante de una manera a nivel de calidad real o sentimiento, consumidores. Con esta reputación, esto será bueno si el servicio. La percepción como una alta calidad conduce a una mayor repetición de ventas. Algunos autores han identificado lo que se llaman modelos de descuento, En pocas palabras, hay una diferencia entre las expectativas y la conciencia de la calidad.

Por otro lado Sanchez (2018) señala que los servicios en el campo de la economía son una acción o un conjunto de actividades para satisfacer las necesidades de ciertos clientes, proporcionando una prueba invisible y productos personalizados. Se dice que el servicio heterogéneo porque la presencia en diferentes elementos rara vez coincide entre sí y a menudo se calcula y consulta a cada cliente. En otras palabras, no hay una gran cadena de producción porque sucede en la producción de productos básicos.

2.2.5.1.Funciones

Intangibilidad: Esta característica se refiere al hecho de que los servicios no se pueden ver, probar, tocar, oír ni oler antes de la compra, por lo que no pueden almacenarse ni colocarse en una vitrina para la compra por parte del comprador y el transporte. el caso de bienes o productos físicos). Por lo tanto, esta característica del servicio es la que genera mayor incertidumbre para los compradores debido a que no pueden determinar de antemano y exactamente qué tan satisfechos estarán después de contratar o comprar un servicio. Por ello, según Philip Kotler, para reducir su incertidumbre, los compradores buscan influir en la calidad del servicio. Hacen inferencias sobre la calidad en función de la ubicación, los empleados, el equipo, los materiales de comunicación, los logotipos y los servicios que ven. Entonces el deber del prestador de servicios es "gestionar las pruebas", "invisibilizar lo visible" (Thompson, 2017).

2.2.5.2.Objetivos

Lisboa (2019) señala que si entregamos este sistema a la organización, podemos definir el sistema de gestión de servicios como un modelo de procesos

que permite un control continuo de las operaciones, una mayor eficiencia, incorporando una cultura de mejora continua, mejorando el nivel de servicio prestado y asegurando que sea rentable. , servicio de alta calidad. La compañía es una organización de producción de productos básicos o proporcionando ganancias. Para trabajar correctamente y tener éxito en su mercado, debe tener procesos de planificación estratégica que le permitan lograr objetivos propuestos en un corto, medio o largo tiempo.

2.2.5.3. Clasificación

Software (2021) en su portal sugiere el nombre, las empresas de servicios producen y venden servicios a los clientes. En otras palabras, mientras una empresa fabrica y/o vende productos, lo que ofrece y considera a los clientes son cosas tangibles: productos terminados, materias primas, maquinaria, sistemas de montaje, complejos de lugares, edificios y estructuras, etc. Las empresas de servicios producen y venden activos intangibles.

2.2.5.4. Tipos

Nuñez (2018) Nos menciona desde la perspectiva de la organización, la calidad en servicio es una guía. Realice un seguimiento de todos los recursos de la compañía para obtener la satisfacción del cliente. Incluye a todos los empleados, no solo aquellos con tratamiento directo de los clientes. La organización será un representante de una manera a nivel de calidad real o sentimiento, consumidores. Con esta reputación, esto será bueno si el servicio. La percepción como una alta calidad conduce a una mayor repetición de ventas. Y una casa integrada que cubre a toda la organización (camisón, cruz y gonzález,). No disponible Sin embargo, esta es la calidad del punto de vista del

consumidor, que es responsabilidad de este. Algunos autores han identificado lo que se llaman modelos de descuento, En pocas palabras, hay una diferencia entre las expectativas y la conciencia de la calidad.

Por otro lado Sanchez (2018) señala que los servicios en el campo de la economía son una acción o un conjunto de actividades para satisfacer las necesidades de ciertos clientes, proporcionando una prueba invisible y productos personalizados. Se dice que el servicio heterogéneo porque la presencia en diferentes elementos rara vez coincide entre sí y a menudo se calcula y consulta a cada cliente. En otras palabras, no hay una gran cadena de producción porque sucede en la producción de productos básicos.

2.2.6. Teoría de los Sector económico

Sánchez (2021) nos ilustra en su portal que los sectores económicos son divisiones en las que se subdivide la actividad económica de un país, a menudo teniendo en cuenta diversos factores, como el valor añadido de los bienes o servicios producidos.

En otras palabras, un sector económico es un conjunto de actividades productivas o empresariales que tienen características similares. Esto quiere decir que son empresas de carácter general.

La idea es hacer que las actividades de un departamento sean diferentes a las de otros grupos. Básicamente, se puede considerar que se puede desglosar según el proceso de producción específico que es diferente para cada empresa.

2.2.6.1. Funciones

Castillo (2018) Nos informa que la política macroeconómica tiene como función mantener un entorno de toma de decisiones estable para los hogares

y las empresas, promoviendo así el crecimiento económico. Esta estabilidad se refleja en cuatro áreas: el nivel de producción de la economía en su conjunto, el nivel general de precios, el tamaño de la población y el empleo del país, y el estado de las cuentas nacionales e internacionales. La actual política macroeconómica del Estado peruano debe ceñirse a cuatro aspectos básicos:

- Mantener la balanza comercial (importación-exportación) y el nivel de producción de los productos peruanos.
- Mantener el nivel general de precios.
- Reducir la tasa de desempleo.
- Mantener un equilibrio entre los gastos y los ingresos internos.

2.2.6.2.Objetivos

Coll (2021) en su portal de economípedia respecto a los objetivos de la política económica son una serie de acciones y decisiones gubernamentales relacionadas con la economía del país.

Según Coll (2021) afirma que los objetivos se pueden establecer de la siguiente manera:

A.-Objetivo a corto plazo: es la política económica, se centra en tres elementos básicos:

-Pleno empleo: El gobierno se enfoca en crear empleos para los ciudadanos del país. Primero, tratar de eliminar el desempleo. Por otro lado, pretende acabar con el desempleo estructural y reducir la estacionalidad de estos empleos más cíclicos. En definitiva, se esfuerza por proporcionar a los

empleados puestos de trabajo que garanticen un buen nivel de vida. (Coll, 2021)

- **Estabilidad de precios:** la política fiscal y monetaria asegura precios internos estables. Para ello, la política económica es responsable de coordinar todos los mecanismos para mantener la inflación en el nivel óptimo para la economía y sus actores económicos. (Coll, 2021)

- **Mejorar la balanza de pagos:** incluido el equilibrio de las entradas y salidas de capital. El objetivo final es asegurar la solvencia del país. Por otro lado (si lo hay), otro objetivo es reducir el déficit externo del país y, en última instancia, mantener un nivel óptimo de reservas internas. (Coll, 2021)

B.-Objetivo a corto plazo: así, como sucede en el corto plazo, la política económica también se enfoca en lograr un conjunto de metas que por sus propias dificultades se plantean en el largo plazo. (Coll, 2021)

- **Expansión de la producción:** En primer lugar, el crecimiento económico es uno de los principales objetivos de la política económica. Dado que el producto interno bruto (PIB) es la principal medida del crecimiento económico, la política se centra en aumentar la producción de bienes y servicios. Esto conduce a una expansión de la producción y un aumento del PIB. (Coll, 2021)

2.2.6.3. Clasificación y tipos

Sanchez (2021) señala en su portal que existen varios tipos entre ellos tenemos:

Sector primario: incluye empresas que operan accediendo a recursos naturales. Es el caso de las empresas ganaderas o agrícolas. Industria

Sector Secundario: en esta industria, las materias primas se procesan en productos terminados. Este es un ejemplo de una industria textil o de muebles.

Sector terciaria o de servicios: Esta industria se refiere a la comercialización de servicios más bien intangibles y personalizados. Por ejemplo, estamos hablando de las telecomunicaciones o del negocio de los viajes.

Sector cuaternario: incluye la investigación y el desarrollo donde el conocimiento es la clave. Por ejemplo, nos referimos a empresas que desarrollan software que empresas de otros campos pueden utilizar posteriormente en sus actividades. Por lo tanto, es característico de la industria utilizar sus productos para aumentar la productividad y la rentabilidad de diferentes negocios, generalmente dentro de un país o mercado. Por ejemplo: Tecnología de la información, Investigación científica, Consultoría, Educación, Cultura.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1. Definición de capacitación.

Se entiende como el desarrollo no es solo para empleados nuevos, sino también para empleados experimentados. La tutoría puede ayudar a los empleados a mejorar el desempeño de sus funciones profesionales.

2.3.2. Definición de rentabilidad.

Centurión (2018) señala que: Las MYPE es una componente económico a la ley aplicable, contiene a las personas físicas que tengan por objetivo realizar actividades de extracción, innovación, producción, planificación de bienes o prestación de servicios (p. 51-52).

2.3.3. Definiciones de empresa

Mero (2018) nos dice La empresa no es un concepto fácil de definir porque existen muchos enfoques conceptuales: económico, legal, filosófico o social. Los criterios existentes para los diferentes autores en cuanto a su experiencia, publican conceptos propios de la empresa para definir nuestra posición, primero hablaremos de las cuestiones planteadas por la Real Academia Española.

Por otro lado Perez (2021) una empresa es una organización o entidad compuesta por capital y empleados responsables de proporcionar productos y servicios a los consumidores y generar ganancias. Generalmente, las organizaciones se crean para satisfacer una necesidad o falta de servicios en un contexto o demografía particular. Otro de los pilares sobre los que se asienta la empresa es la promoción del crecimiento y desarrollo interno, es decir, el crecimiento y desarrollo de sus miembros así como la promoción del valor de las personas en la organización.

2.3.4. Definiciones de micro y pequeñas empresas

Según Centurión (2018), señala que:

Las MYPE es una unidad económica que, conforme a la ley aplicable, incluye a las personas físicas que tengan por objeto realizar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

2.3.5. Definiciones de Servicio

Según Acevedo (2019) se entiende que la calidad del servicio es asunto de todos para los consumidores y usuarios y los usuarios que tienen necesidad de utilizar el servicio deben entenderla como lo que nuestros clientes perciben

y necesitan, lo que es suyo; Cuando lo vea, tiene el Método ofrecido que funciona y debe organizarse y distribuirse para que los consumidores lo satisfagan a nivel mundial, tanto interna como externamente.

III Hipótesis

Determinar las características de la capacitación y la rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio rubro ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2016.

IV Metodología

4.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación será cuantitativo y cualitativa, mixta con el propósito de describir las variables en el momento dado y, luego, identificar la relación que hay entre ellas.

4.2 Nivel de Investigación

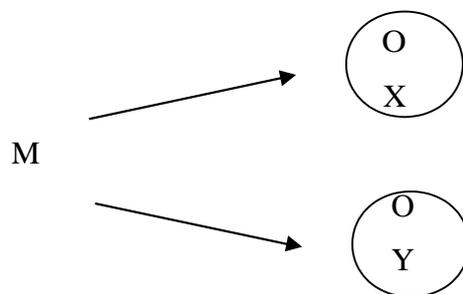
El nivel de investigación será descriptivo no experimental.

4.3 Diseño de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación se ha utilizado el diseño No experimental, de corte transversal o transeccional.

No experimental porque la investigación se realiza sin manipular deliberadamente las variables, porque se recolectaron los datos en un sólo momento y en un tiempo único

Descriptivo porque se buscó identificar y describir las características de las variables: Capacitación y rentabilidad.



Dónde:

M: Representa la muestra.

O_X: Variable Capacitación

O_Y: Variable Rentabilidad.

4.4 Población y muestra

Población: una definición de un autor.

Población: La Población total está conformada por las 17 gerentes de las MYPES del rubro ferretero en el distrito de Tumbes, 2016 (para la variable rentabilidad) y 74 trabajadores de las empresas ferreteras para la variable capacitación. Fuente: Reporte anual 2016 del Ministerio de trabajo y promoción del empleo, Tumbes.

Muestra: Se asumirá la trabajar con 9 empresas ferreteras (9 gerentes y 42 trabajadores).

4.5 Definición y operacionalización de variables

Definición conceptual:

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ESCALA DE MEDICIÓN
----------	-----------------------	------------------------	--------------------

Capacitación de las MYPES	La capacitación consiste en una serie de actividades planeadas y basadas en las necesidades de la empresa que se orientan hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados que les permitan desarrollar sus actividades de manera eficiente	Los cursos de capacitación realizados buscan estrategias de acuerdo con los objetivos de la empresa	CUANTITATIVA
			SI
			NO
		Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. en los últimos 3 años	ORDINAL
			a) uno
			b) dos
			C) tres
		Dentro de su plan de trabajo ha programado capacitación a sus trabajadores en relación a :	TIPO
			a) Atención al público.
			b) Estrategias de ventas.
c) Demostración del manejo del producto a vender			
En que años recibió más capacitación:	d) Otros		
	a) 2019		
	b) 2020		
			c) 2021
Rentabilidad de las MYPES	la rentabilidad es la medida del rendimiento que en un determinado periodo producen los capitales utilizados en el mismo	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	Nominal: SI NO
		La capacitación otorgada a los trabajadores mejoro la rentabilidad empresarial	Nominal: SI NO
		Cree que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de su empresa	Nominal: SI NO
		La empresa está en condiciones de aumentar sus actividades comerciales y por ende el aumento de su rentabilidad	Nominal: SI NO
		La empresa mejoro su rentabilidad de acuerdo al crecimiento esperado de las ventas	Nominal: SI NO
		La empresa ha realizado estudios de mercado que le permita mejorar su rentabilidad	Nominal: SI NO
		La empresa en los últimos años, que factores han influido más en la rentabilidad	TIPO a) Intensidad de la Inversión b) Productividad c) Participación del mercado d) Tasa de crecimiento del mercado e) Calidad del producto/servicio f) Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores g) Integración vertical

4.6 Técnicas e Instrumentos

Técnicas

Se utilizará la técnica de la encuesta por ser la más adecuada a la naturaleza de la cuantitativa y a la realidad de las empresas del rubro.

Instrumentos

Se utilizará la técnica de la encuesta mediante un cuestionario de 11 ítems, 8 de capacitación de personal y 4 de la variable rentabilidad; este instrumento fue aplicado a los gerentes y a los trabajadores.

4.7 Plan de análisis:

Para la recolección de los datos se realizarán los trámites administrativos con la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Filial Tumbes, posteriormente se aplicó, a los gerentes y trabajadores que conforman la muestra, una encuesta de 15 ítems con la finalidad de recoger información relevante sobre las dos variables del estudio y sobre las dimensiones que se pudieron identificar en ellas.

Se realizará por medio del análisis estadístico descriptivo, usando tablas de distribución de frecuencias y porcentuales; así como la prueba de correlación de Pearson para examinar la significancia estadística en el análisis relacional de las variables; el nivel de significancia establecido fue: $p < 0.01$ lo cual significó trabajar con un 99% de confianza y 1% de error.

El procesamiento de la información se realizará utilizando Software estadístico SPSS versión 22 para Windows y el programa informático Microsoft Office Excel 2010.

4.8 Principios Éticos:

Se tendrá en cuenta el estricto respeto por la confidencialidad de los datos y por los derechos de autor, por lo que se citará a cada uno de los autores que hayan aportado teóricamente al presente estudio. Se solicitará el permiso correspondiente a los gerentes de cada empresa para la aplicación de los instrumentos de recogida de información.

4.9 Matriz de Consistencia:

PROBLEMA	VARIABLES	INDICADORES	OBJETIVOS	METODOLOGÍA	TÉCNICAS
¿Cuál es la Caracterización de la capacitación y la rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio rubro ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2016?	Mecanismos de Caracterización	Reclutamiento de recursos humanos Necesidades de Capacitación Estrategias de Capacitación Rentabilidad Financiera		TIPO DE INVESTIGACIÓN	Cuestionario, La observación La entrevista
			Determinar la caracterización de la capacitación y la rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro ferreterías en el distrito de tumbes, 2016.	El tipo de investigación será cuantitativo y cualitativo (Mixto)	INSTRUMENTO
			OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DISEÑO	
			Describir las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas	Descriptivo, No experimental	Cuestionario de evaluación de aplicación de técnicas encuesta
			Capacitación		

	Rentabilidad		<p>sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. Describir las principales características de la rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. Hacer un análisis comparativo las principales características de la capacitación y rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016.</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>74 trabajadores de las 17 ferreterías del distrito de tumbes</p> <p>MUESTRA</p> <p>Está conformada por 42 trabajadores de 9 ferreterías del distrito de tumbes</p>	
--	--------------	--	---	--	--

V RESULTADOS

5.1 Resultados Del Encuestado

Tabla 1: La Micro y Pequeña Empresa Cuenta con RUC

Respuesta	Cuenta con RUC		Recibió capacitación	
	f	%	f	%
SI	17	100%	12	71%
No	0	0%	5	29%
	17	100%	17	100%

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

La tabla 1, describe que el 100 de las micro y pequeñas empresas cuentan con RUC; en el rubro de capacitación el 71% si ha recibido capacitación y el 29% señala que no.

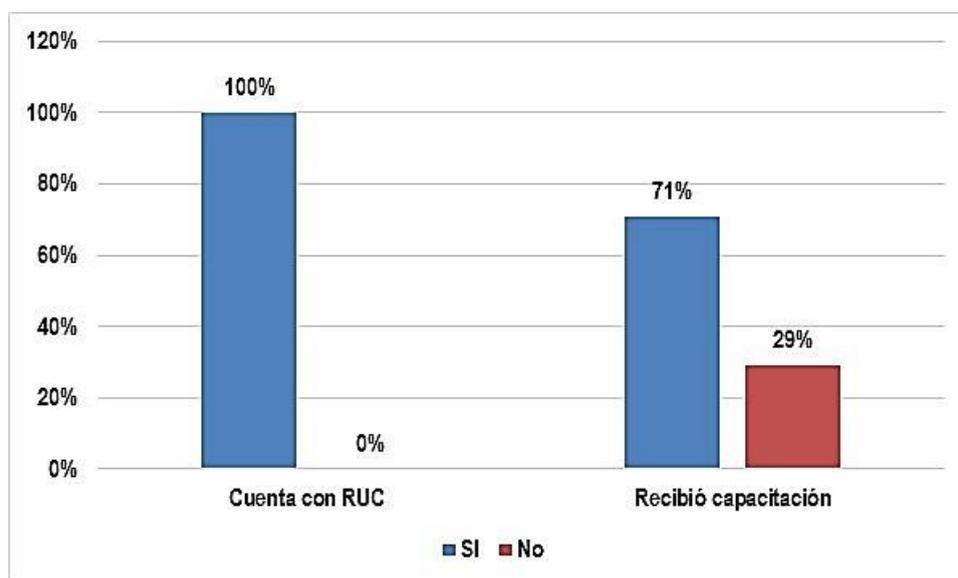


Gráfico: Distribución porcentual de la micro y pequeña empresa si cuenta con RUC y

Tabla 2. Número de Trabajadores MYPES

Con cuántos trabajadores cuenta la micro y pequeña empresa	F	%
2 trabajadores	1	6%
3 trabajadores	2	12%
4 trabajadores	4	24%
5 trabajadores	8	47%
Más de 5 Trabajadores Especifique	2	12%
TOTAL	17	100%

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

En la Tabla 2, se observa que el 100% de los encuestados, el 47% cuenta con cinco trabajadores, el 24% con cuatro trabajadores, el 12% tres trabajadores, el 12% con más de 5 trabajadores, el 6% con dos trabajadores.

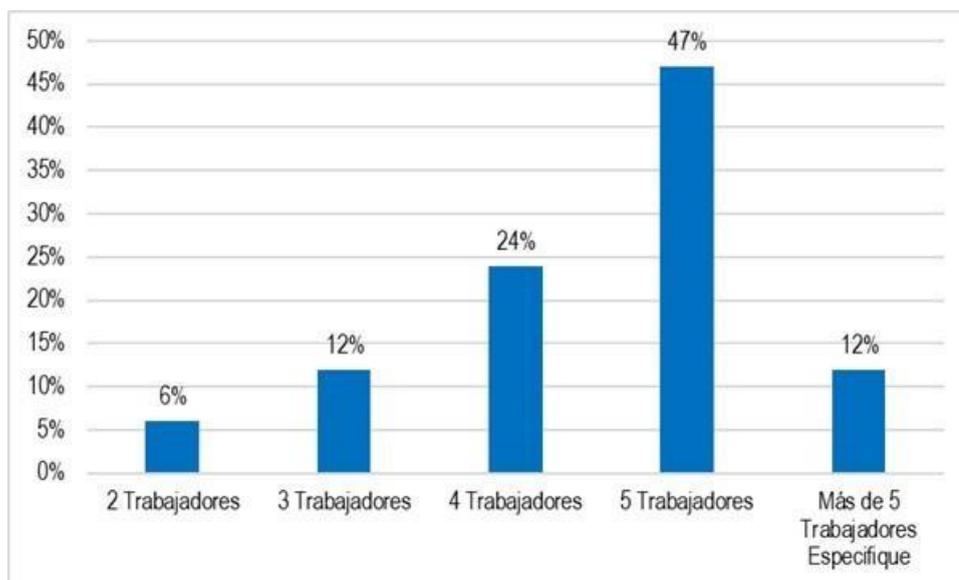


Gráfico 2: Números de Trabajadores de las MYPES

Tabla 3. Dentro de su plan de trabajo que tipo de capacitación a recibido su personal.

Criterio	f	%
Atención al publico	5	29
Almacén	3	18
Estrategias de marketing - ventas	8	47
Competitividad y emprendimiento	1	6
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Del 100% de los encuestados, el 47%, recibió capacitación de estrategias de Marketing-Ventas, el 29% sobre atención al público, el 18% sobre almacén, y el 6% sobre competitividad y emprendimiento.

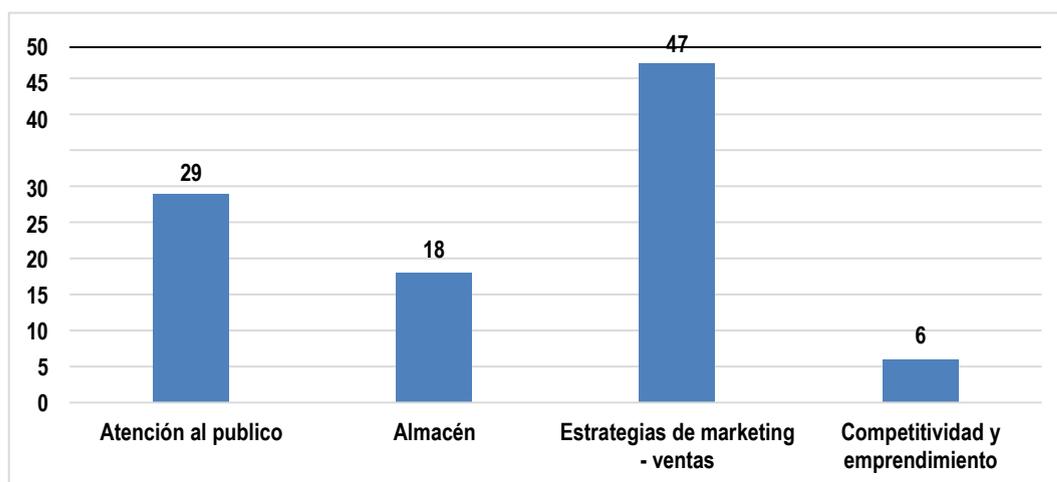


Grafico 3: Distribución porcentual de tipo de capacitación que ha recibido el personal de la MYPES.

Tabla 4. Los cursos de capacitación realizados buscan estrategias de acuerdo con los objetivos de la empresa.

Criterio	f	%
SI	12	71
NO	5	29
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Del 100% de los encuestados, el 71% considera que los cursos de capacitación buscan estrategias de acuerdo con los objetivos de la empresa, y el 29% considera que no buscan estrategias.

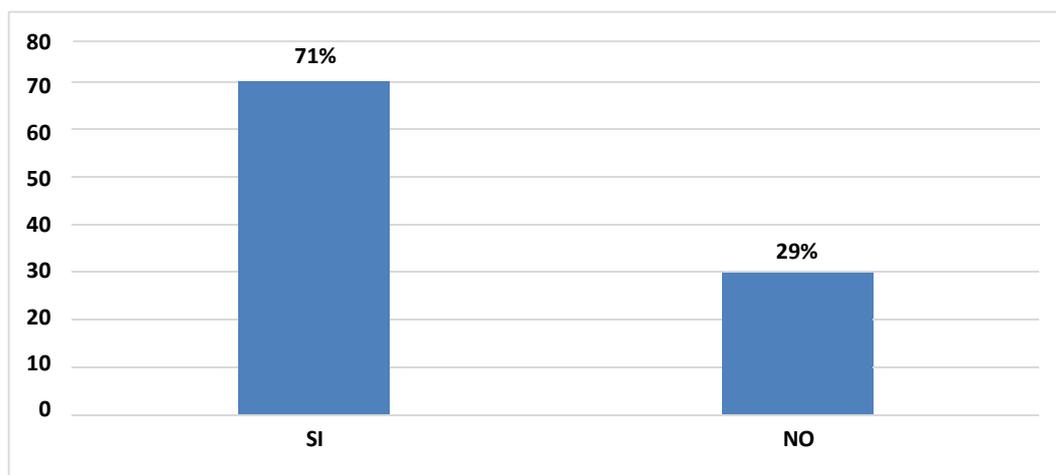


Grafico N° 4: Estrategias de acuerdo con los objetivos de la empresa

Tabla 5. Alguna empresa relacionada al rubro ferreterías ha realizado algún tipo de capacitación

Criterio	f	%
SI	10	59
NO	7	41
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Del 100% de los encuestados, el 59% recibió algún tipo de capacitación por una empresa relacionada, y el 41% no recibió algún tipo de capacitación.

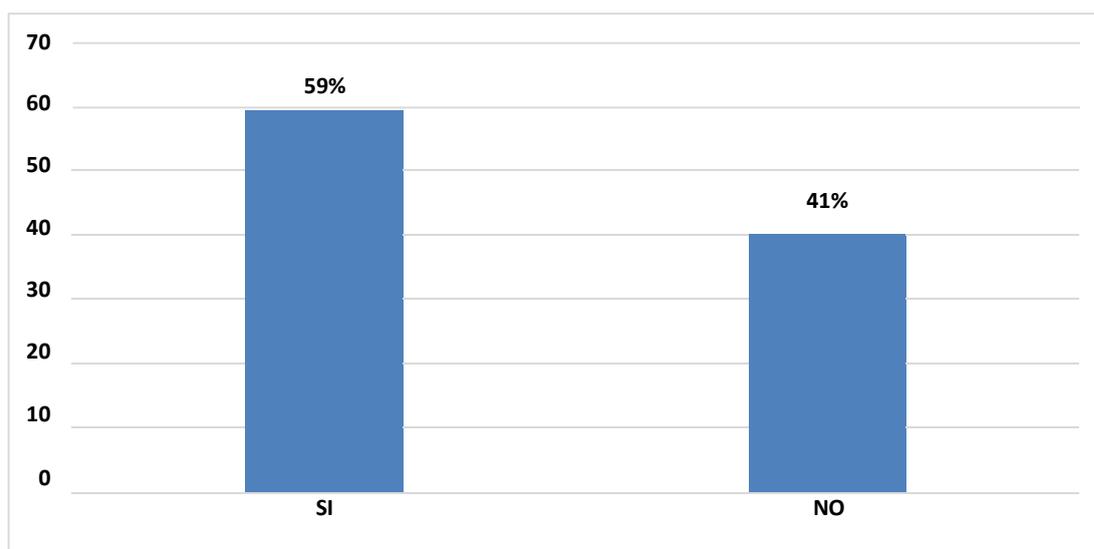


Grafico N° 5: Empresa relacionada ha realizado algún tipo de capacitación

Tabla 6. Cuantos cursos de capacitación ha tenido en los últimos 3 años

Criterio	f	%
Uno	1	6
Dos	5	29
Tres	5	29
Cuatro	6	35
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 35% se ha capacitado cuatro veces en los últimos 3 años, el 29% se ha capacitado tres veces, el 29 % se ha capacitado dos veces, y el 6% se capacitado una vez.

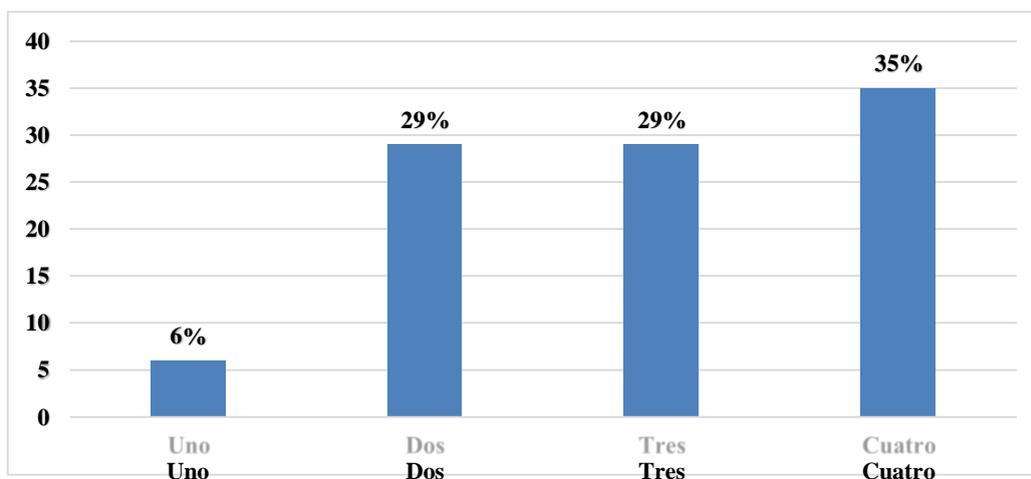


Grafico N° 6: Cursos de capacitación en los últimos 3 años

Tabla 7. En qué año recibió más capacitación

En qué años recibió más capacitación	f	%
2017	3	18
2018	6	35
2019	8	47
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 47% recibió más capacitación en el año 2019, el 35% recibió más capacitación en el año 2018, y el 18 % recibió más capacitación en el año 2017.

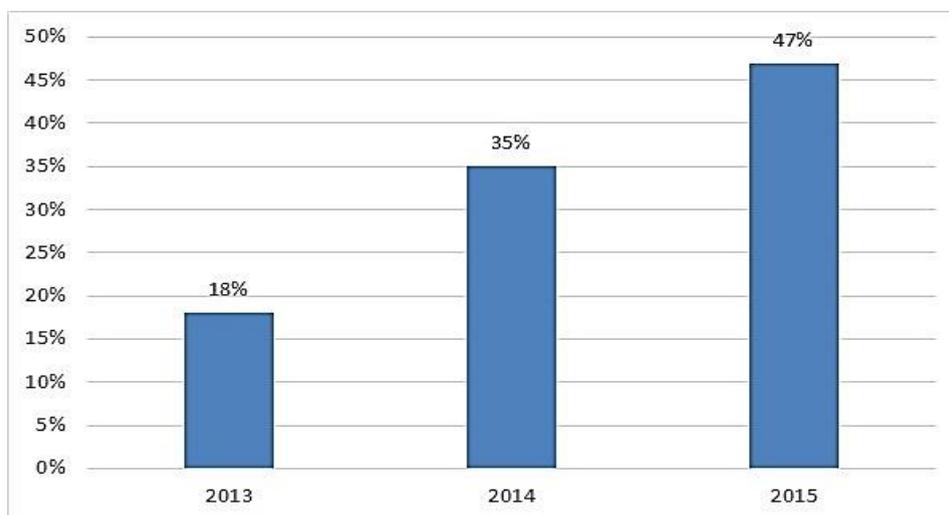


Grafico N° 7: En que años recibió más capacitación

De la Rentabilidad

Tabla N° 8 Mejoramiento de la rentabilidad de las MYPES

La rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	f	%
SI	13	76
NO	4	24
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 76% dice que durante los dos últimos años ha mejorado la rentabilidad de su empresa, y el 24 % dice que no mejoro su rentabilidad

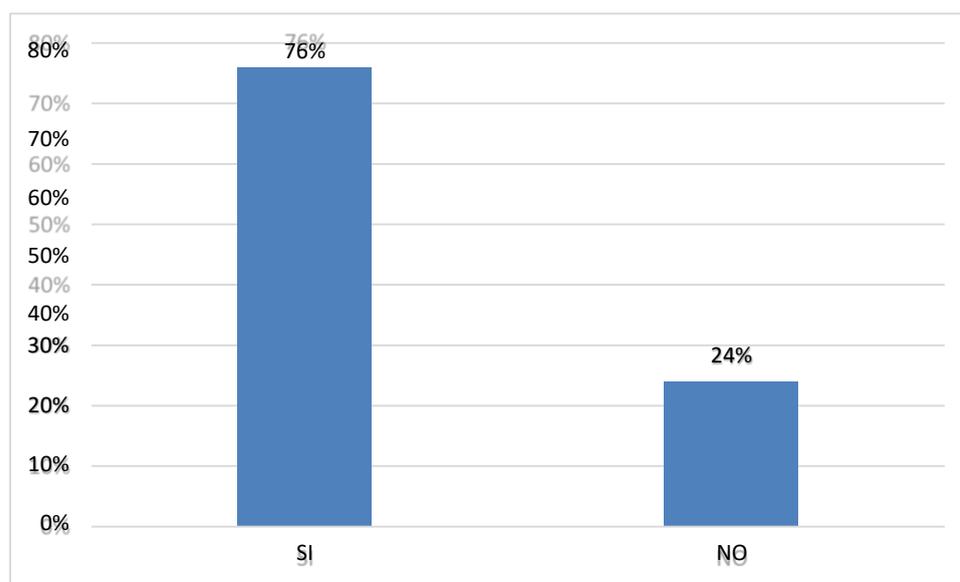


Grafico N° 8: Mejoramiento de la rentabilidad de las MYPES

Tabla N° 9 La Capacitación Mejoro La Rentabilidad Empresarial

La capacitación otorgada a los trabajadores mejoro la rentabilidad empresarial	f	%
SI	12	71
NO	5	29
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 71% considera que la capacitación mejora la Rentabilidad de las MYPES, y el 29 % considera que no mejoro la rentabilidad.

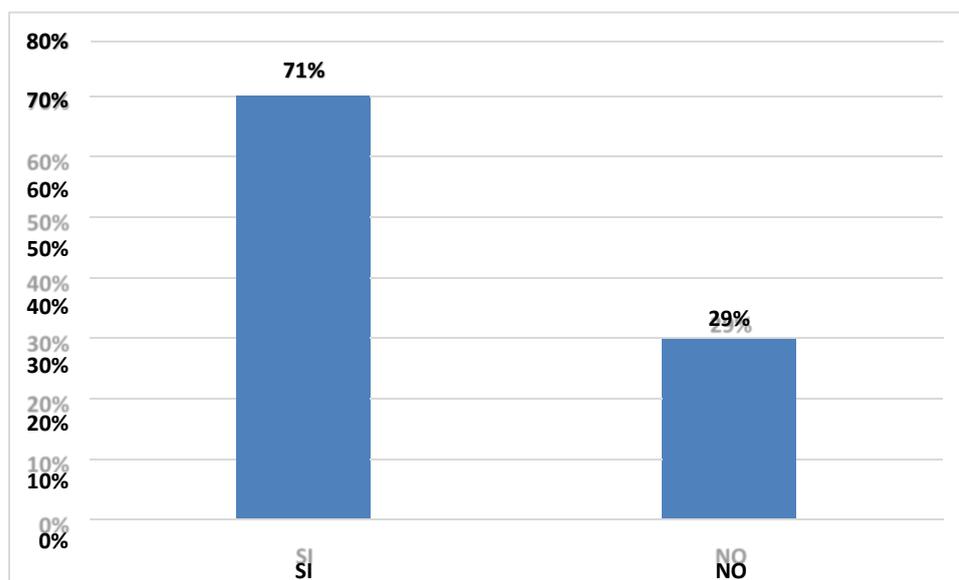


Grafico N° 9: La Capacitación Mejoro la Rentabilidad Empresarial

Tabla N° 10 El Financiamiento mejoro la rentabilidad de las MYPEs

Recibió la empresa financiamiento que le permitió, mejorar su rentabilidad	f	%
SI	13	76
NO	4	24
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 76% recibió financiamiento que le permitió mejorar la rentabilidad de las MYPEs, y el 24 % considera que no recibió financiamiento.

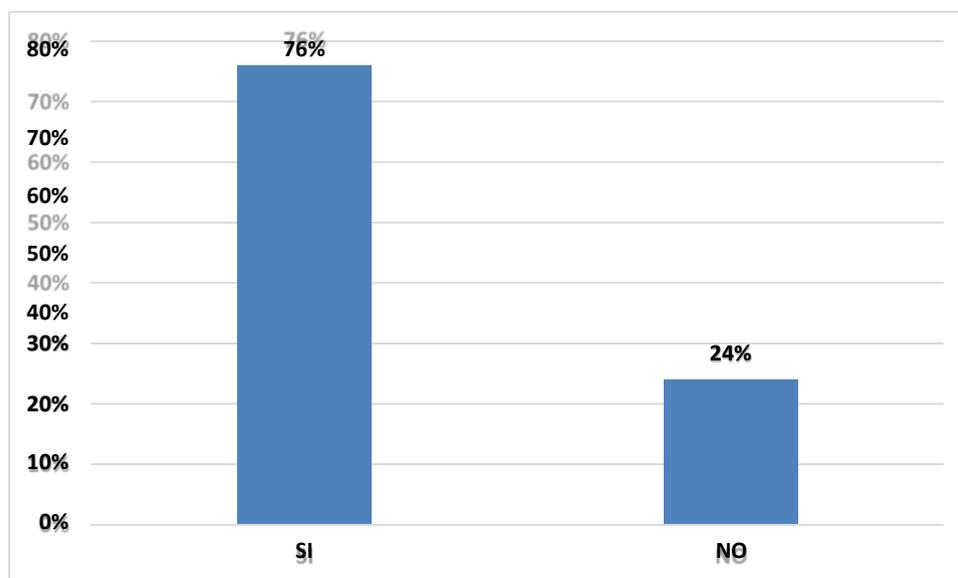


Grafico N° 10: El Financiamiento mejoro la rentabilidad de las MYPEs

Tabla N° 11 La Empresa Está En Condiciones De Aumentar Sus Actividades Comerciales Y Por Ende El Aumento De Su Rentabilidad

La empresa está en condiciones de aumentar sus actividades comerciales y por ende el aumento de su rentabilidad	f	%
SI	12	71
NO	5	29
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 71% está en condiciones de aumentar sus actividades comerciales y su rentabilidad, y el 29 % no está en condiciones de aumentar sus actividades comerciales y por ende su rentabilidad.

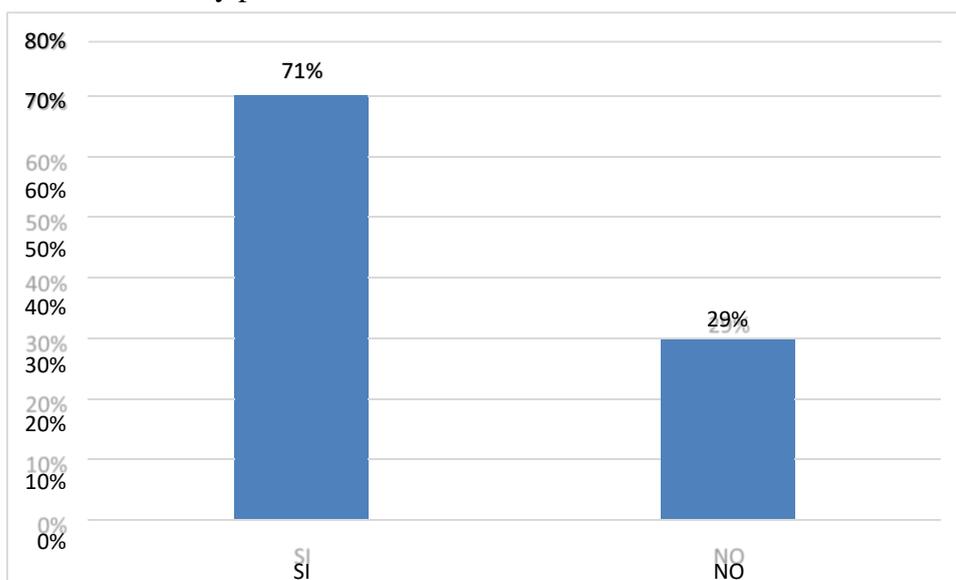


Grafico N° 11: Aumento de sus actividades comerciales y rentabilidad

Tabla N° 12 La Empresa Mejoro Su Rentabilidad De Acuerdo Al Crecimiento Esperado De Las Ventas

La empresa mejoro su rentabilidad de acuerdo al crecimiento esperado de las ventas	f	%
SI	11	65
NO	6	35
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 65% dice que el crecimiento de las ventas mide el crecimiento de la empresa, y el 35 % dice que no mide el crecimiento de la empresa.

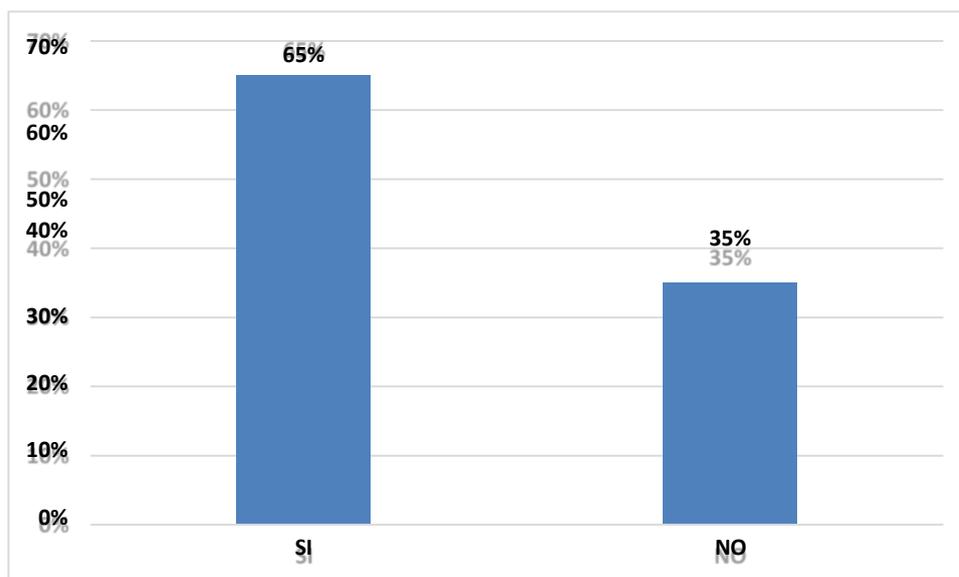


Grafico N° 12: Crecimiento de la Empresa

Tabla N° 13 La Empresa Ha Realizado Estudios De Mercado Que Le Permita Mejorar Su Rentabilidad

La empresa ha realizado estudios de mercado que le permita mejorar su rentabilidad	f	%
SI	14	82
NO	3	18
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 82% realizo estudios de mercado que le permitieran mejorar la rentabilidad de la MYPES, y el 18% no realizo estudios de mercados.

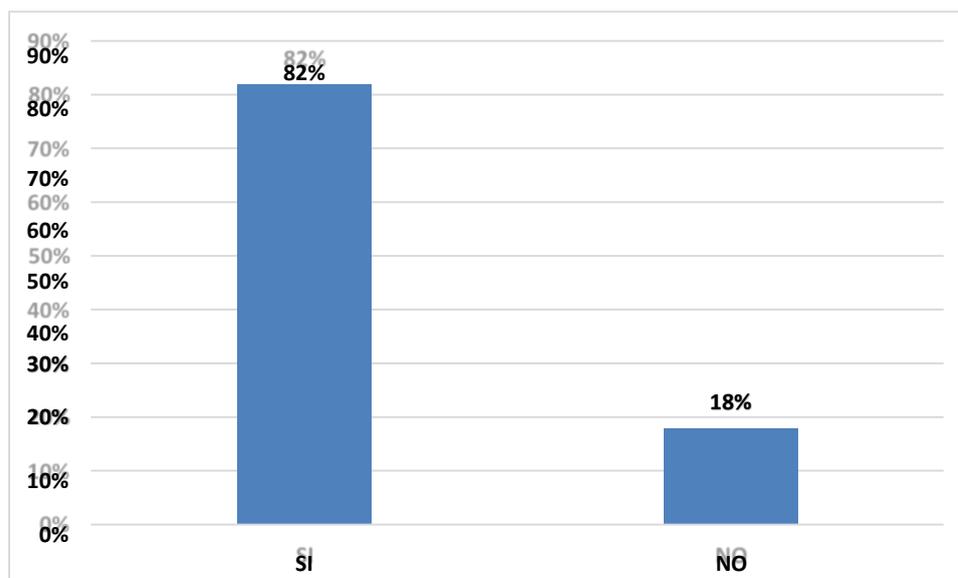


Grafico N° 13: Estudios de Mercado que le permita mejorar su rentabilidad

Tabla N° 14 Factores que Influyen en La Rentabilidad

La empresa en los últimos años, que factores han influido más en la rentabilidad	f	%
a) Intensidad de la Inversión	0	0
b) Productividad	2	12
c) Participación del mercado	3	18
d) Tasa de crecimiento del mercado	0	0
e) Calidad del producto/servicio	8	47
f) Desarrollo de nuevos productos	4	24
g) Integración	0	0
h) Costos operativos	0	0
TOTAL	17	100

Fuente: Encuestada aplicada los trabajadores de las MYPES del distrito de Tumbes

Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 47% dice que el factor que influye en la rentabilidad es la calidad, el 24 % considera el desarrollo de nuevos productos, el 18% lo considera a la participación del Mercado, y el 12% a la productividad.

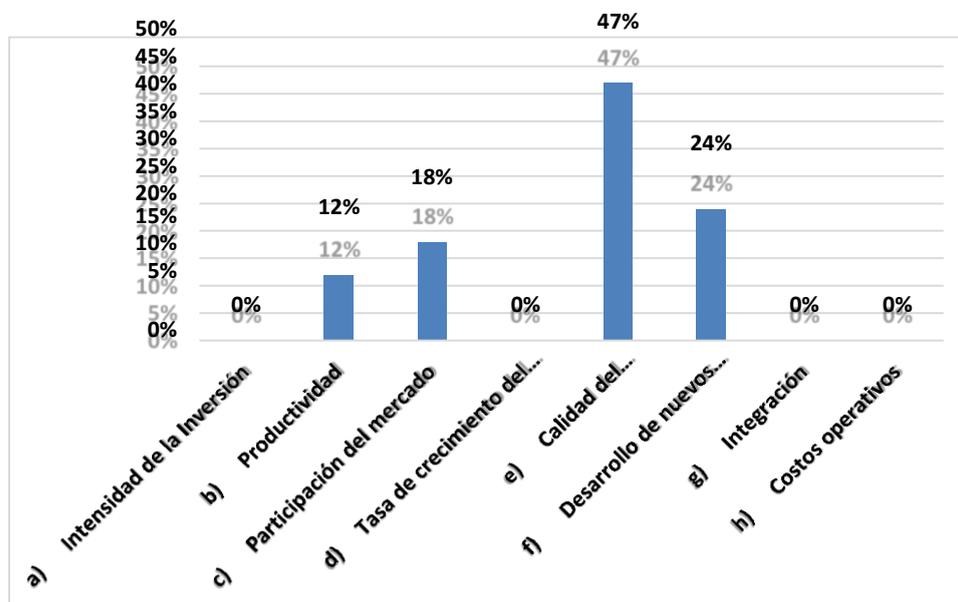


Grafico N° 14: Factores que han influido en la rentabilidad

V. Resultados y Analisis De Resultados

5.1 Resultados:

5.1.1 Respecto al Objetivo Especifico 1 Describir las principales características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. la tabla 1, refiere que el 100% de las empresas cuentan con su registro único de contribuyentes RUC; en cuanto si han recibido capacitación el 71% califica que sí, y el 29% señalo que no Tabla 2, En cuanto al número de empleados el 47% tienen 5 trabajadores y el 24% 4, el 12% tienen más de 5 empleados, con este mismo porcentaje 2 empresas tienen 2 servidores, En cuanto la tabla 3, el 47% de las empresas han desarrollado capacitación en el rubro de “Estrategias de marketing – ventas”, el 29% en “atención al público”, el 18% en “almacén”; asimismo, refieren que las capacitaciones están orientados a los objetivos de la empresa, el 71% lo afirma, el 29% expresa que no están relacionados. Los estudios de Abreo y Coloquinga (2022) tienen similitudes con los resultados de la Tabla 3 del presente proyecto, donde expresa que los gerentes cuando reciben capacitación, los resultados son positivos, aumentando la eficiencia operativa y mejor comunicación entre gerentes capacitados, y a la vez aumenta las ganancias de la empresa. Otro aspecto de similar es la investigación de Mamani (2020) donde señala que la mayoría de las MYPES cuentan de 1 a 5 personas trabajadoras de la empresa. En el contexto del marco legal, todas las empresas sujeto de estudio cuentan con su Registro Único Tributario.

5.1.2 Respecto al Objetivo Especifico 2 Describir las principales características de la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. en la tabla 3, el 47% de las empresas han desarrollado capacitación en el rubro de “Estrategias de marketing – ventas”, el 29% en “atención al público”, el 18% en “almacén”; asimismo, refieren que las capacitaciones están orientados a los objetivos de

la empresa, el 71% lo afirma, el 29% expresa que no están relacionados (tabla 4); del mismo modo, el 59% de encuestados señalan que han recibido capacitación por parte de las empresas proveedoras de las ferreterías, y el 41%, señala que han sido capacitados por empresas (tabla 5); respectivamente, 35% de los trabajadores se capacitado 4 veces en los últimos tres años de la misma forma 29% se capacito tres vece y otros 29% se capacitaron dos veces y un 6% se capacito una vez en los últimos 3 años (tabla 6); de igual forma 47% de los trabajadores recibió más capacitación en el año 2015, el 35% obtuvo capacitaciones en el año 2014 y el 18% en el año 2013 (tabla 7); en la investigación Soto (2018), tiene similitud con la (tabla 4) donde las capacidades de los empleados brindan estrategias para lograr los objetivos de la empresa, del igual forma Nuñez (2008) donde refiere que emplea conocimientos y habilidades para aumentar las capacidades de los trabajadores.

5.1.3 Respecto al Objetivo Especifico 3 Hacer un Análisis Comparativo de las características de la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. en la tabla N° 8, refiere que el 76% de las empresas mejoro su rentabilidad en los dos últimos años, y el 24 % afirma que no mejoro su rentabilidad; en cuanto a la capacitación dada a los empleados el 71% califica que sí aumento su rentabilidad, y el 29% señalo que no (Tabla 9); asimismo en cuanto al financiamiento otorgado el 76% acepto que mejoro su rentabilidad y el 17% considero que no mejoro (tabla 10); asimismo refiere que 71% de las situaciones y el movimiento comercial subió su rentabilidad y el 29% no aumento (tabla11); el 65% de las empresas estudiadas refiere que aumento su rentabilidad de acuerdo con el desarrollo de las ventas y el 35% señala que no (tabla 12); así mismo los estudios realizados permitieron aumentar su rentabilidad, el 82% afirma y el 18 % manifestó que no realizo investigación (tabla 13); así mismo la causa que ha influido en la rentabilidad es el 47% señala que fue la calidad del producto ofrecido, el 24% refiere que el desarrollo de nuevos productos, el 18% señala que

fue la colaboración del mercado, y otros 12% refiere que fue la productividad (tabla 14); según el análisis Jimenez (2021), tiene similitud con la tabla (tabla 9), con la (tabla 10) descritas en el estudio de mejorar el financiamiento y subir la rentabilidad de las empresas forma parte como una solución, Chavez (2016) en su estudio realizado afirma las estrategias de mercado subieron su rentabilidad y por ende el crecimiento de la empresa, tiene similitud con la (tabla 12).

5.2 Análisis de Resultados:

5.2.1 Respecto al Objetivo Especifico 1 Describir las principales características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. de todas las personas encuestadas el 100% de las empresas cuentan con su registro único de contribuyentes RUC (Ver Tabla 1). Estos resultados estarían implicando que las MYPES cuentan con Registro Unico Tributario. Asimismo, estos resultados coinciden a los encontrados por Illantes (2017), Jimenez (2021), encuentra una mezcla entre micro y pequeña empresa. En cuanto si han recibido capacitación el 71% califica que sí, y el 29% señalo que no (Ver Tabla 2) por que estos resultados son similares a los encontrados por Illanes (2017), donde expresa que los gerentes cuando reciben capacitación, los resultados son positivos, aumentando la eficiencia operativa y mejor comunicación entre gerentes capacitados, y a la vez aumenta las ganancias de la empresa, Sevilla (2020) señala que la mayoría de las MYPES cuentan de 1 a 5 personas trabajadoras de la empresa. En el contexto del marco legal, todas las empresas sujeto de estudio cuentan con su Registro Único Tributario.

5.2.2 Respecto al Objetivo Especifico 2 Describir las principales características de la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. de todas las personas encuestadas el 47% de las empresas han

desarrollado capacitación en el rubro de “Estrategias de marketing – ventas”, el 29% en “atención al público”, el 18% en “almacén”; asimismo, refieren que las capacitaciones están orientados a los objetivos de la empresa, el 71% lo afirma, el 29% expresa que no están relacionados (Ver tabla 4); del mismo modo, el 59% de encuestados señalan que han recibido capacitación por parte de las empresas proveedoras de las ferreterías, y el 41%, señala que han sido capacitados por empresas (Ver tabla 5); respectivamente, 35% de los trabajadores se capacitado 4 veces en los últimos tres años de la misma forma 29% se capacitó tres veces y otros 29% se capacitó dos veces y un 6% se capacitó una vez en los últimos 3 años (Ver tabla 6); de igual forma 47% de los trabajadores recibió más capacitación en el año 2015, el 35% obtuvo capacitaciones en el año 2014 y el 18% en el año 2013 (Ver tabla 7); en la investigación Gonzalez y Guerra (2022) tiene similitud con las capacidades de los empleados brindan estrategias para lograr los objetivos de la empresa, donde refiere que emplea conocimientos y habilidades para aumentar las capacidades de los trabajadores.

5.2.3 Respecto al Objetivo Especifico 3 Hacer un Análisis Comparativo de las características de la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2016. de todos los trabajadores encuestados refiere que el 76% de las empresas mejoró su rentabilidad en los dos últimos años, y el 24 % afirma que no mejoró su rentabilidad (ver tabla 8); en cuanto a la capacitación dada a los empleados el 71% califica que sí aumentó su rentabilidad, y el 29% señaló que no (ver tabla 9); asimismo en cuanto al financiamiento otorgado el 76% aceptó que mejoró su rentabilidad y el 17% consideró que no mejoró (ver tabla 10); asimismo refiere que 71% de las situaciones y el movimiento comercial subió su rentabilidad y el 29% no aumentó (ver tabla 11); el 65% de las empresas estudiadas refiere que aumentó su rentabilidad de acuerdo con el desarrollo de las ventas y el 35% señala que no (ver tabla 12); así mismo los estudios realizados permitieron aumentar su rentabilidad, el 82% afirma y el 18 % manifestó que no

realizo investigación (ver tabla 13); así mismo la causa que ha influido en la rentabilidad es el 47% señala que fue la calidad del producto ofrecido, el 24% refiere que el desarrollo de nuevos productos, el 18% señala que fue la colaboración del mercado, y otros 12% refiere que fue la productividad (tabla 14); según el análisis Illanes (2017), tiene similitud con la tabla (tabla 9), con la (tabla 10) descritas en el estudio de mejorar el financiamiento y subir la rentabilidad de las empresas forma parte como una solución, Chavez (2016) en su estudio realizado afirma las estrategias de mercado subieron su rentabilidad y por ende el crecimiento de la empresa.

VI. Conclusiones

6.1 Respecto al Objetivo Especifico 1

Se concluye acorde a los autores revisados de los antecedentes, la mayoría de las micro y pequeñas empresas. Reflexionan además que la capacitación Como una principio de mayor provecho para hallar oportunidades de ideas profesionales en el mercado interno y/o externo y, además También destacan que los sistemas bancarios tienen un impacto demostrativo en la capacitación y la rentabilidad son opciones que toman las MYPES. En algunos temas existen entidades financieras que hallamos en nuestro entorno que prestan tasas de interés altas que, en algunos casos, obstaculizan que el empresario realice los créditos para poder tener mejor rentabilidad. Las MYPES tiene la facultad de describir el cursos apropiados de capacitación teniendo en cuenta que la mayoría de compañías buscan estrategias de acuerdo con los objetivos de la empresa capacitan a su personal para poder tener mejores resultados en sus ventas y por ende una mejor rentabilidad.

6.2 Respecto al Objetivo Especifico 2

Se concluye que la microempresa en estudio determina su margen de rentabilidad al finalizar un periodo de actividades, también hace uso de estrategias favorables para aumentar su rentabilidad dentro de sus estrategias usan las ratios de rentabilidad para poder conocer su

margen comercial. De esa manera poder lograr sus metas y objetivos establecidos como empresa. Es por eso que es asertiva la decisión de obtener un financiamiento el cual favorece a la empresa dentro de sus expectativas establecidas.

6.3 Respecto al Objetivo Especifico 3

Se concluye que las empresas aumentan sus oportunidades de mejora al recibir capacitación y financiamiento de fuentes externas, que se ha convertido en una forma necesaria e importante de administrar y aumentar su capital para el bien del crecimiento de la MYPE. La rentabilidad de la empresa permite aprovechar sus recursos y genera ganancias o utilidades, Las entidades bancarias son entidades que facilita el flujo de caja a las MYPES que lo solicitan, cumpliendo con determinados requisitos. Al solicitar un préstamo financiero, la empresa debe tener en cuenta la tasa de interés del banco prestamista que en su mayoría las MYPES buscan la de menor interés que le resulte beneficiario por el bien de la misma. Para tranquilizar a los prestamistas gerentes de las MYPES, estos pueden elegir entre pagos a medio y largo plazo, el período de tiempo en que la empresa puede lograr un crecimiento de la productividad.

Referencias Bibliográficas

Sistema nacional de capacitación para la Mype Peruana.

Illanes, L. (2017). Caracterización del financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en Chile. Obtenido de URI: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/145690/Illanes%20Za%e2%94%9c%e2%96%92artu%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

León, E. (2018). Fuentes de financiamiento de MIPYME en México. México. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/11/16CA201801.pdf>.

Chavez (2016), en el informe final para obtener el título como Licenciado en Administración, en la universidad Ángeles de Chimbote, designada como “caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad MYPES sector comercio rubro ferreterías Distrito de Tumbes, 2016”.

Ayala, S. (2004), “*Capacitación y beneficio en las organizaciones*”. Obtenido de: http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/

Barbosa, S. (2019). “Entorno económico – financiero de las mypes del. Pedro Ruiz gallo. Obtenido de <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8344/BC-4744%20SEGURA%20BARBOZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Banco Central de Reserva de Perú. (13 de junio de 2013). Gestión. Obtenido de Gestión: <http://gestion.pe/economia/bcr-mantuvo-su-tasa-interes-425-2068587>.

Cebrián, V. (2013) “*Talento y confiabilidad humana*”. Gestión por competencias. Obtenido de: <http://www.slideshare.net/preppie83/proceso-de-capacitacion-y-desarrollo>.

COMEXPERÚ. (2020). Las micro y pequeñas empresas en el Perú. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

SOFWARE. (2021). en su portal sugiere el nombre, las empresas de servicios producen y venden servicios a los clients <https://revistaempresarial.com/tecnologia/software/>

- González, K.N. Guerra, B. G. (2022). Capacitación del personal; costos de capacitación; cuantificación de costos de capacitación; motivación al personal. Revista: Universidad de Azuay. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12443>
- Arias, G. (2016). Teoría de sistemas. Administración de recursos Humanos. trillas, México.
- Acevedo, C. (2019). la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. Revista Brasileira de Marketing. Obtenido en: <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Bohlander, G. y Snell, S. (2018). Administración de recursos humanos. 14ª, Edición, México Cengage Learning Editores, S.A
- MINSA, M. (2014). Salud ocupacional, ministerio de salud. Lima, Perú: Obtenido de <http://www.digesa.minsa.gob.pe/DSO/SALUD%20OCUPACIONAL%20TRIPTI%20COS/>.
- Abreo León Jusneydi Fernanda, Choloquina Ayala Rosa Isabel (2022); Capacitación y su incidencia en el desempeño laboral del personal de la Ferretería “Bonilla” en el cantón La Maná, 2022. UTC. La Maná. 109 p.
<http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9148>
- Illanes, L. (2017). Caracterización del financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en Chile. Obtenido de URI: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/145690/Illanes%20Za%e2%94%9c%e2%96%92artu%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Centurión, R. (2018). La formalización, financiamiento, capacitación, competitividad y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas, Chimbote, 2010-2013. In Crescendo Institucional, Vol. 7, No. 1, 50-63. Recuperado en: <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/1165>

- Mamani Ticona, W. D. (2020). Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mype del sector comercio, rubro ferreterías – caso: Ferreterías de la Av. Huancane del distrito de Juliaca – período 2018.
- Mamani, E. (2021). Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (Ley 28015) Obtenido de <https://lpderecho.pe/ley-promocion-formalizacion-micro-pequena-empresa-ley-28015/>
- Mero. M. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. Centro de Capacitación, Investigación y Publicación , Vol. 3 Núm. 8 (3). Obtenido en: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>
- Soto Caballero, J. K. (2018). Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, rubro Ferreterías, del distrito de Callería, 2017.
- Jiménez Elías, J. R. (2021). Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES sector comercio, rubro Ferreterías del distrito de Tumbes, 2017.
- Zapata Mogollón, C. P. (2020). Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes del rubro ferreterías del sector de Pampa Grande Tumbes, periodo 2018.
- SUNAT: Ley n° 28015 ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disponible en <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>.
- Diario 20 Minutos. (01 de Julio de 2018). *La ONU considera que las pymes son la espina dorsal de la economía y las mayores empleadoras del mundo*. Obtenido de 20 Minutos: <https://www.20minutos.es/noticia/3382959/0/pymes-microempresas-onu-economia-empleo/>
- Alarcon Casazuela, E. (4 de Mayo de 2020). *El futuro de las MYPES tras el COVID-19, análisis de las medidas de reactivación empresarial y las barreras para el rápido acceso a la liquidez*. Obtenido de <https://ius360.com/el-futuro-de-las-mypes-tras->

[el-covid-19-analisis-de-las-medidas-de-reactivacion-empresarial-y-las-barreras-para-el-rapido-acceso-a-la-liquidez/](#)

Gitma, L. J., & Zutter, C. J. (2012). Principio de administración financiera. México:

Pearson.

Obtenido

de

<https://educativopracticas.files.wordpress.com/2014/05/principios-de-administracion-financiera.pdf>

Argüelles Ma, L. A., Quijano García, R. A., & Javier Fajardo, M. (2017). Rentabilidad y calidad de vida laboral. *Revista Internacional Administración & Finanzas*,

10(1),

14.

Obtenido

de:

https://scholar.google.com.mx/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=VdV8qkEAAAAJ&citation_for_view=VdV8qkEAAAAJ:Qo2XoVZTnwC

Gitman, L. J., & Joehnk, M. D. (2005). *Fundamentos de inversion*. (p. E. 2005, Ed.) Madrid, España: Madrid : Pearson-Addison Wesley, 2005.

Morales. N. (05 de 2021). Propuestas de mejora de los factores relevantes para el financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas en el Perú caso: construcciones Ceral EIRL – Lima, 2020. Obtenido de repositorio institucional:

<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/22107>

Núñez, L. (2018). Dialnet respecto a tipos de empresa de servicio. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6457295>

Reyes, T. (20 de 11 de 2017). Estudio Tributario Reyes. Obtenido de

<https://guiatributariaperu.com/2017/11/20/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa/>

Porparato, M. (2018). *Comercio*. Obtenido de <https://importancias.com/empresa/>

Rus, E. (16 de Junio de 2020). Estructura Financiera. Obtenido de Economipedia.com:

obtenido en: <https://economipedia.com/definiciones/estructura-financiera.html>

- Danielmc, A. (2019). *RANKIA*. Obtenido de Tipos de empresas en el Perú:
<https://www.rankia.pe/blog/mejores-opiniones-peru/4368295-tipos-empresas-peru>
- Emprender, (2019). Factores que limita el crecimiento de las MYPES en el Perú, obtenido en:
<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>
- Admintx, T (2021). Características de las empresas y su desarrollo en el mercado interno y externo. Obtenido de [https://texem.com.pe/2021/03/11/mypes-en-peru/#:~:text=a\)%20La%20Microempresa%20solo%20puede,monto%20m%C3%A1ximo%20de%20150%20UIT](https://texem.com.pe/2021/03/11/mypes-en-peru/#:~:text=a)%20La%20Microempresa%20solo%20puede,monto%20m%C3%A1ximo%20de%20150%20UIT)
- Saldaña, Y. (03 de 07 de 2020). Fuentes de financiamiento alternativas para las pequeñas y medianas empresas. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/download/274/472?inline=1>
- Coll, F. (2021). Economipedia de empresas financieras . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/microempresa.html>
- Sanchez, B, (2018). Las mypes en Perú, su importancia y propuesta tributaria. Revista de investigación universitaria, Recuperado en:
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/farma/issue/view/1553>
- Sanchez, g. (2021). Economipedia servicios de empresas . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Thompson, I. (2017). *promonegocios.net*. Obtenido de Características de los Servicios: obtenido en: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>
- Lisboa, R. (05 de 13 de 2019). ¿Cuáles son los objetivos de una empresa? Mira estos 3 ejemplos. Obtenido de ¿Cuáles son los objetivos de una empresa? obtenido en:
<https://rockcontent.com/es/blog/objetivos-de-una-empresa/>

ANEXOS

Anexo N° 01

II.- PRESUPUESTO

BIENES

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio S/.
Dispositivo USB	01	Unidad	35.00
TOTAL S/.			35.00

SERVICIOS

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	
			Unitario	Total
Internet	60	Horas	1.00	60.00
Movilidad	20	Pasajes	10.00	200.00
TOTAL S/.			260.00	

III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO

RUBRO	IMPORTE
Bienes	35.00
Servicios	260.00
TOTAL S/.	295.00

IV. FINANCIAMIENTO

Totalmente Autofinanciado por el alumno

ANEXO N° 02

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CUESTIONARIO

El presente instrumento de trabajo forma parte del trabajo de investigación de tesis de Caracterización de la capacitación y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro ferreterías en el distrito de Tumbes, 2017 y sus respuestas serán utilizadas con la mayor confidencialidad para fines académicos.

I PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

1.1 La Micro y Pequeña Empresa cuenta con Registro Único Contribuyente (RUC):

- a) Sí b) No.

1.2 Para formar su empresa dentro del rubro ferretero recibió usted, algún tipo de capacitación:

- a) Sí b) No.

1.3 Con cuántos Trabajadores cuenta la Micro y Pequeña Empresa:

- a) 2 b)3 c)4 d)5 e) Mas de 5

Especifique.....

II DE LA CAPACITACIÓN A LAS MYPES:

2.1 ¿Dentro de su plan de trabajo ha programado capacitación a sus trabajadores en relación a:

- a) Atención al Público.
b) Estrategias de ventas.
c) Demostración del Manejo del producto a vender
d) otros

2.2 ¿Los cursos de capacitación realizados buscan estrategias de acuerdo con los objetivos de la empresa?

- a) Sí b) No.

2.3 ¿Alguna empresa relacionada al rubro ferreterías ha realizado algún tipo de capacitación?

a) Sí b) No.

2.4 ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido en los últimos 3 años?

a) Uno b) Dos c) Tres D) Cuatro

2.5¿ En que años recibió más capacitación?

a) 2017 b) 2018 c) 2019

III. DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:

3.1. ¿Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años?

Sí No

3.2 ¿La capacitación otorgada a los trabajadores mejoro la rentabilidad empresarial?

Sí No

3.3 ¿Recibió la empresa financiamiento que le permitió, mejorar su rentabilidad?

Si No

3.4 ¿La empresa está en condiciones de aumentar sus actividades comerciales y por ende el aumento de su rentabilidad?

Si No

3.5 ¿La empresa mejoro su rentabilidad de acuerdo al crecimiento esperado de las ventas?

Sí No

3.6 ¿La empresa ha realizado estudios de mercado que le permita mejorar su rentabilidad?

Sí No

3.7 ¿La empresa en los últimos años, que factores han influido más en la rentabilidad?

- i) Intensidad de la Inversión
- j) Productividad
- k) Participación del mercado
- l) Tasa de crecimiento del mercado
- m) Calidad del producto/servicio
- n) Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores
- o) Integración vertical
- p) Costos operativos







INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo