



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO
– RUBRO RESTAURANTE, MERCADO EL PROGRESO,
DISTRITO DE CHIMBOTE, 2015.”

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

AUTORA:

Br. VALVERDE HUANGAL YOSAIRA ROXANA.

ASESOR:

Dr. REINERIO Z. CENTURIÓN MEDINA.

Chimbote - Perú

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente.

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro.

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro.

AGRADECIMIENTO

Al todopoderoso Dios,
quien me brinda sabiduría
e inteligencia en cada accionar
de mi vida. Así como tener
perseverancia para afrontar
cada lucha.

A mi madre:

Yolanda, quien fue
el sustento en todo aspecto
para mi formación
profesional. Y por su
comprensión a pesar de mis
errores.

DEDICATORIA

En especial a mi madre Yolanda y
hermana Karen: Por su
predisposición y apoyo en todo
momento para la culminación de mi
trabajo.

A cada uno de los docentes:
Que dejo una lección y
aprendizaje fundamental para
que de ahora en adelante
pueda aplicarlo en el campo
profesional.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015. La metodología empleada fue: No Experimental, Transversal, Descriptivo y Cuantitativa. Se utilizó una población de 7 micro y pequeñas empresas, a quienes se formuló un cuestionario obteniendo los siguientes resultados: El 57,1% de los representantes tiene de 51 a más años y cuentan con grado de instrucción primaria. El 100% son de género femenino y ejercen el cargo de dueño. El 85,7% desempeñan el cargo de 7 a más años. El 85,7% menciona que el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro es de 7 a más años. El 100% cuenta con 1 a 5 trabajadoras. El 71,4% menciona la creación de su empresa para generar ganancia. El 71,4% recibe capacitación de otras instituciones. El 42,8% se capacito en preparación y manipulación de alimentos. El 71,4% si capacito a su personal, en atención al cliente. El 85,7% percibe que ha mejorado el conocimiento de su personal. El 71,4% menciona a la capacitación como una inversión. Se concluye que las MYPES en estudio están siendo lideradas por mujeres cuyas edades en más de la mitad pasan los 51 años, siendo dueñas y administradoras de sus propios negocios, contando con un máximo de 5 trabajadoras, quienes reciben capacitación por parte de la Municipalidad Provincial Del Santa, considerándola como una inversión.

Palabras Clave: Capacitación, MYPE y Representante.

ABSTRACT

The objective of the present investigation was to determine the main characteristics of training in micro and small enterprises in the restaurant sector, Mercado El Progreso, Chimbote District, 2015. The methodology used was: Non - Experimental, Transversal, Descriptive and Quantitative. A population of 7 micro and small enterprises was used, to which a questionnaire was formulated, obtaining the following results: 57.1% of the representatives are aged 51 and over and have a primary education degree. 100% are female and exercise the position of owner. 85.7% hold the post from 7 to more years. 85.7% mentioned that the company's time in the business is 7 to more years. 100% have 1 to 5 workers. 71.4% mentioned the creation of their company to generate profit. 71.4% receive training from other institutions. 42.8% were trained in food preparation and handling. 71.4% if you train your staff, in customer service. 85.7% perceive that the knowledge of their staff has improved. 71.4% mentions training as an investment. It is concluded that the MYPES under study are being led by women whose ages in more than half spend 51 years, owning and managing their own businesses, counting on a maximum of 5 workers, who receive training by the Provincial Municipality Of Santa, considering it as an investment.

Key Words: Training, MYPE and Representative.

CONTENIDO

1. Hoja de firma de jurado evaluador.....	ii
2. Agradecimiento y Dedicatoria.....	iii
3. Resumen y Abstract	v
4. Contenido.....	vii
5. Índice de tablas y figuras.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura.....	9
2.1 Antecedentes.....	9
2.2 Bases Teóricas.....	16
2.3 Marco Conceptual.....	24
III. Hipótesis.....	28
IV. Metodología.....	29
4.1. Diseño de la investigación.....	29
4.2. Población.....	29
4.3. Definición y operacionalización de la variable.....	30
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
4.5. Plan de Análisis (Procedimientos).....	32
4.6. Matriz de consistencia.....	33
4.7. Principios éticos.....	36
V. Resultados.....	37
5.1. Resultados	37
5.2. Análisis de resultados.....	40
VI. Conclusiones y Recomendaciones.....	50
Referencias Bibliográficas.....	52
Anexos.....	56

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla:

Tabla 01° Características generales de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote,2015.....	37
Tabla 02° Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.....	38
Tabla 03° Características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.....	39

Figuras

Figura 01: Edad del representante.....	64
Figura 02: Género del representante.....	64
Figura 03: Grado de instrucción del representante.....	65
Figura 04: Cargo que desempeña el representante.....	65
Figura 05: Tiempo que desempeña el cargo el representante.....	66
Figura 06: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	66
Figura 07: Número de trabajadoras(es).....	67
Figura 08: Su empresa se creó para.....	67
Figura 09: Recibe usted capacitación.....	68
Figura 10: Institución que le brinda capacitación.....	68
Figura 11: Usted se capacitó en.....	69
Figura 12: Capacitó a su personal.....	69
Figura 13: Tipo de capacitación que ha recibido su personal.....	70
Figura 14: Ha mejorado el conocimiento de su personal.....	70
Figura 15: Para usted la capacitación es una.....	71

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las MYPES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas.

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en: Proporcionan abundantes puestos de trabajo, reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos, incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población, son la principal fuente de desarrollo del sector privado, mejoran la distribución del ingreso, contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. (Vásquez, 2013).

De acuerdo al punto de vista del autor se afirma que hoy en día las MYPES en el Perú gozan de una gran expansión dentro del mercado, es así como se puede constatar que cada vez se van formando más y más de ellas , lo cual es trascendente ya que conforme la información del Ministerio de Trabajo estas actualmente contribuyen no solo brindado empleo al individuo, sino en la generación de PBI , además de ser impulso para las empresas del sector privado, así en absoluto las MYPES son en la actualidad un motor importante en la economía y crecimiento del país no solo por las características de su importancia sino por la participación al progreso económico.

Sin embargo este acelerado proceso de creación de las MYPES que en muchas ocasiones se realiza sin la proyección o proceso administrativo que permita el direccionamiento al cumplimiento de los objetivos hace viable que un gran número de ellas presenten problemas de manera paulatinos trayendo como consecuencias su baja participación en el mercado e incluso muchas de estas desaparecen de manera repentina, y dentro de estos

problemas podemos hacer énfasis a la falta de capacitación en uno de los sectores que más han crecido en la actualidad “los restaurantes”.

Pero este problema no se ocasiona solo a nivel nacional sino también traspasa fronteras ante ello los países exponen programas de capacitación que permitan repotenciar y mejorar la estabilidad de las MYPES en el mercado nacional como internacional, por mencionar:

En **Europa**, la Unión Europea clausuró con éxito un programa de capacitación a las micro, pequeñas y medianas empresas nicaragüenses (PYMES), con el fin de fortalecer sus niveles de capacidad para conquistar el mercado internacional. Las capacitaciones son parte de un programa respaldado por la Unión Europea, para mejorar ese sector en diferentes aspectos. (Aguirre, 2014).

Se comprende que con objeto de impulsar el crecimiento para que las MYPES nicaragüenses entren a conquistar el mercado internacional se realizó la capacitación de las mismas, siendo el objetivo de dicha capacitación fortalecer su competencia para introducirse de manera dominante en el mercado, lo cual demuestra el compromiso de superación y motivación a las MYPES. Situación pobre que existe en las MYPES de Perú puesto que muchas de estas no perciben apoyo de capacitación de instituciones trayendo desventajas para alcanzar su rendimiento en el mercado, por ello es que son algunas las que logran su expansión en el exterior, y en menor gradualidad en el interior del país.

Ahora veamos en **Holanda**, donde se realizó la capacitación de las PYMES, para que su rendimiento sea más sostenible; incrementándose estrategias de promoción de las exportaciones, así mismo se implantaron tres programas de asesoría en Honduras: el Programa de Asesores Holandeses, Sector Privado Programa de Inversiones y Estudios de Mercado. Estos tres programas coinciden en el aporte de conocimientos y experiencia a la PYME, sobre todo en la estimulación de oportunidades de empleo, rendimiento estable y duradero y en reforzamiento de vínculos internacionales. (Torres, 2013).

A diferencia de las MYPES en Perú, donde existe un apretado interés por parte del Estado en las necesidades y/o oportunidades que pueden alcanzar o tener, no solo en el interior del territorio sino en su participación al mercado internacional, ya que muchas tienen la idea y emprendimiento de negocio sin embargo la poca estimulación del Estado, conlleva que sigan un patrón la mayoría de ellas sin dirección , no sabiendo manejar eficientemente sus negocios y ello puede generar tropiezos en su desarrollo, siendo a la vez un prototipo para otras MYPES teniendo como referencia los pocos o nulos resultados conseguidos por las demás, ocasionando incertidumbre en la toma de decisiones . Por lo consiguiente considero que el Estado debe proporcionar mayor sustento a las MYPES ya que cerca de su totalidad forman parte de la estructura productiva, siendo finalmente un beneficio a la población y país en general.

Pasamos a **Costa Rica**, donde se brindó capacitación a las PYMES, siendo el principal objetivo brindar herramientas relacionadas con tecnologías digitales, para que puedan elevar sus niveles de rendimiento y desafío; las grandes empresas han podido reducir no solamente sus costos, sino, tener precisamente ese crecimiento y ser más desafiantes y productivas tras haber incorporado esas herramientas en sus procesos de negociación y producción”. Buscamos brindar una capacitación integral para que las empresas potencien su desarrollo a través de la tecnología y la utilicen como herramienta para la generación de negocios, acorten brechas y abran nuevas puertas para sus productos y servicios en su ingreso a mercados como la Unión Europea”. (Rivera, Signini , Zevallos & Arce 2013).

Observemos cómo, se viene capacitando a las MYPES para poder enfrentarse ante el proceso de la globalización y la competencia, y que mejor arma en la actualidad, que el buen uso y aprovechamiento tecnológico. Realidad escasa en la MYPE peruana que por falta capacitación en administración y gerencia de su negocio, actúan bajo una serie de mismos mecanismos, realizando y operando con planes cotidianos, pero sin pensar en lo que pasara mañana o los cambios que pueden suceder en el mercado con el poder de la tecnología. Recordemos que en la era de globalización presente, las exigencias del consumidor o cliente no solo se basa en la imagen o precio del producto o servicio, sino

en el valor agregado diferente o tecnológico que se es factible brindar, siendo reiterado entonces la capacitación y apoyo que necesitan las MYPES.

De otro lado en **Argentina**, BBVA ha lanzado una plataforma integral de premios, formación, subvención y reconocimiento para pequeñas y medianas empresas (PYMES) en América del Sur denominado ‘Camino al éxito’. En Argentina, BBVA Francés invito a las PYMES a inscribirse en el programa de capacitación y formación “Herramientas de Crecimiento para PYMES”, que busca ayudar al crecimiento de las PYMES de los diferentes sectores como comercio y servicio. (BBVA, 2015).

Esto nos lleva a resaltar la iniciativa que no solo puede brindar el Estado a las MYPES sino otras grandes empresas como el BBVA, el cual con el fundamento de incentivar la creatividad, innovación y superación a las MYPES, desarrollo y selecciono aun determinado número de estas para formarlas con capacitación en temas de herramientas en plan de negocios, pero no solo eso sino que premio a las que apliquen el aprendizaje logrado durante un periodo de tiempo determinado, lo cual es motivador para muchas de ellas. Capacitación semejante que se realizó a las MYPES peruanas por parte de esta misma entidad, donde se plasmó como fin que estas sigan creciendo en su empresa y desarrollen sus habilidades de emprendimiento, manifestando a la capacitación como herramienta para cualquier decisión y actividad a realizar.

Del mismo modo en **Argentina y Brasil**, se realizó un plan de capacitación técnica dirigida a la repotenciación y surgimiento estable de MYPES, la capacitación de empresas, incluyendo el intercambio de técnicos, cursos especiales para firmas de cada país y la participación de las agencias de desarrollo de Argentina y Brasil. (Ministerio de Industria, 2009).

Sí bien es cierto cada país, busca sus propios beneficios y siempre ser mejor o superar a otros, las alianzas que pueden coexistir entre dos o más países son buenas e imprescindible para el crecimiento nacional, ante ello un claro ejemplo es Argentina y Brasil, donde ambos buscan capacitar a las MYPES, con el intercambio de información,

técnicas, etc, que contribuyan aún más en su participación al interior y exterior del mercado. En el caso de las MYPES peruanas al existir pocas oportunidades para programas como este, algunas buscan capacitarse por su propio medio, inscribiéndose o contratando personal calificado para ello, con el fin de mejorar sus procesos y/o atención al cliente, mas no con la proyección de mirar más allá (mercado internacional) debido a la falta de una eficiente administración, respaldo estatal y otros factores.

A diferencia de **México**, donde se capacitó y asesoró a PYMES mexicanas para que, logran exportar sus productos a esta región o hicieran procesos de transferencia tecnológica. Al final se fracasó, pues sólo dos de ellas cumplieron con el objetivo. El atraso que registraron las empresas en su forma de operar impidió que se cumplieran las expectativas. Entre los principales motivos por las cuales fracasaron las empresas son el hecho de no saber hacer un organigrama, de no tener un control adecuado en el pago de sus impuestos o simplemente no tienen la visión de exportar. El poco tiempo que duró la capacitación y asesoría de las PYMES, sólo dos de un total de 17 que iniciaron el proyecto tienen posibilidades de abrir nuevos nichos de mercado a la UE. (Ortiz, 2010).

Definitivamente que sería improductivo invertir en las MYPES, si estas no tiene en claro una administración idónea de sus negocios, esto fue lo que aconteció en México, donde se financió y capacito a 17 MYPES, para que logren exportar sus productos, sin embargo por falta de herramientas administrativas, estas fracasaron y solo 2 de las que participaron están a punto de lograr los objetivos trazados. Realidad parecida que viven muchas MYPES peruanas donde se construyen de manera desorientada y cuando tienen la oportunidad de ascender a un enfrentamiento con las demás, son destruidas de inmediato por la falta de capacitación y conocimiento en temas administrativos que sí influyen en la batalla del mercado.

Entonces en **Perú**, el empresario peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero el acceso a capacitación en el segmento MYPE es muy bajo, entre el 15% y 20%. Esto genera una gran brecha porque, actualmente, por lo que el mundo paga más es por productos con un factor de innovación y el peruano promedio de la micro

y pequeña empresa no ha llegado a conceptualizar cómo alcanzar esos elementos dentro de su modelo de negocio”. (Terrones, 2014).

Como se indicó a diferencia de otros países donde el Estado y las empresas brindan apoyo y capacitación a las MYPES para impulsar su crecimiento ya no solo en el país sino también en el exterior, en el Perú ocurre de forma mayoritaria lo contrario ya que hasta en un 20% se logra capacitar a las MYPES, y lo que hoy en día busca el cliente ya no es un producto que solo satisfaga sus necesidades sino que vaya más allá de su perspectiva, por ello se debe buscar apoyo a este sector que brinda actualmente un gran aporte para el desarrollo peruano en todos los ámbitos. En el caso del trabajo de campo realizado se determinó que los propietarios de las MYPES sí reciben capacitación cada cierto tiempo, lo cual es un indicador de avance para su desarrollo, pero no lo suficiente para enfrentar los desafíos del mañana.

Llegamos, pues, a **Ancash**, donde se tiene una cultura un tanto arraigada o fuera de la realidad actual que muchas veces se pierde clientes no porque “el negocio no es el ideal” o “no haya dinero para comprar” sino que la satisfacción de sus necesidades va más allá de complacer sus gustos o preferencias, localizándose así otros factores claves para mantenerlos fidelizados. Y es meritorio que con mucho más peso deben conseguirlo las MYPES ancashinas, bajo el contexto de capacitación para que de modo global generen beneficios propios y contribución a la sociedad, por lo consiguiente enfocándonos en el rubro más creciente ante lo mencionado, se nombra así los restaurantes y es justamente con la capacitación donde tendremos mayor variación de nuestra riqueza ya que la demanda de personas y turistas que visitan las ciudades, culturas de los antepasados, entre otros propicia un buen manejo de su negocio, siempre en cuando se invierta y apoye en capacitar para alcanzar objetivos a un corto, mediano y largo plazo.

Por último en **Chimbote** donde se va a ejecutar el estudio de investigación se contempla con mayor detalle el surgimiento cada vez más de nuevos restaurantes en las diferentes zonas de la ciudad, por mencionar a las MYPES del mercado El Progreso observándose un considerablemente aumento dentro de este rubro, y al ver la acogida de estos negocios

surgen nuevos emprendedores que conciben que también les ira bien, sin embargo desaparecen rápido del mercado ya que poner un restaurante implica muchas contextualizaciones más que las materiales, puesto que el cliente te juzgara por la sazón, el trato que uno lo pueda brindar y el aporte propio, ello será posible entre los factores con una adecuada capacitación .Por lo antes mencionado se plantea la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015?**

Siendo así que en busca de dar respuesta a la interrogante se plantea el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

A la vez para el cumplimiento del objetivo general se plantean tres objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Así mismo la investigación se justificó dado que permitió caracterizar la capacitación existente en las MYPES y las propuestas de mejora que se puede brindar (recomendaciones), lo que permitirá como futuros administradores tener una noción clara y objetiva de la importancia que representa la capacitación para el crecimiento y mayores beneficios a las empresas ante la globalización que existe hoy en día.

Además de brindar beneficios profesionales como el hecho de poder emplearlo en el ejercicio de la carrera, hay que tomar en cuenta que las MYPES en la actualidad deben emprender capacitaciones frecuentes para lograr mejoras continuas y así poder enfrentar los cambios continuos que ocurren en un mercado cada vez más global y competente. Por otro lado beneficiara a los propietarios de las MYPES puesto que con la siguiente investigación se analizará como es el sistema de capacitación en estos restaurantes, cuáles son sus deficiencias y que deberían de hacer para remediar estos flagelos que pueden ser obstáculos para su estabilidad en el mercado. De igual modo beneficiará a la sociedad en general ya que al contar las MYPES con los estudios de la investigación, le permitirá plasmar las experiencias vividas por otras del mismo rubro para evitar cometer los mismos errores, y enfocarse en capacitarse mayores veces, abriendo paso a poder crecer y por ende generar más puestos de trabajo.

A la vez la presente investigación será de uso para la realización de otros estudios, en el cual los estudiantes universitarios, empresarios o cualquier otra persona que lo requiera pueda utilizarlos para su investigación o su aplicación en la vida práctica. Otro punto a mencionar es que esta investigación puede ser usada como muestra para la determinación de las características de la capacitación de las MYPES específicamente restaurantes, además que las entidades del Estado puedan realizar programas o actividades que promuevan el fortalecimiento de esta variable de investigación.

Por lo antes mencionado con esta investigación no se pretende fomentar la indiferencia o incapacidad que pueden tener las MYPES (específicamente restaurante del mercado El Progreso) sino mostrar la importancia que debe presentar para los propietarios y sociedad, la capacitación como factor clave para mejorar procesos y tener sostenibilidad en el mercado.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Gómez, (2014). En su estudio de investigación titulado: *Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las mype, rubro restaurantes de la ciudad de chulucanas, año 2013*, expresando como objetivo general: Determinar las características de la capacitación de personal y el servicio al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en la ciudad de Chulucanas en el año 2013. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios los restaurantes cuentan con dueños o administradores, relativamente adultos con edades comprendidas entre los 45 años en adelante, representando el 55,6%, de la población en estudio. Los administradores o dueños, son por lo general del sexo masculino, representados con un 66,67%. Cuentan con un nivel académico medio alto, el 44,4% de los encuestados tienen educación superior universitaria completa. De igual manera el 44,4% de los representantes son casados. Respecto a las características de las MYPES, en relación a los años de funcionamiento el 66,7% de las MYPE tienen menos de 10 años, de igual manera el 100% de los encuestados afirmaron que la creación de la MYPE se realizó por obtener ganancias. En cuanto al personal que labora se evidencia que el 62,2% del recurso humano son trabajadores eventuales, representado por 28 personas. En cuanto a las principales características de capacitación: Las principales actividades de los trabajadores es la atención al cliente con un 51,1%, ya que se requiere mayor personal como mozo. El 73,33% de los encuestados mencionan que si necesitan capacitación. Los trabajadores manifiestan que, si cuenta con los recursos necesarios para un buen desempeño en sus actividades, en un 84,44%. El 53,3% de los encuestados si tienen alto desempeño laboral. Además, el 77,78% de los encuestados contestó que si son evaluados por su desempeño.

Conclusiones: Las características de la capacitación en los restaurantes de la ciudad de Chulucanas, se basan en su mayoría a la experiencia diaria de venta, donde el servicio al cliente se basa en el esfuerzo del mozo, por utilizar sus recursos de la mejor manera, según indicaciones del dueño o administrador, por lo tanto, se nota que el personal requiere de un programa de capacitación de atención al cliente. Los medios utilizados

para capacitar al personal de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas en su totalidad se basan en indicaciones u orientaciones al personal por parte del dueño, ya que no existe una planificación para capacitar o brindar medios de inducción al nuevo personal. Los dueños de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas solo ofrecen capacitación de tipo informal, es decir se dan al ingresar al restaurante como instrucciones para su desempeño laboral de manera general, sin contar con una programación.

Anticona, (2013). En su estudio de investigación titulado: ***Caracterización del financiamiento y la capacitación, de las mypes del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de conchucos, provincia de pallasca, periodo 2010 – 2011,*** planteando como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes del Distrito de Conchucos, provincia de Pallasca periodo 2010-2011. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios un 80% la edad de los propietarios o representantes legales de las MYPES se encuentra entre los 26 y 60 años. El 80% de los propietarios o representantes legales encuestadas son del sexo femenino y el 40% de los propietarios o representantes legales tienen grado de instrucción primaria. Respecto a las características de las MYPES el 60% de los propietarios encuestados se dedican al rubro restaurantes por más de 3 años. Estos resultados implican que las MYPES en estudio tienen los años suficientes para ser estables en el rubro, a la vez el 60% de los encuestados respondieron que constituyeron la MYPE con la finalidad de obtener ganancia. En cuanto a las principales características de capacitación: El 60% de las MYPES encuestadas respondieron que no han recibido algún tipo de capacitación administrativa u operativa antes de iniciar su negocio. El 100% de los propietarios encuestados manifestó que han recibido otros tipos de cursos diferentes a la del cuestionario. Mientras el 60% de los encuestados respondió que la capacitación si es una inversión y el 80% de los propietarios respondió que la capacitación de su personal si era relevante.

Conclusiones: La mayoría de los propietarios y/o representantes legales de la MYPES son del sexo femenino, su edad oscila entre los 26 y 60 años, y tienen grado de educación secundaria. La mayoría de las MYPES que se dedican al rubro restaurantes tienen más de

3 años, y se constituyeron con la finalidad de obtener ganancias. Respecto de la capacitación a las MYPES: a) La mayoría de las MYPES encuestadas recibió 1 vez algún tipo de capacitación, lo que consideran como una inversión, y que la capacitación de su personal si es relevante. b) La totalidad de los encuestados recibió otro tipo de cursos.

Muñoz, (2013). En su estudio de investigación titulado: ***“Caracterización del financiamiento, la capacitación de las mypes del sector servicios –rubro restaurantes de la ciudad de Sullana periodo 2012”***, expresando como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento, y la capacitación de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes de la ciudad de Sullana, periodo 2012. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios los representantes legales encuestados 5 tienen edad que oscila de 25 a 45 años lo que representa el 50%. De los representantes encuestados el 50% son del sexo femenino. De los representantes encuestados 5 tienen secundaria completa que representa el 50%. Con respecto a las MYPES el autor no brinda información, sin embargo, en el cuestionario aplicado a su población menciona preguntas como la antigüedad de la empresa, la eventualidad o permanencia de sus trabajadores y el objetivo de la empresa. Con respecto a la capacitación: Un 70% (7) menciona que su personal no ha recibido algún tipo de capacitación, los 7 no solventa la capacitación de su personal esto representa el 70%. Por otro lado, un 60% (6) menciona que la capacitación no es una inversión. Mientras que un 80% (8) indica que la capacitación mejora el rendimiento de sus trabajadores para su empresa. Un 100% indica que la capacitación mejora la ventaja, es decir sobresale sobre otras empresas y un 70% (7) menciona que no se ha capacitado a sus trabajadores en los últimos años.

Conclusiones: Las características de las MYPES están efectivamente relacionadas. La falta de capacitación de los trabajadores disminuye el buen servicio y por ende no genera muchos recursos, mayor sensibilización en este tema, principalmente para las financieras quienes trabajan con estas MYPES.

Curalla, (2014). En su estudio de investigación titulado: *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios. rubro restaurantes del distrito de lampa. Periodo 2012-2013*, manifestando como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad, de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro restaurantes del periodo 2012-2013. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: El 100% de los representantes legales son adultos con edades comprendidas entre los 26 a 60 años. Del 100% de los encuestados, el 58.3% son del sexo masculino. Del 100% de los encuestados, el 58.3% tiene secundaria completa. Del 100% de los encuestados el 33.4% son convivientes. Del 100% de los encuestados, el 66.7% son comerciantes. Respecto a las características de las MYPES: El 50% se dedica más de tres años al sector y rubro empresarial. El 83.3% de las MYPES son informales. El 66.7% tiene 2 trabajadores permanentes. El 83.3% tienen 1 trabajador eventual. El 83.3% de las MYPES se creó por subsistencia. Respecto a la capacitación: El 100% no recibieron capacitación para el otorgamiento de un préstamo. El 75% no ha recibido ningún curso de capacitación. El 50% de los que tuvieron capacitación recibieron en otros cursos. El 75% del personal no ha recibido algún tipo de capacitación. El 75% no precisa cuantos cursos de capacitación ha recibido. El 75% no precisa en que año recibió más capacitación. El 58.3% no sabe precisar a la capacitación como una inversión. El 41.7% no sabe precisar la relevancia de capacitación para sus empresas y el 75% no precisa en que temas se capacitaron sus trabajadores.

Conclusiones: Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados: El 100% son adultos, el 58.3% es de sexo masculino y el 58.3% tiene secundaria completa. Las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: el 33.3% se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, el 66.7% tiene 2 trabajadores permanentes, el 83.3% tiene 01 trabajador eventual y el 83.3% se formaron por subsistencia. Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPES son: El 100% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 25% tuvieron un curso de capacitación. Con

respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 8.3% ha recibido alguna capacitación, El 25% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 50% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa.

Rodríguez, (2015). En su estudio de investigación titulado: **“Caracterización de la competitividad y la capacitación de las mypes del sector servicios- rubro pollerías del distrito de Coishco, período 2012-2013”**, exponiendo como objetivo general: Determinar las características de la Competitividad y la Capacitación de las MYPES del sector servicios- rubro pollerías del distrito de Coishco, Período 2012-2013. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: El 62.5% de los representantes encuestados manifiesta tener más de 46 años de edad. El 37.5% de los representantes encuestados manifiesta que llegó a trabajar a la empresa por ser familiar del propietario. El 62.5% de los representantes encuestados manifiesta que ha sido entrenado por el propietario para ejercer el cargo que desempeña. El 50% de los representantes encuestados, manifiesta que tiene de 0 a 4 años trabajando en la empresa y el 62.5% de las MYPES se formó con la finalidad de obtener ganancias. Respecto a las características de las MYPES: El 62.5% de los representantes encuestados, manifiesta que las empresas en las que laboran tiene de 10 años a más. Respecto a las características de la capacitación: El 62.5% de las MYPES encuestadas afirman que la capacitación mejora la productividad de su empresa. El 75% de las MYPES encuestadas afirman que la capacitación incrementa la identificación del trabajador con la empresa. El 62.5% de las MYPES encuestadas afirman saber que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades y el 62.5% de las MYPES encuestadas afirman no realizar capacitaciones al personal en su pollería.

Conclusiones: La mayoría de los representantes encuestados tiene más de 46 años de edad así mismo, llegó a trabajar a la empresa principalmente por ser familiar del propietario, y en su mayoría ha sido entrenado por el propietario para ejercer el cargo que desempeña y la mayoría de ellos tiene más de 4 años trabajando en la empresa. La mayoría de las empresas en las que laboran tiene de 10 años a más y fueron creadas con la finalidad de obtener ganancias. En la mayoría de las empresas se considera que la

capacitación mejora la productividad de la empresa, además de incrementar la identificación del trabajador con la misma y la mayoría de las empresas afirman saber que el brindar capacitaciones a sus trabajadores permite reducir costos e incrementar utilidades, finalmente, la mayoría de las MYPES encuestadas afirman realizar capacitaciones al personal en su pollería.

Carrasco, (2015). En su estudio de investigación titulado: ***Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Huarmey, 2011-2012,*** presentando como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Huarmey, 2011 – 2012. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios el 100 % (6) de los representantes legales o dueños de las MYPES son adultos (26- 60). El 100 % (6) de los representantes legales o dueños de las MYPES son del sexo femenino. El 50% (3) tiene secundaria completa. El 50% (3) de los representantes legales o dueños de las MYPES son casados y el 83% (5) de los representantes legales o dueños de las MYPES son empresarios. Respecto a las características de las MYPES el 83% (05) de las MYPES se dedica al negocio por más de tres años. El 100 % (06) de las MYPES son formales. El 67% (04) de las MYPES tienen 03 trabajadores permanentes. El 16.67% (01) tiene 05 trabajadores eventuales y el 67% (04) de las MYPES se formó para obtener ganancias. Respecto a las características de la capacitación el 60% (02) no recibió capacitación alguna para el otorgamiento de crédito. El 83 % (05) no ha recibido ningún curso de capacitación. El 83% (05) no tuvo ningún curso de capacitación. El 100% (06) de las MYPES manifiesta que su personal si recibió capacitación. El 100% (06) de las MYPES si tuvieron capacitación 01 con respecto al puesto de trabajo que desempeñan las mismas que fueron impartidas por los propietarios de las MYPES. El 100% (06) de las MYPES tuvieron capacitación en ambos años 2011 y 2012. El 100% (06) de las MYPES considera que la capacitación es una inversión. El 100% (06) de las MYPES considera que las capacitaciones son relevantes para su empresa, y el 100% (06) de las MYPES

se capacitó en temas de puestos de trabajo los mismos que fueron impartidos por los propietarios de las MYPES.

Conclusiones: La totalidad (100%) de los representantes legales o dueños de las MYPES son adultos. Es decir, su edad fluctúa entre 26 y 60 años, la mitad 50% de los representantes legales o dueños de las MYPES son del sexo femenino, menos de 1/3 (16.67%) de los representantes legales o dueños de las MYPES estudiadas tienen instrucción superior universitaria completa, la mitad (50%) de los representantes legales o dueños de las MYPES son casados y la mayoría (83%) de los representantes legales o dueños de las MYPES estudiadas son empresarios. La mayoría (83%) de las MYPES (sector servicios rubro pollerías) se dedican al negocio por más de tres años, la totalidad (100%) de las MYPES son formales, alrededor de 2/3 (67%) de las Mypes tienen 03 trabajadores permanentes y menos de 1/3 (16.67%) tiene 06 trabajadores eventuales y alrededor de 2/3 (67%) de las MYPES se formó para obtener ganancias. Poco menos de 2/3 (60%) de las MYPES estudiadas recibieron capacitación antes del otorgamiento de los créditos financieros, menos de 1/3 (17%) de las MYPES recibieron cursos de capacitación, la totalidad (100%) de las MYPES dijo que sus trabajadores si recibieron capacitación sobre su puesto de trabajo los mismos que fueron impartidos por los propietarios de las MYPES, la totalidad (100%) de las MYPES considera que la capacitación es una inversión para su empresa, la totalidad (100%) de las MYPES considera que la capacitación es relevante para su empresa y la totalidad (100%) de las MYPES recibió capacitación sobre puesto de trabajo.

2.2. Bases Teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

La ley 28015, (2003). **Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa**, en su Art 2° señala “La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

Siendo aquello lo que se puede apreciar dentro de la investigación puesto que las MYPES en estudio están constituidas bajo persona natural, es decir, que ejercen derechos y cumplimiento de obligaciones a título personal, además desarrollan actividades de preparación de alimentos y servicio, con el propósito como de cualquier otra unidad de generar ganancias y/o subsistir, así estas se encuentran dedicadas al rubro restaurante, en el mercado Progreso, con el cual se determinó y concluyo muchos aspectos del estudio.

Características de las micro y pequeñas empresas

La ley 30056, (2013). **Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el Crecimiento Empresarial**, en su Art 5° expone que las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales, así tenemos a la Microempresa cuyas ventas anuales llegan hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Basándose en lo establecido según la ley 30056, existe una coincidencia con las MYPES en estudio puesto que estas se ubican dentro del rango de microempresas cuyas ventas anuales permiten alcanzar una calidad de vida sin complicaciones, sin embargo están no llegan al monto máximo de 150 UIT ya que en estos negocios no hay fluidez constante de clientes, además de otro factor como el hecho que en este mercado la atención solo es hasta las 2 de la tarde, por lo que a diferencia de otras empresas como en el caso del

centro de la ciudad, en el cual la población se moviliza durante todo el día, se percibe mayores ventas y por ende ingresos.

Las MYPES han demostrado un peso relevante en el crecimiento del país, puesto que sus aportaciones se han ido diversificando en diversos campos, así al afirmar Vázquez, (2013) que según datos del Ministerio de Trabajo la importancia de las MYPES radica en:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

Lo que se puede apreciar es una coincidencia con los resultados de la investigación puesto que el total de las 7 micros y pequeñas empresas en estudio cuentan de trabajadoras(es), a parte de los familiares que contribuyen con la ejecución de los procesos y actividades, así da inicio a la creación de nuevos puestos de trabajo, que a la vez permite una mejora económica a nivel nacional, además del 100% el 71,4% de las MYPES manifestó la creación de sus negocios para generar ganancia, lo que coincide con el punto 3 donde se determina la reducción de la pobreza por actividades que generen ingresos permitiendo mejorar la calidad de vida, por lo que se aprecia que el autor tiene una opinión en base a su percepción y expectativa de la realidad.

Según Huamán, (2009). Una de las tipologías de la MYPES, es MYPE de Acumulación que tiene la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

Ello coincide con las micro y pequeñas empresas en estudio, ya que estos restaurantes generan ganancias con el objeto de seguir manteniéndose dentro del mercado y en muchos de los casos invertir en las necesidades que pueda tener su negocio.

Si bien el autor Sánchez, (2015) señala que en una entrevista al docente Carlos Alva de CIDE – PUCP, este sustentó que existen tres tipos de sistemas tributarios: general,

especial y simplificado detallando que muchos microempresarios se acogen al régimen especial porque es más sencillo, ya que se aplica un tributo que se grava sobre las ventas netas, en 1.5% de manera mensual.

En el caso de las MYPES del mercado El Progreso, restaurantes, estas pagan tributos a la Municipalidad bajo el concepto de Merced Conductiva, por la operacionalización vigente de sus negocios, mas no sobre las ventas obtenidas de manera individual, por lo que no coincide con lo mencionado por el autor Sánchez, funcionando mayormente este tipo de sistema tributario para las empresas comerciales y/o servicios más remunerados. En todo caso las MYPES en estudio estarían dentro del Nuevo Rus ya que sus ingresos o adquisiciones estarían dentro de la segunda categoría de s/. 5,000 a 8,000 mensuales.

Así como aparecen día a día el surgimiento de mas MYPES, están van teniendo una fugaz participación en el mercado, ello originado por diversos factores que según Caro, (2013). El fracaso de las Micro y Pequeñas Empresas se debe a que muchos negocios se han lanzado sin el conocimiento elemental, los recursos indispensables y un modelo de desarrollo competitivo; en la que no logran ser productivas por falta de una visión estratégica y abusivos tributos implantados por el Estado.

Aportando así que en base a las investigaciones realizadas un hipotético posible origen del fracaso de las MYPES en estudio representado por el 57,1%, se debería a que estas solo realizaron estudios primarios, por ende muchas no desarrollan una visión a futuro, y/o a la vez no cuentan con conocimiento acerca de las técnicas para manejar eficientemente sus negocios, conocer las necesidades de los clientes, aplicar estrategias, etc por lo que recién del termino grado académico partiría las características de fracaso mencionado por el autor Caro, aclarando que ello puede ser un punto de referencia en un posible fracaso de estas MYPES.

CAPACITACIÓN

Para Torres, (2015). Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Esta conceptualización del autor coincide con las MYPES en estudio ya que el 85,7% menciono que, ayudado a mejorar el conocimiento de su personal, por lo que se puede analizar que la capacitación en cualquier unidad brinda beneficios independientemente del rubro y/o sector al que se dedique. Siendo ello parte de una ventaja competitiva y comparativa.

Por lo expuesto por Yllescas, (2012). El objetivo general de la capacitación es lograr la adaptación de personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea específica, en una organización.

Basándose en esta misma perspectiva , seguro tuvieron los propietarios de las MYPES puesto que el 71,4% manifestó que si capacito a su personal, ya que pudieron apreciar que en ella se puede potenciar y reforzar al mismo en las distintas actividades a desarrollar dentro de la unidad, a la vez que con la capacitación se puede adaptar a los cambios del mercado y desarrollo de nuevas tecnologías, pero ello no quita que la capacitación también se imparta a los demás miembros (administrador).

Según Morales, (2013). Las características de la capacitación son: promover el aprendizaje práctico, dinámico y creativo y desarrollar habilidades, destrezas y competencias laborales.

Lo expuesto por el autor armoniza con dos de los resultados obtenidos de la investigación el primero al mencionar que el personal se capacito mayoritariamente en atención al cliente representado por un 71,4% lo que le permitirá extender su aprendizaje practico y dinámico en el desenvolvimiento de sus actividades y trato al cliente, y el segundo en evidenciar que esta capacitación a mejorado el conocimiento del personal con 85,7%, lo

que se relacionaría con el desarrollo de competencias laborales entendida esta como la capacidad de entender eficientemente una labor.

Para Gómez, (2012). Los pasos de la capacitación son:

PRIMER PASO: Identificación de Necesidades.

SEGUNDO PASO: Técnicas e Instrumentos para identificar las Necesidades de Capacitación.

TERCER PASO: Definición de Objetivos.

CUARTO PASO: Elaboración del Programa.

QUINTO PASO: Ejecución. La evaluación puede hacerse al inicio, durante o al final del curso.

Lo presentado por el autor Gómez tendría su origen en la Municipalidad Provincial del Santa ya que fue esta la que organizo y dio paso a la capacitación para las MYPES en estudio, representado con un 71,4% opción otros, como parte de pre requisito para la obtención del carnet sanitario y su actualización respectiva, analizándose por lo consiguiente que esta capacitación se realizó para mejoras en todo aspecto de la MYPE y como referente para la sustentación de su carnet. Además de la actualización en temas referidos al rubro que permitan mejorar los niveles.

Según Cruz, (2013). Nacional Financiera enlista los siguientes tipos de capacitación:

- Capacitación para el trabajo.
- Capacitación promocional.
- Capacitación en el trabajo.

El tipo de capacitación impuesta a las MYPES en estudio fue de capacitación en el trabajo, ya que esta fue organizada para aquellas que ejecutan actividades del rubro restaurantes ya activas, tanto para las representantes como las trabajadoras. Cuyo interés fue el de enseñar, mejorar o impartir nuevos conocimientos o temas desconocidos.

Uno de los campos de aplicación de la capacitación más destacable según Díaz, (2011) es entrenamiento, este se centra en el desarrollo de habilidades, generalmente se aplica al

personal operativo. La capacitación se hace necesaria cuando hay novedades que afectan tareas o funciones, o cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo.

Existiendo coincidencia con el estudio ya que el 71,4% de las MYPES manifestó que se capacito al personal en atención al cliente, en términos clasificatorios ello es entrenamiento, puesto que los propietarios lo consideraron necesarios para elevar su nivel de servicio, detectándose que mucho del personal contratado no cuenta con estas fortalezas, que pueden afectar su rendimiento y fidelización de clientes al negocio. Entonces una forma de corregir ello es a través de la capacitación que finalmente trae un beneficio mutuo.

Según la manifestación de Aceves, (2013). Los beneficios de la capacitación son:

- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- Permite el logro de metas individuales.
- Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

Se observa que los beneficios de la capacitación corresponden a varios de los resultados. El primero que los representantes se capacitaron en manipulación y preparación de alimentos (42,8%), proporcionándoles confianza, posición asertiva y desarrollo en sus labores, actuando con alusión de lo correcto y fundamentando su accionar al buen servicio al cliente, el segundo es que la capacitación al personal en atención al cliente (71,4%) permite que elimine su ignorancia individual, realizando sus actividades con pautas y procedimientos eficaces colectivos, y por ultimo al considerar a la capacitación como una inversión (71,4%) esta faculta el desarrollo de progreso en diversos aspectos como productivos, de servicio y por ende económicos.

Si bien el autor Islas, (2013) fundamenta que los responsables de las áreas (jefes), por estar en contacto directo con el personal y tener la responsabilidad de lograr ciertos

objetivos, están en mejor posición para el proceso de capacitación, *ello no se puede apreciar con los resultados de la investigación ya que el 71,4% manifestó que reciben capacitación de otros (municipio), analizándose que no necesariamente la capacitación lo tendría que brindar los mismos miembros, sino instituciones especializadas en ello que permitan darle otro enfoque. Cabe señalar que el apoyo brindado por una institución externa también se debe a que muchos de estos propietarios no cuentan con los conocimientos esenciales para hacerlo, por ello se respaldan en el apoyo del municipio.*

De acuerdo a León, (2009). Los métodos más productivos en materia de capacitación son:

- Así tenemos en primer lugar que los programas de capacitación para un trabajo específico.
- Los programas de capacitación largos.
- Los programas que comprenden prácticas y participación activa.
- Los programas que proporcionan ejemplos visuales de rendimiento efectivo.

Los métodos empleados en la capacitación a las MYPES del mercado El Progreso rubro restaurante fueron dos: El programa con prácticas y participación activa donde se plasmaron videos relacionados a los temas antes mencionados, consiguiendo una mejor comprensión y retención de aprendizaje, y los programas de rendimiento efectivo que sirven como ejemplar de la efectividad a alcanzar si se sigue cada recomendación y pauta en la capacitación. Así mismo se resalta que esta capacitación no fue un trabajo específico ya que se analizaron varios temas y no fue prolongado puesto que se inició y culminó en una sola ocasión.

Según Franco, (2010). Smith habla de capacitación para el desarrollo de los empleados. En el que explica que los empleados necesitan sentir que la compañía sigue invirtiendo en cada uno de ellos, que su contribución profesional sigue siendo importante y que sus habilidades se están desarrollando de acuerdo con los objetivos globales de la organización. Además, invertir en los empleados genera varios tipos de lealtad como el compromiso con la calidad de los servicios que estos prestan, así como con los clientes internos y externos, los cuales son indicadores de las habilidades del negocio para continuar siendo relevante.

Del mismo modo a través de los resultados se concluyó que el 71,4% expreso que la capacitación es una inversión, que permite desembolsar dinero para que a cambio se obtenga un beneficio que brinde frutos en un plazo determinado. Siendo ello lo escrito por el autor al mencionar que al brindar capacitación al personal estos se sentirán que se está invirtiendo como parte de su formación laboral y profesional, ocasionado replicas por lo brindado a través del buen trato al cliente interno y externo y dando su mayor esfuerzo para el alcance de los objetivos.

Según Vizcarra, (2009). De acuerdo a la vida actual del mundo empresarial el termino capacitación está cambiando la forma de trabajo de las empresas, ayudan a mejorar los procesos por lo tanto; las organizaciones o empresas que la implantan logran ventajas competitivas al adoptarla en sus funciones.

Esta afirmación sería idónea para las MYPES en estudio ya que la capacitación recibida les ha permitido de forma general y/o mayoritaria mejorar sus procesos en cuanto a la preparación y manipulación de alimentos, enseñando pautas sanitarias de lavado ideal de verduras, carnes, tubérculos, etc hasta su cocción, formando ya un proceso de producción. Por otro lado en atención al cliente empezando por la higiene personal que deben tener los trabajadores para poder ofrecer su servicio, el trato, respeto, cordialidad y amabilidad que se le debe tener siendo este activo base para las MYPES y la razón de seguir manteniéndose. Por ello el autor Vizcarra hace hincapié que esta capacitación implantará ventajas competitivas al adoptarlas en sus funciones, siendo verídico e importante.

Según Cáceres, (2014). Este programa está dirigido a conductores y/o trabajadores de la MYPE de los sectores priorizados (agroindustria, madera y carpintería, cuero y calzado, confección textil, artesanía, metalmecánica, turismo, hotelería y gastronomía) que tengan de 1 a 100 trabajadores remunerados (incluyendo al dueño de la empresa) y mínimo un (01) año de funcionamiento con RUC activo e inscripción en el REMYPE. Los servicios serán prioritariamente de carácter técnico-productivo, pero también pueden incluir temas de: Gestión empresarial, calidad y diseños de productos, productividad de procesos,

condiciones y calidad del trabajo, competencias de los recursos humanos y capacidad de inserción de la empresa en los mercados.

Esta conceptualización expuesta por Cáceres, refleja relación paralela con los resultados obtenidos en el estudio al manifestar que se ofrecen programas de capacitación dirigidos a MYPES que cumplan con algunos requisitos mencionados líneas arriba, además de la diversidad de temas a tratar según el rubro optado, siendo así que en el estudio el 42,8% de las MYPES expresó capacitarse en preparación y manipulación de alimentos con el apoyo dado por la municipalidad, punto básico para el crecimiento y mejoras en el servicio brindado al cliente, por lo que se decidió capacitar en este aspecto, siendo la calidad, diseño de productos y productividad de procesos que encajarían con lo mencionado.

2.3. Marco Conceptual

Historia de los restaurantes

El origen de los restaurantes data desde el siglo XVIII, donde un francés que se dedicaba a la venta de alimentos (caldos) denominó a los mismos 'restaurants' ya que lo que preparaba daban energías y fuerzas a sus comensales para seguir trabajando, siendo el nombre lo que daría expansión de mercado, al francés.

Al mismo tiempo esta modalidad y nombre se impuso en Estados Unidos a través de un francés llamado Baptise Gilbert Paupal que aparte de vender sopas le agregaba frutas a su servicio, así el negocio de restaurante en la potencia mundial iba siendo invadida por franceses. Sin embargo, este presentó mayor auge luego de la segunda guerra mundial en el que muchas familias con buen ingreso optaban de vez en cuando almorzar en la calle, así es como poco a poco estos rubros se fueron diversificando hasta ya no solo pensar en cocinar bien sino de implantar el buen servicio y trato al cliente, para la diferenciación con los demás establecimientos.

En República Dominicana, una de cada tres comidas se hace fuera de casa. Los empleados en esta industria, incluyendo aquellos que trabajan a jornada parcial, suman más de ocho millones.

El comer fuera está representado por el poder adquisitivo de la población, por ende, al ver mayor ingreso, estos podrán gastar en comer más. Las comidas y bebidas consumidas fuera de la casa representan aproximadamente un 5% de la renta de los consumidores.

Así es como los restaurantes se convierten en locales, en el que se ofrece diversas comidas, según el gusto y público objetivo, además del ofrecimiento de otros servicios y productos, con un precio prefijado por estas. Teniendo una clasificación de tres, cuatro y cinco tenedores. Sin embargo, también los hay para aquellas personas que cuentan con bajos ingresos, como los ofrecidos por muchas MYPES.

Restaurantes

- Son establecimientos que se dedican a la venta de alimentos tales como desayuno y menú, cuyo fin es el de poder generar utilidades, pero a la vez ofrecer un buen servicio de atención a clientes que pueden ser muy exigentes o no. Esta preferencia y aceptación del público se va haber influencia por la calidad, precio y trato que se pueda ofrecer, aparte de factores secundarios como televisión, venta de líquidos, etc que satisfagan más allá de sus necesidades.

Las Micro y Pequeñas Empresas del rubro Restaurantes.

- Estos establecimientos se encuentran ubicados en el mercado El Progreso, existiendo actualmente siete de ellos, que ofrecen en general desayunos y menú, pero la diferencia radica en la sazón, trato, precio y sobre todo variación de los platos de manera diaria.

- Los clientes de dichos restaurantes puede variar ya que existen clientes, que son demasiado detallistas (prestan detalle al mínimo error), clientes que son activos, inactivos, clientes permanentes, eventuales, con bajo y medio nivel de compra, clientes influyentes,

no influyentes, clientes de acuerdo a su situación económica. Es decir, cada restaurante cuenta con un público objetivo definido y ello es una característica propia de cada local.

- Cada restaurante ubicado en el mercado El Progreso cuenta con aproximadamente desde una trabajadora hasta 4 o 5, ello depende básicamente del espacio de cada establecimiento, los restaurantes que cuentan con un solo puesto tienen 1 o 2 trabajadoras, más aquellos que cuentan con más de un puesto tienen de 4 a 5 trabajadoras siendo a la vez otro factor la demanda de clientes. La contratación de dichas trabajadoras se debe básicamente al volumen de ventas que perciben estos establecimientos.

- Estas trabajadoras persiguen funciones generales, sin embargo, cada una las realiza de manera específica, así en los restaurantes pequeños que existe una sola trabajadora esta se dedica a la preparación de los alimentos y lavado de los servicios (o dos). Por el contrario, en aquellos de mayor tamaño, donde hay de 4 a 5 trabajadoras cada una de ellas persigue una función a mencionar: Una se encarga de la cocina, otra de ayudar a la cocinera en picar y aderezar los alimentos, otra de recoger los servicios y lavar, y por último de atención al público.

- Los dueños de estos restaurantes son aquellos quienes invirtieron en el negocio, aquellos que lucharon poco a poco y a través de los años lograron posicionarse dentro del mercado, lo cual muchos de estos tienen más de 7 años en el rubro, realizando un proceso administrativo diario y con anticipado de las actividades y platos a preparar. Además algunos de estos dueños delegan de vez en cuando el control de sus negocios a trabajadoras de confianza, mientras que otros son los encargados y el motor de hacerlos funcionar.

Las Micro y Pequeñas Empresas del rubro Restaurantes y la Capacitación.

Si bien es cierto estas MYPES restaurantes, cuentan con años de operacionalización dentro del mercado, muchas de las veces las actividades que comprende preparación, atención, cobranza por los servicios, etc lo realizan de manera monótona e ineficiente, todo ello generado porque estas probablemente reciban algún o tan solo escasas capacitaciones para poder eliminar las deficiencias mencionadas o mejorar. Un

restaurante puede tener una excelente preparación de sus alimentos, sin embargo la atención que brindan no es la adecuada, una atención déspota haciendo que los futuros clientes ya no regresen por segunda vez o los clientes reales vayan buscando otras opciones , o en ocasiones ocurre lo contrario ya que muchos restaurantes ofrecen un buen trato, sin embargo el ambiente donde se elaboran los alimentos no es el adecuado, antihigiénico dando mala apariencia y experiencia que puede vivir un futuro cliente potencial. Y es que muchas veces los propietarios desconocen los efectos positivos que brindarían una capacitación adecuada a sus necesidades. Siendo sus planes cortoplacistas, puesto que no se proyectan a futuro, sino que viven el presente. Ante ello sería fundamental que los propietarios de cada restaurante y sus trabajadoras puedan recibir una capacitación durante cada cierto tiempo, con la finalidad de ir mejorando el déficit existente, buscar innovaciones y en especial un servicio idóneo, como valor a la atención.

Capacitación

Es el acto de poder potenciar y brindar nuevas formas de habilidades y conocimientos a los integrantes de una organización, todo ello inducido a mejorar los procesos, la posibilidad de posicionarse en un mercado cada vez más exigente y perfilar a los trabajadores para su propia autorrealización contribuyendo con los conocimientos adquiridos en cada capacitación a los objetivos plasmados.

III. HIPÓTESIS

El estudio de investigación no plantea hipótesis, ya que se encuentra solo en un tipo descriptivo, más no experimental.

IV. METODOLOGÍA:

4.1 Diseño de la Investigación: No Experimental, Transversal, Descriptivo y Cuantitativa.

Para la ejecución de la investigación se empleó un diseño de investigación No Experimental porque no se realizó la modificación de la variable capacitación en las MYPES rubro restaurante del mercado El Progreso, quedando intacta su forma de trabajo. Aplicándose una encuesta para conocer una realidad existente y seguidamente se pasó al procesamiento de datos para fines académicos.

La investigación se realizó bajo el diseño descriptivo porque solo se estudió la población en estudio, es decir, se observó, aplico una encuesta, describió y estudio las principales características de las MYPES del mercado El Progreso rubro restaurante, sus representantes y la variable capacitación. Más no se realizó una intervención directa que pueda modificar la realidad existente.

El trabajo así mismo fue cuantitativa, porque se midió la variable de capacitación en las MYPES – rubro restaurante del mercado El Progreso, empleándose para ello instrumentos de medición, recojo de información, tablas, etc que permitió analizar con mayor exactitud.

Además, que este estudio fue transversal ya que se realizó en una sola ocasión y con un tiempo prefijado con anterioridad, así se realizó en el año 2016.

4.2 Población.

El presente estudio se realizó con una población de 7 Micro y Pequeñas empresas rubro restaurante del mercado El Progreso año 2015 de las cuales se estudio a toda la población, siendo el estudio de investigación un segmento totalitario que permitió analizar las principales características de capacitación.

Además, para cuantificar el número de la población se realizó un sondeo, ya que en un primero momento no se pudo acceder al padrón de los socios y por otro lado la zona de estudio es de mediana longitud siendo más accesible cuantificarla (Ver anexo N° 1 Relación de MYPES).

4.3 Definición y operacionalización de la variable.

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Capacitación	Actividad encaminada a brindar información en un aspecto específico a los propietarios y trabajadores de una unidad, ejercida por una institución especialista en dichos temas, cuyo grado de resultados es medido por el impacto positivo causado al personal, y valoración dada por los representantes.	Institución	Bancos Universidades Institutos Otros No Recibe	Nominal
		Aspecto específico	Ventas Atención al cliente Higiene y seguridad Preparación y manipulación de alimentos Otros No capacito	Nominal
		Tipo capacitación al personal	Preparación de comidas Atención al cliente Higiene y seguridad Competitividad y emprendimiento No capacita a su personal	Nominal

		Mejoramiento del conocimiento de su personal	<p>Si porque permite el desarrollo de las habilidades y conductas de todos los miembros.</p> <p>No, porque para lograr el mejoramiento del conocimiento de personal no basta con el tiempo de capacitación.</p>	Nominal
		Valoración.	<p>Inversión</p> <p>Gasto</p>	Nominal

4.4 Técnicas E Instrumentos de Recolección de Datos.

Técnica Encuesta: Para el trabajo de investigación se utilizó la técnica de encuestas siendo esta la que se aplicó a los 7 representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio.

Instrumentos de Recolección de Datos: Fue el cuestionario el mismo que se estableció a la MYPES, siendo a la vez una encuesta personal la que se realizó en presencia de los mismos para lograr un mejor análisis y observación, formulándose 5 preguntas de las características generales de los representantes, 3 preguntas de las MYPES en estudio y por ultimo 7 preguntas de la variable que se estudió: capacitación las cuales fueron empleadas para la obtención de tablas (V. Resultados) y figuras (Anexo N° 4).

4.5 Plan de Análisis.

Excel: Luego de haber aplicado la encuesta a los dueños de las MYPES rubro- restaurante del mercado El Progreso, quienes fueron accesibles a esta, se obtuvo información necesaria la cual fue procesada en el programa Excel, en donde se ilustraron tablas y figuras correspondientes a la investigación para la sustentación del análisis de resultados. Para el análisis de datos se emplearon formulas estadísticas que permitieron obtener resultados concretos e interpretaciones sobre las principales características de capacitación de las MYPES- rubro restaurante, sector servicio del mercado El Progreso.

Word: Que fue el de más apoyo para la realización, procesamiento e interpretación no solo de los datos obtenidos del trabajo de campo sino también de la parte teórica que sustentará los objetivos de dicha investigación.

Pdf: Facilito la presentación de los trabajos sin que ellos sufran alteraciones por los diversos programas empleados, siendo ello parte del informe final consolidado.

4.6 Matriz de Consistencia.

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población	Hipótesis	Diseño	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante , Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015?	<p>a. Objetivo General</p> <p>Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.</p> <p>b. Objetivos Específicos</p> <p>Determinar las</p>	C A P A C I T A C I Ó N	7 Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante , mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.	El estudio de inversión no plantea hipótesis, ya que se encuentra solo en un tipo descriptivo, más no experimental.	Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó un diseño NO EXPERIMENTAL -TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO- CUANTITATIVA. No Experimental : Porque no se realizó la modificación de la variable capacitación en las MYPES rubro restaurante del mercado El Progreso, quedando intacta su forma de trabajo de las mismas y la variable en estudio (capacitación).	<p>Técnica Encuesta: La que se aplicó a los 7 representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio.</p> <p>Instrumentos de Recolección de Datos: Fue el cuestionario el mismo que se estableció a la población.</p> <p>Plan de Análisis:</p>

	<p>principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.</p> <p>Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso,</p>				<p>Transversal:</p> <p>Ya que se realizó en una sola ocasión y con un tiempo prefijado con anterioridad, así se realizó en el 2016.</p> <p>Descriptivo:</p> <p>Porque solo se estudió la población de estudio, es decir, se observó, aplico una encuesta, describió y estudio las principales características de las MYPES del mercado El Progreso rubro restaurante, sus representantes y la variable capacitación.</p> <p>Cuantitativa:</p>	<p>Excel: En donde se ilustraron tablas y figuras correspondientes a la investigación para la sustentación del análisis de resultados.</p> <p>Word: Fue el de más apoyo para la realización, procesamiento e interpretación no solo de los datos obtenidos del trabajo de campo sino también de la parte</p>
--	--	--	--	--	--	--

	<p>Distrito de Chimbote, 2015.</p> <p>Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.</p>				<p>Porque se midió la variable de capacitación en las MYPES – rubro restaurante del mercado El Progreso.</p>	<p>teórica que sustentará los objetivos de dicha investigación.</p> <p>Pdf: Facilito la presentación de los trabajos sin que ellos sufran alteraciones por los diversos programas existentes, siendo ello parte del informe final consolidado.</p>
--	--	--	--	--	--	---

4.7 Principios Éticos.

La siguiente investigación se confecciono con la aplicación de principios éticos que permitan dar autenticidad al trabajo, así tenemos:

- Aplicación del principio ético de respeto ya que se valoró los derechos de los dueños de estas MYPES, que se sintieron perjudicados con las publicaciones de estos resultados (datos personales), sobre todo en nombre del restaurante, dirección, nombre de los dueños de las mypes, etc que en un primer momento desconfiaron, pero luego mostraron predisposición y autorización para la publicación.

- Aplicación del principio ético de confiabilidad ya que los datos que se expusieron en todo la investigación fueron reales redactándose así si pertenecen a autores o si es de la autora de la investigación, de igual manera se demostró confiabilidad ya que la información expuesta tuvo sustento en los libros, blog, textos angelinos, entre otros empleados para la construcción de nuestro estudio.

- Aplicación del principio ético de beneficencia puesto que la investigación que se realizó es y será beneficioso para otros estudios de investigación a realizar y/o análisis de las MYPES rubro restaurantes a nivel de todo el distrito de la ciudad.

- Aplicación del principio ético de responsabilidad puesto que se cumplió conforme lo estipulado en los diversos manuales de investigación de la Uladech y además se demostró responsabilidad al cumplir en un solo momento y tiempo determinado la aplicación de técnicas e instrumentos de evaluación.

- Aplicación del principio ético de no maleficencia debido a que no se buscó perjudicar a la población en estudio, solo analizar, observar, aplicar, procesar e interpretar a través de las técnicas, programas informáticos y estadísticos que permitieron darle una respuesta a los objetivos planteados.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1.

Características generales de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Datos generales:	N° MYPES	Porcentaje
Edad (años)		
18 - 30	0	0,0
31 - 50	3	42,9
51 a más	4	57,1
Total	7	100,0
Género		
Masculino	0	0,0
Femenino	7	100,0
Total	7	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	1	14,3
Primaria	4	57,1
Secundaria	2	28,6
Superior no universitaria	0	0,0
Superior universitaria	0	0,0
Total	7	100,0
Cargo		
Dueño	7	100,0
Administrador	0	0,0
Gerente	0	0,0
Total	7	100,0
Tiempo que desempeña el cargo (años)		
1 a 3	0	0,0
4 a 6	1	14,3
7 a más	6	85,7
Total	7	100,0

Fuente: Encuesta Aplicada a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Tabla 2.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

De la Empresa:	N° MYPES	Porcentaje
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
0 a 3	0	0,0
4 a 6	1	14,3
7 a más	6	85,7
Total	7	100,0
Número de trabajadoras (es)		
1 a 5	7	100,0
5 a 10	0	0,0
11 a más	0	0,0
Total	7	100,0
Su empresa se creó para:		
Generar ganancia	5	71,4
Subsistencia	2	28,6
Total	7	100,0

Fuente: Encuesta Aplicada a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Tabla 3.

Características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Capacitación	N° MYPES	Porcentaje
Recibe usted capacitación		
Si	5	71,4
No	2	28,6
Total	7	100,0
Institución que le brinda capacitación		
Bancos	0	0,0
Universidades	0	0,0
Institutos	0	0,0
Otros	5	71,4
No Recibe	2	28,6
Total	7	100,0
Usted se capacitó en		
Ventas	0	0,0
Atención al cliente	1	14,3
Higiene y seguridad	1	14,3
Preparación y manipulación de alimentos	3	42,8
Otros	0	0,0
No capacito	2	28,6
Total	7	100,0
Capacito a su personal		
Si	5	71,4
No	2	28,6
Total	7	100,0
Tipo de capacitación que ha recibido su personal		
Preparación de comidas	0	0,0
Atención al cliente	5	71,4
Higiene y seguridad	0	0,0
Competitividad y emprendimiento	0	0,0
No capacita a su personal	2	28,6
Total	7	100,0
Ha mejorado el conocimiento de su personal		
Si	6	85,7
No	1	14,3
Total	7	100,0
Para usted la capacitación es una		
Inversión	5	71,4
Gasto	2	28,6
Total	7	100,0

Fuente: Encuesta Aplicada a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

5.2. Análisis de resultados

Características generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Con respecto a la edad: El 57.1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 51 a más años (tabla N° 1). Estos resultados contrastan con los encontrados por Anticona, (2013) quien determina que el 50% de los representantes tienen entre 25 a 45 años, Muñoz, (2013) quien expone que el 50% de los representantes tienen entre 25 a 45 años, por Gómez, (2014) quien menciona que el 55,6% de los representantes tienen de 45 a más años, con Curalla, (2014) el cual indica que el 100% de los representantes tiene de 26 a 60 años, Rodríguez, (2015) quien muestra que el 62.5% de los representantes tiene de 46 a más años, y por ultimo con Carrasco, (2015) quien menciona que el 100% de los representantes tienen de 26 a 60 años. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas adultas de 51 a más años. *Ello se suscita principalmente, a que los representantes de las micro y pequeñas empresas iniciaron la incursión a sus negocios desde muy jóvenes, adaptándose a ese trabajo rutinario, y posicionándose dentro de ello. Otro motivo es el hecho que sus propietarias analizaron el negocio de restaurante como una vía de ingresos buenos, a diferencia de otros rubros, por lo que permanecen en el mismo hace muchos años, laborando con esfuerzo y dedicación. A comparación de los otros antecedentes donde los propietarios evidencian una minoría de edad en el ejercicio de sus labores.*

Con respecto al género del representante: El 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio manifiestan ser de género femenino (tabla N° 2). Estos resultados coinciden con los de Anticona, (2013) quien manifiesta que el 80% son de género femenino, Muñoz, (2013) quien expone que el 50% manifiesta ser de género femenino y a su vez concuerda con Carrasco, (2015) quien expone que el 50% de las representantes son del sexo femenino. Pero al mismo tiempo existe un contraste con

Gómez, (2014) quien menciona que el 66.67% manifiesta ser de género masculino y Curalla, (2014) el cual indica que el 58.3% son del sexo masculino. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas del género femenino. *Ello se manifiesta por la forma costumbrista que hasta hoy en día se idealiza en diversos sectores, que son las mujeres las que más se dedican a la cocina y tienen mejor sazón, por lo tanto al ser estas personas ya adultas y haberse formando dentro de esos parámetros las concibe a pensar lo mismo y a sus clientes potenciales y reales también, siendo la inclinación por optar a este rubro. Posicionándose el género femenino en la zona de estudio realizada. Lo que respaldan la mayoría de los antecedentes, pero a la vez hay un contraste donde se evidencia que el género masculino, también es representado por estas MYPES, según los estudios realizados por Gómez y Curalla. Lo cierto es que este resultado refleja el dominio total de la cocina, aun en esta época de cambios, en manos de las mujeres según los estudios.*

Con respecto al grado de instrucción del representante: El 57,1% menciono que solo realizaron estudios primarios (tabla N° 3). Este resultado coincide con lo mencionado por Anticona, (2013) quien determina que el 40% tienen grado de instrucción primaria, sin embargo contrasta con los resultados obtenidos por Muñoz, (2013) quien expone que el 50% tienen grado de instrucción secundaria completa, Gómez, (2014) quien menciona que el 44.4% tienen educación universitaria completa, con Curalla, (2014) el cual indica que el 58.3% tiene secundaria completa y por ultimo con Carrasco, (2015) quien menciona que el 50% tiene secundaria completa. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas con grado de instrucción primaria. *Esto surge porque, estas representantes de las micro y pequeñas empresas en busca de mejores oportunidades y salir de la mala situación económica que vivían desde muy jóvenes abandonaron sus estudios, con el objeto de buscar un empleo que le permita brindar una vida mejor a sus familias, padres y ellas mismas. Otro factor a considerar es el ámbito familiar ya que anteriormente para ellas , superarse era trabajar duro, sin*

importar que tengas educación, por lo que sus ideologías las hicieron madurar dentro de ese entorno, más no mirar en un futuro. A diferencia de los otros autores donde las MYPES en estudio (antecedentes) están dirigidas por representantes con secundaria completa e incluso estudios universitarios. Este contraste surge por la edad, ya que al ser más jóvenes comprenden que la clave para ser mejores empresarios es formarse académicamente y aplicar todo lo aprendido en su negocio para una mayor ventaja comparativa y competitiva.

Con respecto al cargo que desempeña el representante: El 100,0% manifiesta ser dueñas de sus MYPES (tabla N° 4). Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas con cargo de dueñas de sus propias MYPES. *Este motivo se debe a que estas mujeres adultas buscando la independencia y superación, decidieron establecer su propio negocio para generar sus propios ingresos, así mismo ellas decidieron poco a poco ir juntando su dinero con el objeto de comprar un puesto que años atrás estaban muy baratos a comparación de la actualidad, y en algunos otros casos han sido por el legado de sus parientes. Demostrándose así que las MYPES en estudio, son dirigidas por mujeres con eficaces habilidades para la toma de decisiones, crecimiento en el rubro y capacidad para su manejo.*

Con respecto al tiempo que desempeña el cargo el representante: El 85,7% menciona que laboran de 7 a más años en sus negocios y el 14,3% labora de 4 a 6 años (tabla N° 5). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que desempeñan el cargo más de 7 años.

El resultado refleja que las MYPES en estudio son lideradas por mujeres que poseen el conocimiento, capacidad, experiencia y buena dedicación que han tenido y lo siguen manteniendo para incursionar en los negocios, adquiriéndolo con el paso de los años y en otros casos ello se debe a que se acostumbraron a este trabajo arduo pero con frutos buenos para tener una mejor vida en muchos de las mencionadas. Siendo la experiencia la base para sus decisiones.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Con respecto al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 85,7% mencionaron que permanecen en el rubro de 7 a más años y el 14,3% permanece de 4 a 6 años (tabla N° 6). Estos resultados contrastan con los encontrados por Anticona, (2013) quien determina que el 60% se dedican al rubro más de 3 años, con Gómez, (2014) quien menciona que el 66.7% tienen menos de 10 años en el rubro, con los resultados encontrados por Curalla, (2014) el cual indica que el 50% permanecen en el rubro más 3 de años, existiendo un contraste a la vez con Rodríguez, (2015) quien muestra que el 62.5% menciono que labora de 10 años a más en la empresa y por ultimo con Carrasco, (2015) quien menciona que el 83% permanecen en el rubro de 3 a más años. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que permanecen en el rubro de 7 a más años. *Se concluye así, que el tiempo en que desempeñan el cargo y la permanencia en el rubro son equivalentes, haciendo mención algunas de las dueñas de las MYPES en estudio, que ellas laboran más de 20 años en el rubro , tiempo bastante experimental y con profundo conocimiento en la administración de este rubro , a diferencia de otros antecedentes que mencionan laborar más de 3 hasta 4 y menos de 10 años, entonces al pasar el tiempo podemos determinar que la opción del rubro restaurante en la zona de estudio tiene un gran legado.*

Con respecto al número de trabajadoras(es) de las MYPES: El 100,0% manifiesta contar de 1 a 5 trabajadoras(es) (tabla N° 7). Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que cuentan de 1 a 5 trabajadoras(es). *Esto surge porque en muchos casos las dueñas que poseen un solo puesto, tienen poca capacidad para una amplia atención al cliente y por ello la mano de obra también disminuye, contando ellas con un máximo de dos trabajadoras, y en otros casos en la cual tienen dos puestos cuentan con 3 a 4 y hasta 5 trabajadoras, ello se acontece por la infraestructura de los ambientes , gozando de una mayor cantidad de comensales ,*

ocasionando así que los costos de personal al igual que otros se eleven, pero que al final del día traerá el resultado proyectado por las dueñas, es decir, que las trabajadoras representan una inversión, y al contratar más, para las dueñas es un indicador que el negocio va en buena dirección.

Con respecto a la creación de la empresa: El 71,4% manifestó la creación de sus MYPES para generar ganancia y el 28,6 por subsistencia (tabla N° 8). Estos resultados coincide con Anticon, (2013) quien manifiesta que el 60% de la creación de sus negocios se dio para generar ganancia, seguidamente con los resultados obtenidos por Gómez,(2014) quien menciona que el 100% manifestó la creación de sus MYPES para generar ganancia, con Rodríguez, (2015) quien muestra que el 62.5% manifestó la creación de sus negocios generar ganancia y a su vez con Carrasco, (2015) quien hace mención que el 67% de las MYPES se formó para obtener ganancias. Pero a su vez contrasta con los resultados brindados por Curalla, (2014) el cual indica que el 83.3% de las MYPES se creó por subsistencia. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas quienes crearon la MYPE con el objetivo de generar ganancias. *Aquí podemos analizar que la creación de las MYPES tanto en los antecedentes como en el estudio se originaron más allá de poder subsistir, sino para obtener mayores ingresos económicos que les permita mejorar su calidad de vida y la de su entorno ya que gracias a ello muchas dueñas brindan educación a sus hijos, en otros casos para emplearlo en mejoras de sus negocios, hogares, etc. Lo que deja en evidencia un apropiado ingreso en este rubro, y el adecuado manejo que se está llevando a cabo para considerarlo un medio de satisfacción de necesidades más allá de las básicas. Existiendo así mismo una diferencia con el antecedente mostrado por Curalla quien hace mención a la creación de las MYPES por subsistencia, de ello se deduce que al pasar el tiempo la rentabilidad de los negocios se ha ido superando.*

Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Con respecto a la pregunta ¿recibe usted capacitación? El 71,4% manifestó que si recibe capacitación y el 28,6% menciona que no (tabla N° 9). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que cuentan con capacitación. *Esto surge porque la mayoría de las MYPES en estudio, no son ajenas a este aspecto importante para su crecimiento en el mercado, logrando cada vez el mejoramiento de las actividades en cada uno de sus integrantes. Respaldando con el concepto de capacitación expuesta por Torres, (2015) quien menciona a la capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.*

Concretamente, la capacitación:

Busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa, en un proceso estructurado con metas bien definidas. Por la que las dueñas toman en importancia su participación, para la mejora de sus negocios.

Con respecto a la pregunta ¿de qué institución reciben capacitación?: El 71,4% manifestó que reciben capacitación de otros y el 28,6% no reciben (tabla N° 10). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que han recibido capacitación de otras instituciones.

Y esta opción “otros”, como mencionan las representantes, surge porque estas se capacitaron con la ayuda de la Municipalidad Provincial Del Santa, ya que tienen que renovar su carne sanitario, y antes de ello necesitan recibir capacitación en los diferentes aspectos que involucra el rubro restaurante, desde el ambiente y preparación de los alimentos hasta el servicio final y cobranza de los mismos. En donde luego de dicha asistencia, las representantes empezaron a poner en práctica lo aprendido,

evidenciándose así cambios positivos de su aplicación. Sin embargo se concluye que el único apoyo recibido en temas de capacitación es por parte de la municipalidad, mas no existe una iniciativa tanto de las representantes como las autoridades del mercado El Progreso para seguir mejorando los procesos tanto del personal como de sus negocios, que será finalmente un beneficio en común.

Con respecto a la pregunta ¿en que se capacito?: El 42,8% expreso capacitarse en preparación y manipulación de alimentos, el 28,6 % no se capacito, el 14,3% se capacito en atención al cliente, y el 14,3% se capacito en higiene (tabla N° 11). Estos resultados contrasta con los encontrados por Anticona, (2013) quien determina que el 100% manifestó capacitarse en otros y Carrasco, (2015) quien menciona que el 83% manifestó no capacitarse en ningún curso. Esto que la mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que han recibido capacitación en la preparación y manipulación de alimentos. *Ello nos permite analizar en los antecedentes el desinterés de las MYPES para llevar a cabo capacitación en alguna especialidad, seguidamente la capacitación de las MYPES en estudio en la preparación y manipulación de alimentos radica en el hecho que el municipio lo considero como un factor clave e imprescindible para la transformación de alimentos a consumir , puesto que los alimentos que se ingieren deben estar y ser preparados en buenas condiciones para no contraer problemas que pueden afectar a los clientes e incluso a las propias dueñas y trabajadoras , afectándose en primer lugar su salud y en segundo una sanción o multa a recibir , incluso rechazo definitivo de sus comensales. Entonces para evitar estas situaciones que ponen en riesgo el goce de los miembros de la sociedad, el municipio opto como tema principal la preparación y manipulación de alimentos. Así mismo podemos apreciar que el 14.3% se capacito en atención al cliente lo que es básico para su fidelización y perduración de los mismo y un 14,3% en higiene que es la carta de presentación en las MYPES, sobre todo porque procesan los alimentos a ingerir.*

Con respecto a la pregunta ¿capacito a su personal?: El 71,4% manifestó que si capacitó a su personal y 28,6% manifestó que no. (tabla N° 12). Estos resultados coincide con Carrasco, (2015) quien menciona en un 100% que si capacitaron a su personal. Pero al mismo tiempo contrasta con los resultados obtenidos de Muñoz, (2013) quien determina que el 70 % manifestó que no capacitó a su personal, seguidamente Curalla, (2014) quien expone que el 75% no capacitó a su personal y finalmente contrasta con Rodríguez, (2015) quien muestra que el 62.5% no capacitó a su personal. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que han recibido capacitación y a la vez han capacitado a su personal. *Se analiza el grado de avance con respecto a la capacitación que se imparte a los trabajadores de las MYPES durante los últimos años, ello lo respalda el antecedente de Carrasco quien menciona en un 100% que si capacitaron a su personal, cifras parecidas y positivas a las MYPES en estudio, ya que años atrás como los antecedentes del 2013 y 2014 nos muestran que no se tomaba interés en capacitar al personal, muchas veces por la falta de conocimiento que les permita ver los beneficios de la capacitación, y hoy en día gracias a las instituciones como el municipio pueden acceder a la capacitación y ver los resultados óptimos en la preparación, manipulación de los alimentos y otros servicios.*

Con respecto a la pregunta ¿qué tipo de capacitación ha recibido su personal?: El 71,4% manifestó que se capacitó en atención al cliente y 28,6% manifestó no capacitar (tabla N° 13). Estos resultados contrasta con Curalla, (2014) quien expone que el 75% manifestó no precisar qué tipo de capacitación han recibido y a la vez contrasta con Carrasco, (2015) quien determina que el 100% capacitó a su personal en el puesto que desempeñan. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que han capacitado a su personal en atención al cliente. *Se concluye que la mayoría del personal de las MYPES en estudio se capacitaron en atención al cliente, lo cual demuestra ya un gran progreso y esfuerzo que hace el municipio en impartir conocimiento de cómo debe ser tratado el cliente, que se le debe brindar para su satisfacción, buena expectativa*

y asistencia continua a estos restaurantes. Pero a la vez hay un contraste con los otros antecedentes ya que si bien es cierto sus trabajadores se capacitaron, no precisan en que, y uno menciona en las funciones que desempeñan, deduciendo que no están viendo los beneficios de lo impartido en la capacitación o capacitaciones que han podido recibir.

Con respecto a la pregunta *¿percibe que ha mejorado el conocimiento de su personal?:* El 85,7% manifestó que sí y el 14,3% manifestó que no (tabla N° 14). *Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que han concluido que la capacitación ayudado a mejorar el conocimiento del personal a través de la mejora en el trato que ha recibido el cliente, observado momentos después del tiempo de capacitación y determinando este factor necesario para su estabilidad en el mercado. Estos resultados reflejan lo expuesto por Yllescas, (2012) quien menciona que el objetivo general de la capacitación es lograr la adaptación de personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea específica, en una organización. Entre los objetivos principales de la capacitación se encuentran los siguientes: Incrementar la productividad, promover un ambiente de mayor seguridad en el empleo, facilitar la supervisión del personal, proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para el eficiente desempeño del trabajador, desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados, etc.*

Con respecto a la pregunta *¿para usted la capacitación es una?* El 71,4% expreso que es una inversión y el 28,6% expreso que es un gasto (tabla N° 15). Estos resultados coincide con Anticono, (2013) quien determina que el 60% expreso que es una inversión al igual que Carrasco, (2015) quien expone que el 100% menciona que la capacitación es una inversión. Pero a su vez contrasta con Muñoz, (2013) quien manifestó que el 60% expreso que no es una inversión y Curalla, (2014) quien expuso que el 58.3% no sabe precisar a la capacitación como una inversión. *Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015 están siendo dirigidas por personas que han constatado que la*

capacitación es una inversión, porque está trayendo mejoras en el negocio, sobre todo en los ingresos y atracción de más clientes, y por lo tanto volverían a realizarlo. Pudiéndose interpretar que la mayoría de las MYPES en estudio consideran a la capacitación como una inversión que posteriormente traerá resultados buenos a las MYPES y todos sus miembros, respaldado por los antecedentes de Anticona y Carrasco, pero a su vez las MYPES en estudio de Muñoz y Curalla no consideran a la capacitación como una inversión, pero tampoco como un gasto quedando impreciso como determinan económicamente a esta variable.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones:

La mayoría de las micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas adultas de 51 a más años, tienen grado instrucción primaria y vienen desempeñando el cargo de 7 a más años, así mismo la totalidad son de género femenino y el cargo que desempeñan es ser dueñas de sus propias MYPES.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas que permanecen en el rubro de 7 a más años, el origen de la creación de sus MYPES es para generar ganancia y la totalidad cuentan con 1 a 5 trabajadores (as).

La mayoría de las micro y pequeñas están siendo dirigidas por personas que han recibido capacitación, han recibido capacitación de otra institución que no está mencionada en las alternativas (municipio), así mismo manifiestan que si capacitaron a su personal, en atención al cliente, percibiendo que esta capacitación recibida ha mejorado el conocimiento del personal y considerando a la capacitación como una inversión, así mismo la mayoría relativa menciona capacitarse en preparación y manipulación de alimentos.

6.2 Recomendaciones:

- Realizar gestiones con la municipalidad para que los comerciantes no solo de dicho mercado en estudio sino a nivel general de la ciudad puedan tener la posibilidad de concluir sus estudios básicos y así lograr un mejor manejo de sus negocios en todo aspecto. E incluso les daría la posibilidad de poder especializarse y tener más anhelos laborales tanto para ellos como sus generaciones.
- Llevar a cabo capacitaciones semestrales en función a los cargos que desempeñan ya que si bien lo ejercen más de 7 años , hoy en día existen más medios para desempeñar una labor mejor y con resultados prósperos para la MYPE.
- Organizar charlas trimestrales sobre este aspecto característico para que conozcan los medios de cómo seguir manteniéndose pero con una mejora constante y no siempre en lo tradicionalista, ya que ello en algún momento cansa a los clientes. La experiencia es buena pero esta debe ser gestionada de manera correcta.
- Inculcar el concepto de creación para generar ganancias con una pasión de brindar un buen servicio para la satisfacción del cliente, de esta forma su ideología no solo se centrará en “ganar y ganar” sino hacer lo correcto para luego tener frutos. Lo que generará beneficios para todos sus integrantes internos y externos.
- Considerar dentro de sus planes de trabajo, realizar capacitaciones a las MYPES del rubro restaurante ya que se analizó que estas reciben únicamente apoyo del municipio por lo que, la autoridad de las MYPES en estudio debe promover y ejecutar las capacitaciones como símbolo de mejora no solo para sus propietarias sino también para prestigio y reconocimiento del mercado.
- Capacitar en temas de los cuales las propietarias en estudio no tienen el conocimiento debido que podría estar generándoles pérdidas en las ventas.

Referencias Bibliográficas:

- Aceves, D. (2013). *Capacitación de Personal*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/diego56464/beneficios-de-la-capacitacin>
- Aguirre, G. (2014). *Unión Europa concluye capacitación de PYMES en el país*. Recuperado de <http://www.radionicaragua.com.ni/noticias/ver/titulo:13089-union-europa-concluye-capacitacion-de-pymes-en-el-pais->
- Anticona, A. (2013). *Caracterización del financiamiento y la capacitación, de las mypes del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de conchucos, provincia de pallasca, periodo 2010 – 2011*. (Tesis de Maestría). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pallasca, Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034359>
- BBVA.(2015). *BBVA lanza ‘Camino al éxito’, una plataforma digital integral de Premios, formación y financiación para PyMEs*. Recuperado de <http://360es.com/es/bbva-lanza-camino-al-exito-una-plataforma-digital-integral-de-premios-formacion-y-financiacion-para-pymes/>
- Cáceres, R. (2014). *CAPACITACION Y FINANCIAMIENTO A LAS MYPES*. Recuperado de <https://prezi.com/8-yade725x-9/capacitacion-y-financiamiento-a-las-mypes/>
- Caro, R. (2013). *PORQUE FRACASAN LAS MYPES*. Recuperado de <http://thesmadruga2.blogspot.pe/2013/05/porque-fracasan-las-mypes.html>
- Carrasco, L.J (2015). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de huarmey, 2011-2012*. (Tesis de Título). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huarmey, Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037831>
- Cruz, A. (2013). *Tipos de capacitación ¿Cuál debes aplicar?* Recuperado de octubre de <http://www.pymempresario.com/2013/07/tipos-de-capacitacion-cual-debes-aplicar/>

- Curalla M.E (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios. rubro restaurantes del distrito de lampa. Periodo 2012-2013.* (Tesis de Título). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Juliaca, Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036315>
- Díaz, M. (2011). *Dónde Aplicar la Capacitación.* Recuperado de <http://www.capacitacion-ccem.com/2011/06/donde-aplicar-la-capacitacion/>
- Franco, C. (2010). *La capacitación, una inversión necesaria y estratégica.* Recuperado de http://www.tendencias21.net/La-capacitacion-una-inversion-necesaria-y-estrategica_a4317.html
- Gómez, F. H. (2014). *Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las mype, rubro restaurantes de la ciudad de chulucanas, año 2013.* (Tesis de Título). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chulucanas, Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034143>
- Gómez, R. (2012). *Los pasos del proceso de capacitación.* Recuperado de <http://es.slideshare.net/gogralex/los-pasos-del-proceso-de-capacitacin>
- Huamán, J. (2009). *Las Mypes en el Perú.* Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru>
- Islas, B. (2013). *Principios Fundamentales del Proceso de Capacitación.* Recuperado de <http://bic022013.blogspot.pe/2013/04/principios-fundamentales-del-proceso-de.html>
- León, L. (2009). *La capacitación en la empresa: Aspectos A tener en cuenta.* Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10312386>
- Ley 30056 *Ley Que Modifica Diversas Leyes Para Facilitar La Inversión, Impulsar El Desarrollo Productivo Y El Crecimiento Empresarial.(Martes 2 de julio de 2013)* Diario, sin p. Recuperado de http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf
- Ministerio de Industria. (2009). *Argentina y Brasil acuerdan poner en marcha un plan conjunto para la capacitación de Pymes.* Recuperado de

<http://www.industria.gob.ar/argentina-y-brasil-acuerdan-poner-en-marcha-un-plan-conjunto-para-la-capacitacion-de-pymes/>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. (Publicación de D. S. N° 009-2003-TR (REGLAMENTO). Lima, Perú: Autor. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Morales, E. (2013). *Definición, Importancia y Características de La Capacitación*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/EnriqueMoralesBonilla/definicion-importancia-y-caracteristicas-de-capacitacion>

Muñoz, E.P (2013). “*Caracterización del financiamiento, la capacitación de las mypes del sector servicios –rubro restaurantes de la ciudad de sullana periodo 2012*”. (Tesis de Título). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura, Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037710>

Ortiz, S. (2010). *Las pymes no saben exportar a Europa*. Recuperado de <http://www.cnnexpansion.com/manufactura/2010/06/21/las-pymes-no-saben-exportar-a-europa>

Rivera, D. Segnini, M. Zevallos, E. & Arce R. (2013). *Se realizó capacitación en innovación de procesos de negocios en PYMES costarricenses*. Recuperado de <https://observatorioredesempresariales.wordpress.com/tag/empresas/page/15/>

Rodríguez, D.Y (2015) “*Caracterización de la competitividad y la capacitación de las mypes del sector servicios- rubro pollerías del distrito de coishco, período 2012-2013*”. (Tesis de Título). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036840>

- Sánchez, M. (2015). *Soy una mype, ¿qué sistema tributario me conviene? Gestión*. Recuperado de <http://gestion.pe/tu-dinero/soy-mype-que-sistema-tributario-me-conviene-2124111>
- Terrones, L. (2014). *Feria del Emprendedor 2014, dirigida al 80% de mypes nacionales que no se capacitan*. Recuperado de <http://inspercom.org/index.php/feria-del-emprendedor-2014-dirigida-al-80-de-mypes-nacionales-que-no-se-capacitan/>
- Torres, C. (2013). *Europa ofrece cooperación para potenciar a las pymes*. Recuperado de <http://www.laprensa.hn/economia/laeconomia/383082-98/europa-ofrece-cooperaci%C3%B3n-para-potenciar-a-las-pymes>
- Torres, A. (2015). *Definición de capacitación, adiestramiento y desarrollo*. Recuperado de <https://prezi.com/rwetqp0sa13e/32-definicion-de-capacitacion-adiestramiento-y-desarrollo/>
- Vasquez, J. (2013). *Importancia de las MYPEs en el Perú*. Recuperado de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Vizcarra, N. (2009). *Importancia de la capacitación para las MyPE*. Recuperado de <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167>
- Yllescas, J. (2012). *Objetivos y Funciones de la Capacitación*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/yezkas-yeye/objetivos-y-funciones-de-la-capacitacin>

Anexo N° 01:

Cronograma de actividades

Fechas Actividades	2015		2016		2017															
	2015 - 1	2015 - 2	2016 - 1	2016 - 2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Elaboración del Proyecto de Investigación		X																		
Presentación de los Resultados de Investigación			X																	
Elaboración del Pre Informe Final del Trabajo de Investigación				X																
Registro de matrícula					X															
Redacción de páginas preliminares						X														
Revisión de la Literatura							X	X												
Metodología de la Investigación									X	X										
Resultados de la Investigación											X	X								
Conclusiones, referencias bibliográficas y anexos													X	X						
Informe final de investigación y elaboración del artículo científico															X					
Presentación del Informe Final de Investigación																X	X	X	X	

Anexo N° 02:**CUADRO DE SONDEO**

N0	Razón Social	Representantes	Dirección
1	“Los Internacionales”	Yolanda Huangal Molina.	Mercado “El Progreso” Psto 115.
2	“ Quezada”	Nelly Pereda Collantes.	Mercado “El Progreso” Psto 86 – 98.
3	“Las Delicias”	Delia Quispe Capa.	Mercado “El Progreso” Psto 14.
4	“Luz”	Luz Marlene Rojas Pinedo.	Mercado “El Progreso” Psto 135.
5	“Rosalia”	Lidia Julca.	Mercado “El Progreso” Psto 130 – 131.
6	“ El Amigo”	Aide Escobedo.	Mercado “El Progreso” Psto 93 – 124.
7	“D Piero & Jean Pool”	Ethel Corro Ruiz.	Mercado “El Progreso” Psto 101- 102.

Anexo N° 03:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

Estimados dueños, representantes y/o administradores de los restaurantes ubicados en el Mercado El Progreso, es grato dirigirme a ustedes y a la vez hacerles partícipes con su colaboración a contestar el siguiente cuestionario mediante la técnica encuesta, cuyo objeto es poder recoger información para contribuir al proyecto de investigación titulado: *Caracterización de la Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.*

Tesis que servirá para obtener el título de Licenciada en Administración.

ENCUESTADORA: Yosaira Roxana Valverde Huangal.

I. GENERALIDADES

I. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1.- Edad

- a) 18 -30 años. () b) 31 -50 años. () c) 51 a más años.

2.- Género

- a) Masculino. () b) Femenino.

3.- Grado de Instrucción

- a) Sin Instrucción. () b) Primaria. c) Secundaria. ()
d) Superior Universitario. () e) Superior No Universitario. ()

4.- Cargo que desempeña dentro de la Micro y pequeña empresa.

- a) Dueño. b) Gerente. () c) Administrador. ()

5.- Tiempo que desempeña el cargo.

- a) 1 a 3 años. () b) 4 a 6 años. () c) 7 a más años.

II. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

- a) 1 a 3 años. () b) 4 a 6 años. () c) 7 a más años.

7. ¿Cuántas trabajadoras (es) tiene la Mype?

- a) 1 a 5. b) 5 a 10. () c) 11 a más trabajadoras(es).

8. Su empresa se creó para:

- a) Generar ganancia. b) Subsistencia. ()

II. CAPACITACIÓN

II. REFERENTE A LA VARIABLE CAPACITACIÓN.

9. ¿Recibe usted capacitación?

- a) Sí. b) No. ()

10. ¿De qué institución recibe capacitación?

- a) Bancos. () b) Universidades. () c) Institutos. () d) Otros. e) No Recibe ()

11. ¿En que se capacito?

- a) Ventas. () b) Atención al cliente. () d) Higiene. ()
d) Preparación y manipulación de alimentos. e) Otros. () f) No capacito ()

12. ¿Capacito a su personal?

- a) Si b) No ()

13. ¿Qué tipo de capacitación ha recibido su personal?

- a) Preparación de comidas. b) Atención al cliente. () c) Higiene y seguridad. ()
d) Competitividad y emprendimiento. () e) No capacita a su personal. ()

14. ¿Percibe que ha mejorado el conocimiento de su personal?

- a) Si b) No ()

15. ¿Para usted la capacitación es una?

- a) Inversión. b) Gasto. ()

Anexo N° 04

Hoja de Tabulación:

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1. Edad del Representante	18 - 30	-	0	
	31 – 50	III	3	42,9
	51 a más	IIII	4	57,1
Total			7	100,0
2. Género del Representante	Masculino	-	0	0,0
	Femenino	IIII	7	100,0
Total			7	100,0
3. Grado de Instrucción del Representante	Sin instrucción	I	1	14,3
	Primaria	IIII	4	57,1
	Secundaria	II	2	28,6
	Superior Universitario	-	0	
	Superior No Universitario	-	0	
Total			7	100,0
4. Cargo que desempeña el Representante	Dueño	IIII	7	100,0
	Administrador	-	0	0,0
	Gerente	-	0	0,0
Total			7	100,0
5. Tiempo que desempeña el cargo el Representante	1 a 3	-	0	0,0
	4 a 6	I	1	14,3
	7 a más	IIII	6	85,7
Total			7	100,0

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
6. Tiempo de permanencia en el rubro	1 a 3	-	0	0,0
	4 a 6	I	1	14,3
	7 a más	VI I	6	85,7
Total			7	100,0
7. ¿Cuántas trabajadoras(es) tiene la MYPE?	1 a 5	IV II	7	100,0
	6 a 10	-	0	0,0
	11 a más	-	0	0,0
	Total		7	100,0
8. Su empresa se creó para:	Generar ganancia	IV	5	71,4
	Subsistencia	II	2	28,6
	Total		7	100,0

Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
9. ¿Recibe usted capacitación?	Si	NI	5	71,4
	No	II	2	28,6
Total			7	100,0
10. ¿De qué institución recibe capacitación?	Bancos	-	0	0,0
	Universidades	-	0	0,0
	Institutos	-	0	0,0
	Otros	NI	5	71,4
	No Recibe	II	2	28,6
Total			7	100,0
11. ¿En que se capacito?	Ventas	-	0	0,0
	Atención al cliente	I	1	14,3
	Higiene y seguridad	I	1	14,3
	Preparación y manipulación de alimentos	III	3	42,8
	Otros	-	0	0,0
	No capacito	II	2	28,6
Total			7	100,0
12. ¿Capacito a su personal?	Si	NI	5	71,4
	No	II	2	28,6
Total			7	100,0
13. ¿Qué tipo de capacitación ha recibido su personal?	Preparación de comidas	-	0	0,0
	Atención al cliente	NI	5	71,4
	Higiene y seguridad	-	0	0,0

	Competitividad y emprendimiento	-	0	0,0
	No capacita a su personal	II	2	28,6
Total			7	100,0
14. ¿Percibe que ha mejorado el conocimiento de su personal?				
	Si	III I	6	85,7
	No	I	1	14,3
Total			7	100,0
15. ¿Para usted la capacitación es una?				
	Inversión	III	5	71,4
	Gasto	II	2	28,6
Total			7	100,0

Anexo N° 5:

FIGURAS

1. Respecto a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

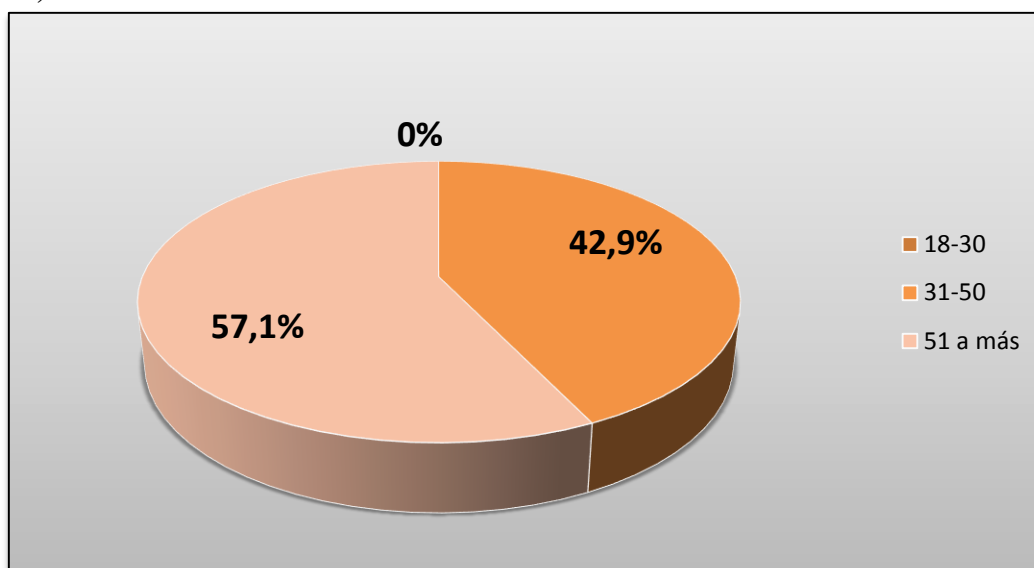


Figura 1: Edad del representante
Fuente: Tabla 1

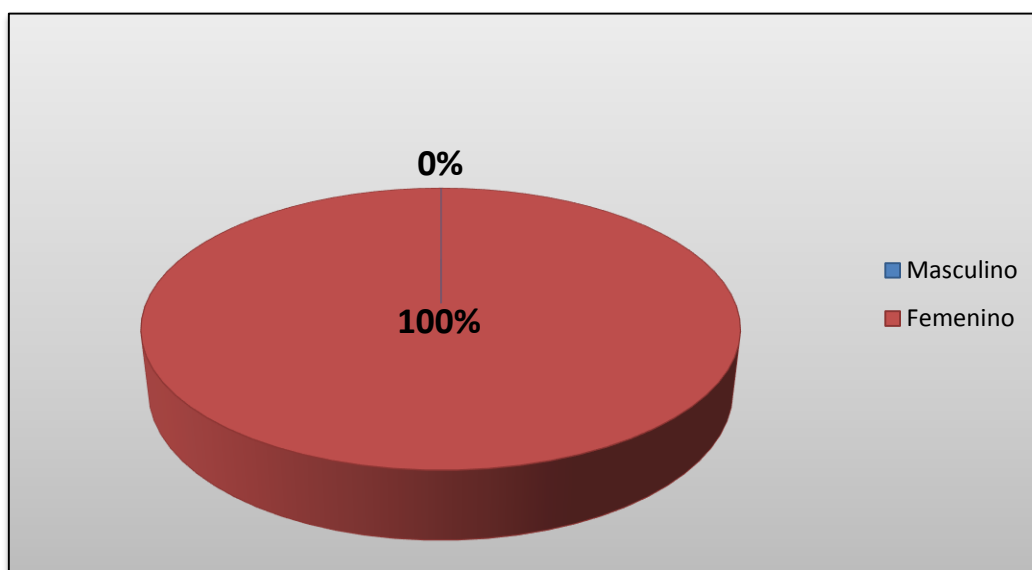


Figura 2: Género del representante
Fuente: Tabla 1

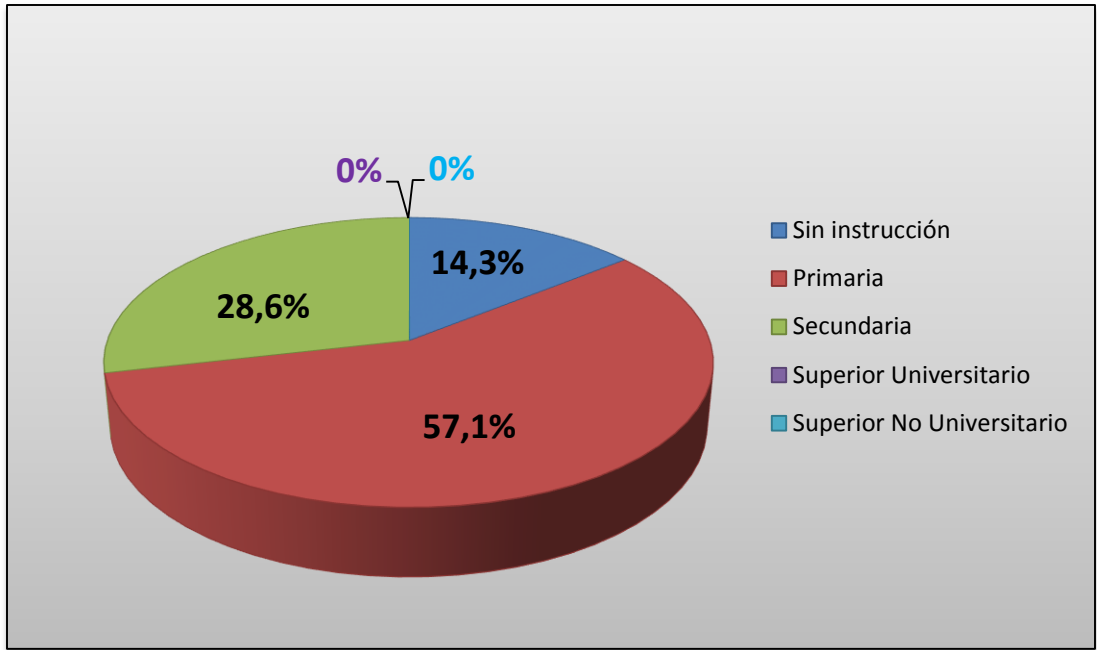


Figura 3: Grado de instrucción del representante
Fuente: Tabla 1

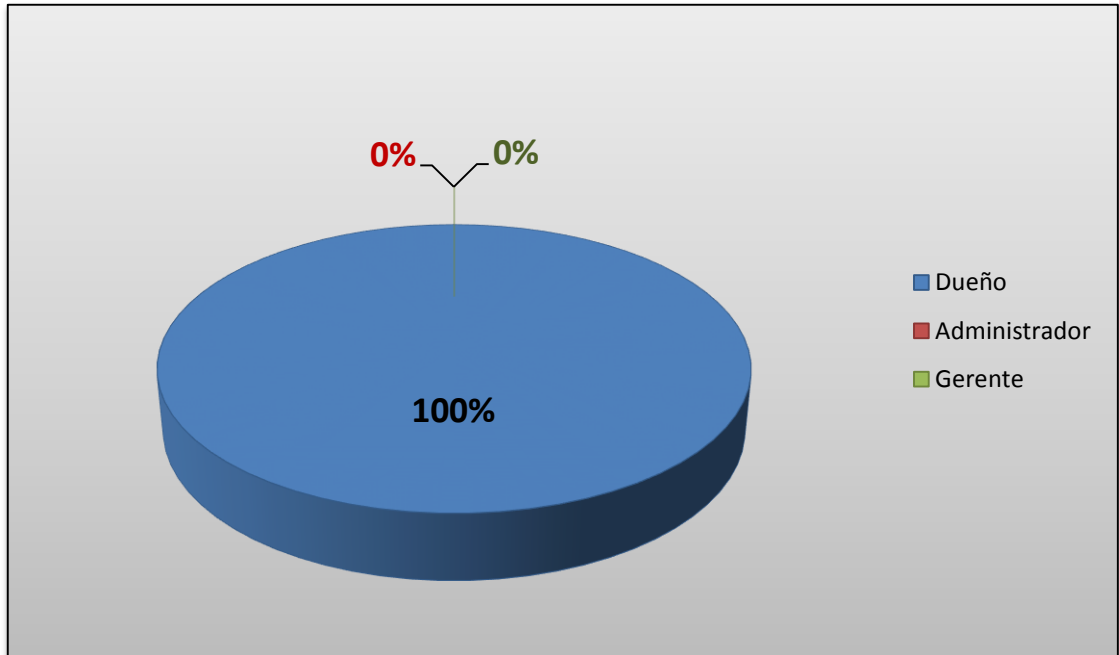


Figura 4: Cargo que desempeña el representante
Fuente: Tabla 1

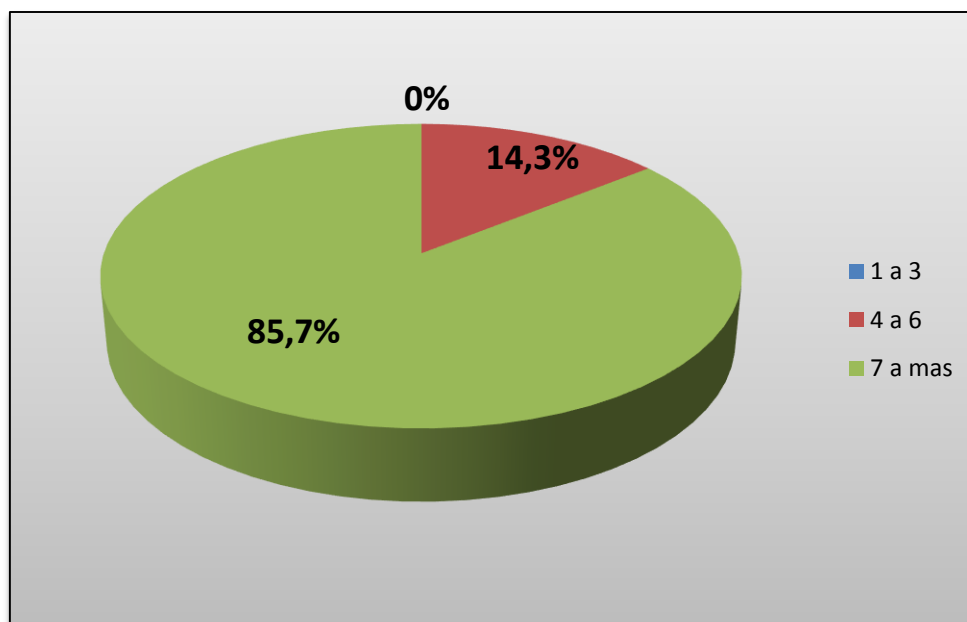


Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo el representante
Fuente: Tabla 1

2. Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

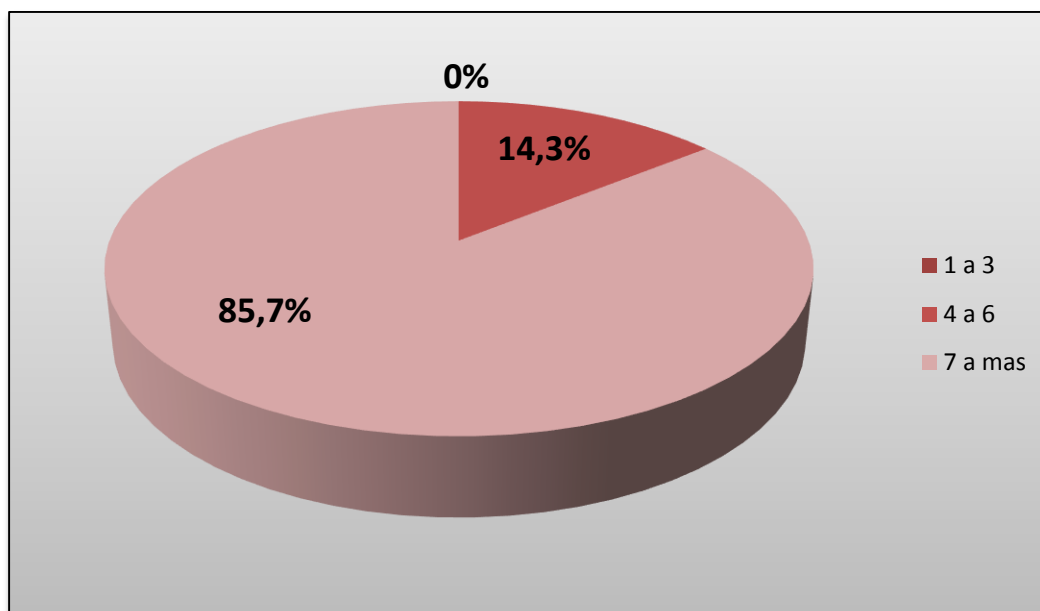


Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro
Fuente: Tabla 2

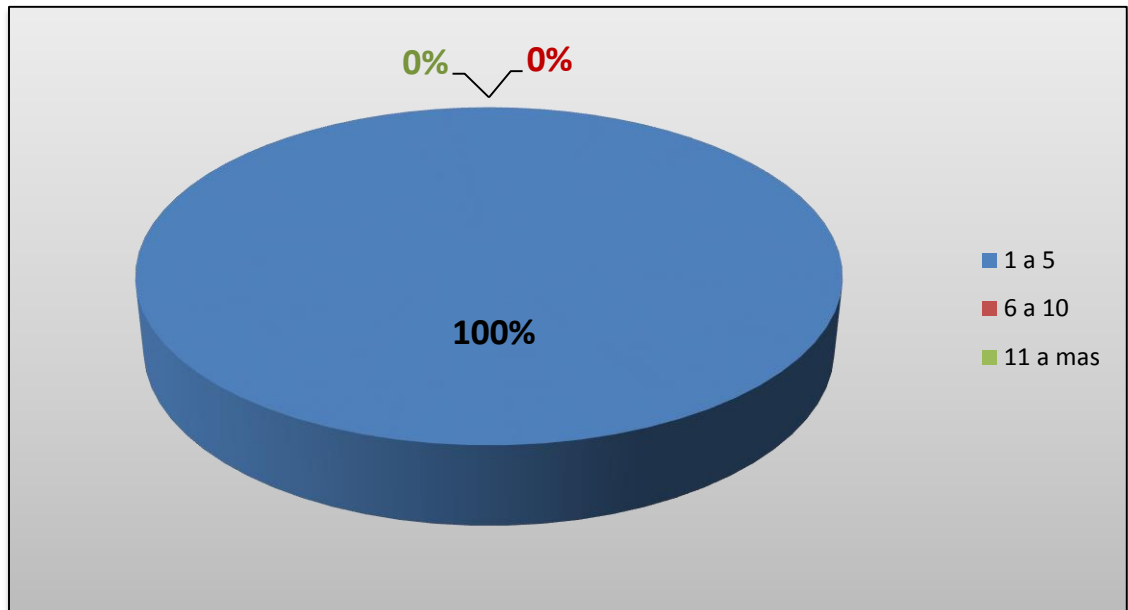


Figura 7: Número de trabajadoras(es)
Fuente: Tabla 2

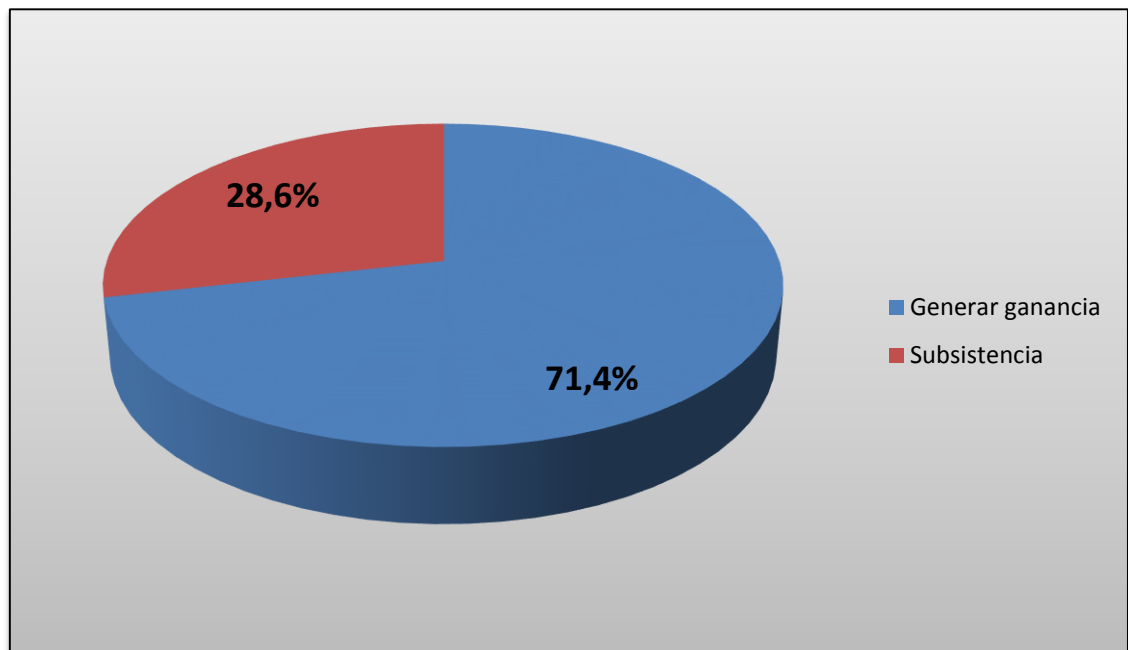


Figura 8: Su empresa se creó para:
Fuente: Tabla 2

Características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio– rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015.

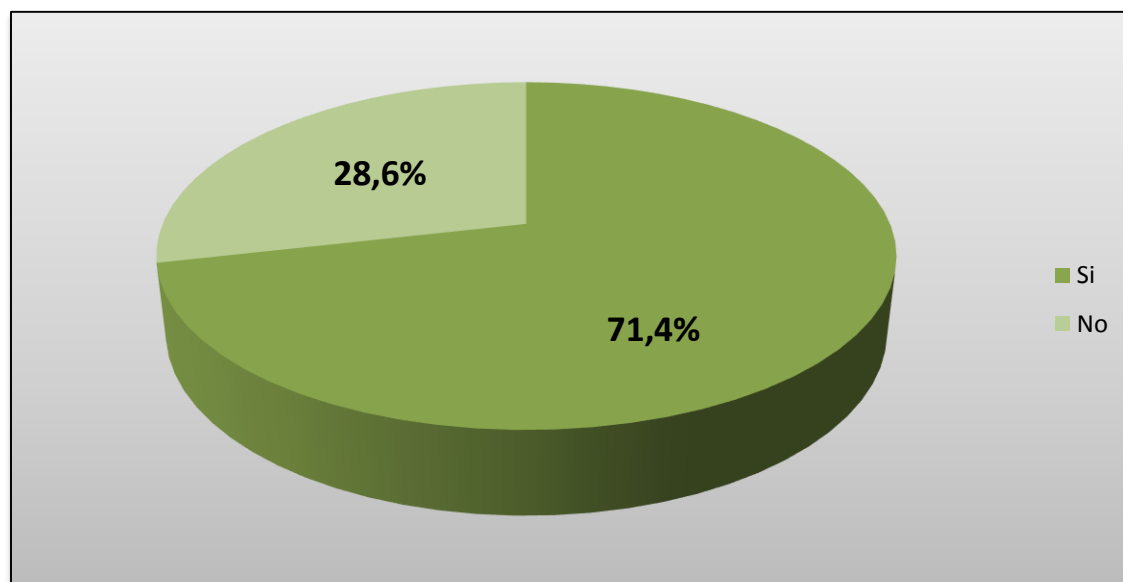


Figura 9: Recibe usted capacitación
Fuente: Tabla 3

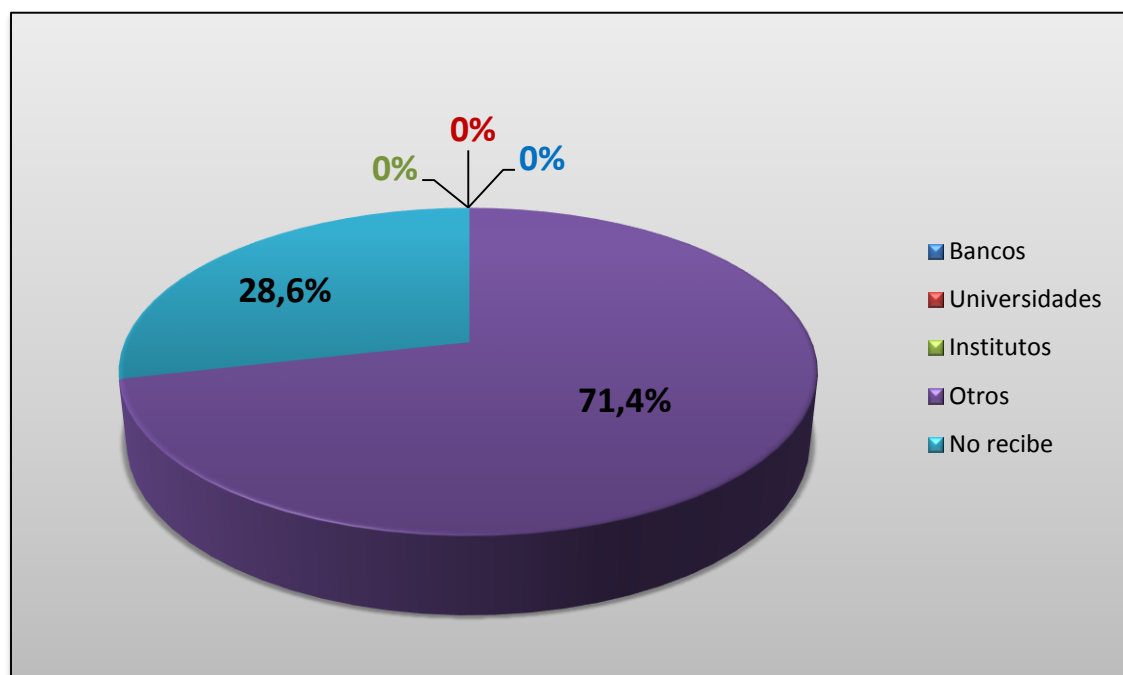


Figura 10: Institución que le brinda capacitación
Fuente: Tabla 3

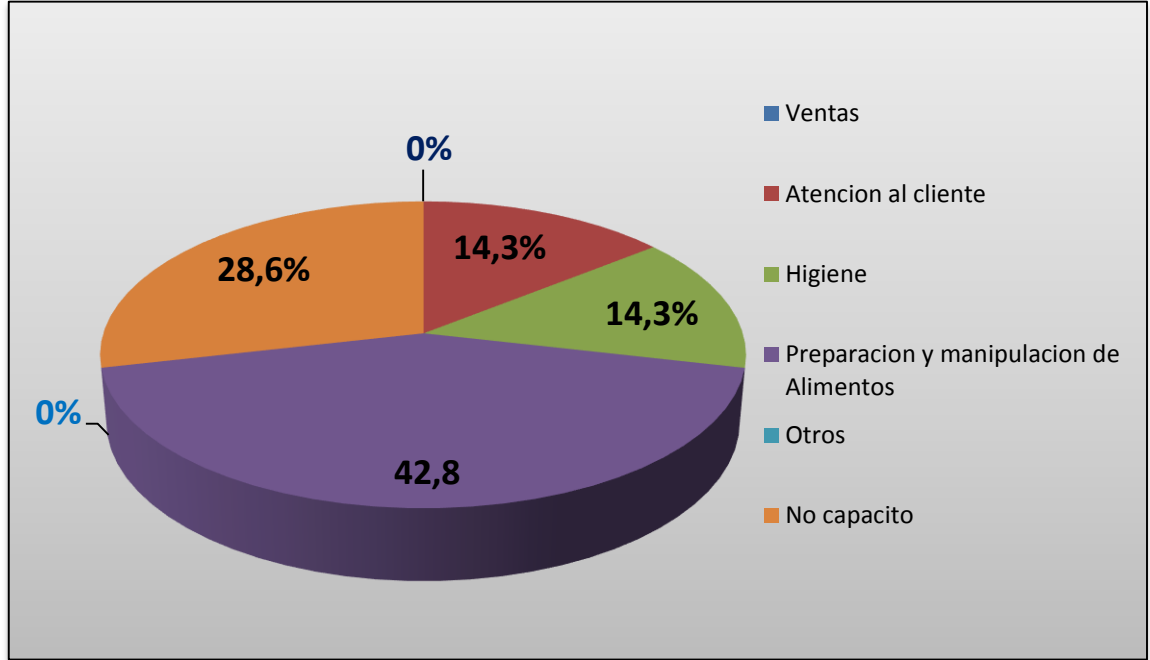


Figura 11: Usted se capacitó en
Fuente: Tabla 3

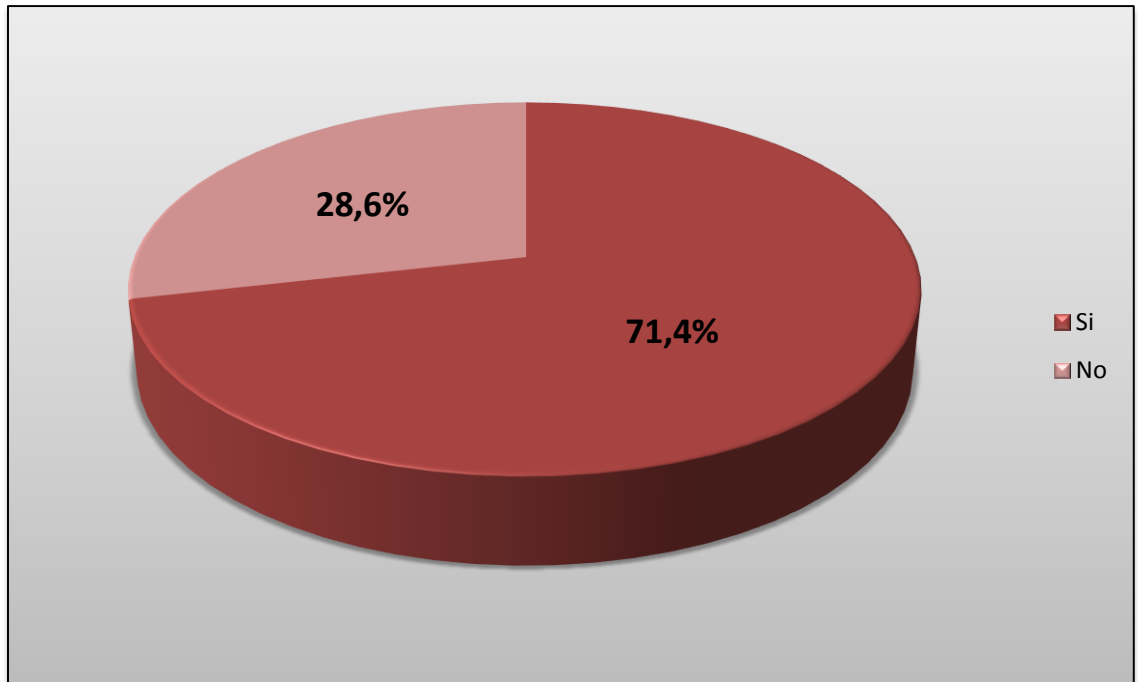


Figura 12: Capacitó a su personal
Fuente: Tabla 3

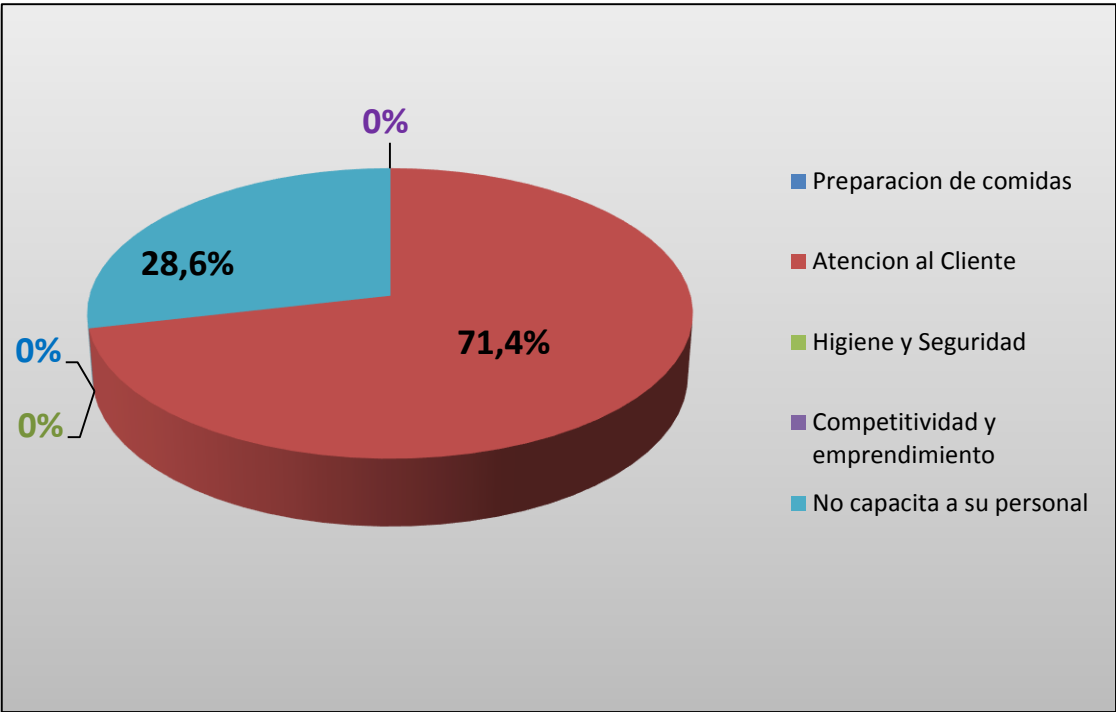


Figura 13: Tipo de capacitación ha recibido su personal
Fuente: Tabla 3

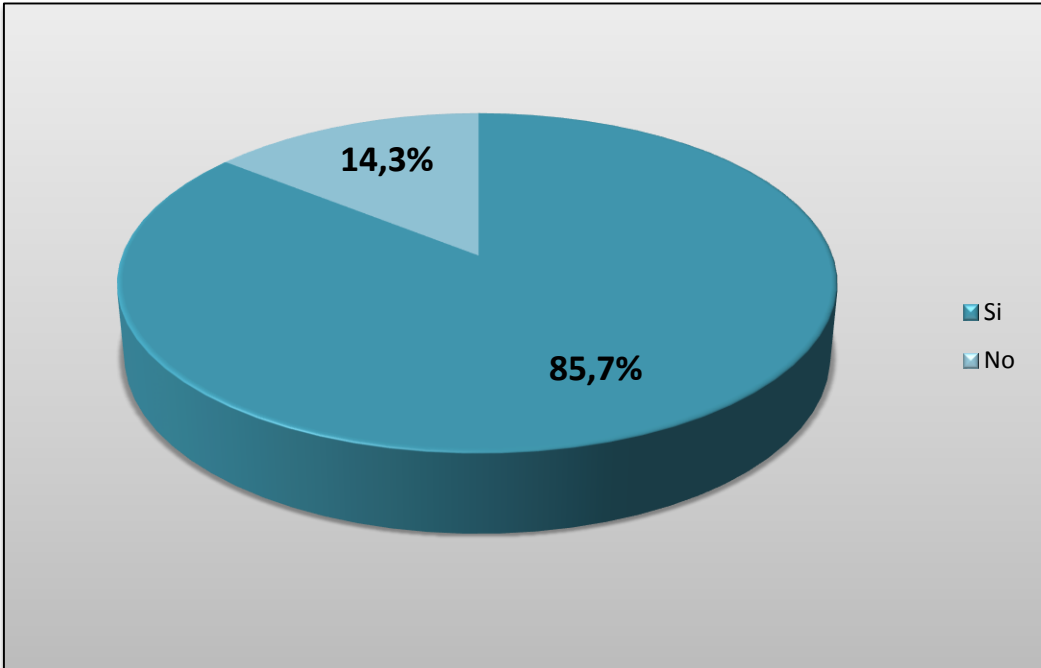


Figura 14: Ha mejorado el conocimiento de su personal
Fuente: Tabla 3

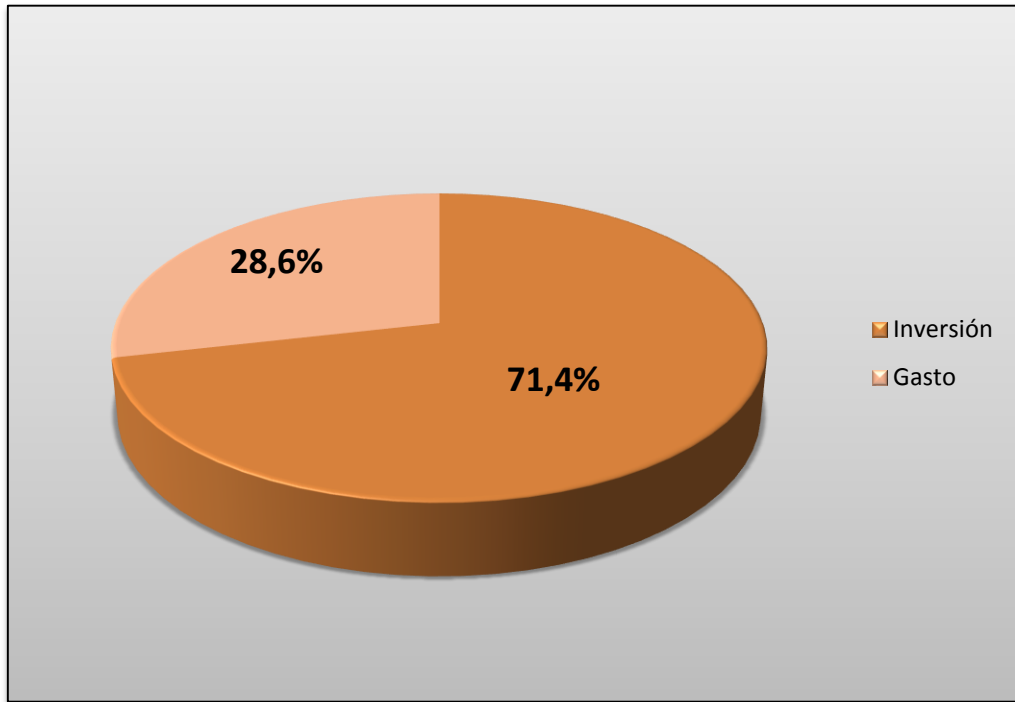


Figura 15: Para usted la capacitación es una
Fuente: Tabla 3

Presupuesto

N°	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Internet	120 horas	s/. 1.00	s/. 120.00
2	Impresión	400 hojas	s/. 0.30	s/. 120.00
3	Lápintero	3	s/. 0.50	s/. 1.50
4	Copias	50	s/. 0.10	s / . 5.00
5	Folder y Anillado	6	s/. 0.70	s/. 4.20
6	Pasajes	50	s/. 1.30	s/. 65.00
7	Costo del Taller	1	s/.1700	s/.1700
TOTAL				s./ 2015.70

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.