



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
INDUSTRIAL - RUBRO ELABORACIÓN DE
PRODUCTOS DE PANADERÍA DEL DISTRITO DE
CHIMBOTE, 2014

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

AUTORA:

Br. ISABEL FLORA VEGA OCAÑA

ASESOR:

Dr. REINERIO CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José Germán Salinas Gamboa
Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez
Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos
Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme la dicha de la salud, bienestar físico y espiritual para salir adelante y culminar con éxito la meta que me he trazado, la de ser una buena profesional.

A mis Padres por estar a mi lado en todo momento; en especial a mi madre por su apoyo constante.

DEDICATORIA

A mis padres, como agradecimiento al esfuerzo, amor y apoyo incondicional, durante mi formación personal y profesional.

A nuestros docentes, por brindarnos sus conocimientos y apoyo durante nuestra formación profesional.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales "Características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) del Sector Industrial - Rubro Elaboración de Productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014". El diseño de investigación aplicada fue cuantitativa-descriptiva, diseño no experimental transversal; para el recojo de información se trabajó con una población muestral de 20 micro y pequeñas empresas (MYPES) a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 14 preguntas cerradas, la técnica de investigación aplicada fue la encuesta. En la investigación se obtuvo los siguientes resultados: El 65% de los representantes tiene la edad entre 31 a 50 años de edad. El 85% de los representantes son del género masculino. El 40% de los representantes tienen el grado de instrucción Superior Universitaria. El 75% de las Mypes están representados por los propietarios. El 100% de las Micro y pequeñas empresas han sido formados de manera individual. El 70% de las MYPES tienen más de 8 años de permanencia en el mercado. El 70% de los representantes considera que el objetivo de la empresa es generar ganancias. El 90% de las empresas se encuentran debidamente formalizadas. El 100% de los de los representantes sí conoce el término capacitación. El 90% considera que la capacitación es necesaria. El 50% de los encuestados ha recibido capacitación de 1 a 3 veces en los últimos años. El 45% capacitó a su personal en atención al cliente. El 90% considera que la capacitación es una inversión. El 100% de los representantes considera que la capacitación sí mejora el rendimiento de los trabajadores. Se concluye que, la mayoría de los representantes de las MYPES son personas adultas, cuyas edades fluctúan entre 31 a 50 años, tienen estudios universitarios y, consideran que la capacitación en sus trabajadores es muy importante, dado que mejora el desempeño y, permite obtener mayores beneficios en los trabajadores y las MYPES.

Palabras claves: Capacitación, Industria, Micro y pequeña empresa.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the main characteristics of the training in Micro and Small Enterprises (MYPES) of the Industrial Sector - Production of Bakery Products of the District of Chimbote, 2014. The applied research design was quantitative -descriptive, cross-sectional non-experimental design, for the collection of information we worked with a sample population of 20 micro and small enterprises (SMEs) to whom a structured questionnaire of 14 closed questions was applied, the applied research technique was the survey. In the research the following results were obtained: 65% of the representatives are between the ages of 31 and 50. 85% of the representatives are of the male gender, 40% of the representatives have the Higher Education degree. 75% of the Mypes are represented by the owners, 100% of the micro and small enterprises They have been formed individually. 70% of the MYPES have more than 8 years of permanence in the market. 70% of the representatives consider that the objective of the company is to generate profits. 90% of the companies are duly formalized. 100% of the representatives do know the term training. 90% consider that training is necessary. 50% of respondents have received training 1 to 3 times in recent years. 45% trained their staff in customer service. 90% consider that training is an investment. 100% of the representatives consider that the training does improve the performance of the workers. It is concluded that, most of the representatives of the MYPES are adults, whose ages fluctuate between 31 to 50 years, they have university studies and, they consider that the training in their workers is very important, since it improves the performance and, allows to obtain greater benefits for workers and MYPES.

Keywords: Training, Industry, Micro and small business.

CONTENIDO

	Pág.
1.- TÍTULO	i
2.- JURADO EVALUADOR.	ii
3.- AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA	iii
4.- RESUMEN Y ABSTRACT.	v
5.- CONTENIDO.	vii
6.- ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.	viii
I.- INTRODUCCIÓN	01
II.- REVISIÓN DE LITERATURA.	05
2.1.- Antecedentes.	05
2.2.- Bases teóricas.	10
2.3.- Marco conceptual.	23
III.- HIPÓTESIS.	30
IV.- METODOLOGÍA.	31
4.1.- Diseño de investigación.	31
4.2.- Población y muestra.	32
4.3.- Definición y operacionalización de las variables.	32
4.4.- Técnicas e instrumentos.	34
4.5.- Plan de análisis.	34
4.6.- Matriz de consistencia.	35
4.7.- Principios éticos.	36
V.- RESULTADOS	37
5.1.- Resultados	37
5.2.- Análisis de resultados.	40
VI.- CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES.	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	46
ANEXOS.	50

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

Tabla 1: Características generales del representante de las MYPES del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.	39
Tabla 2: Características generales de las MYPES del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.....	40
Tabla 3: Capacitación de las MYPES del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.....	41

ANEXOS:

• Figura 1: Edad de los Representantes de las MYPES.	57
• Figura 2: Género de los Representantes de las MYPES.	57
• Figura 3: Grado de instrucción del Representante de las MYPES.	58
• Figura 4: Cargo de los Representantes de las MYPES.	58
• Figura 5: Forma de organización de las MYPES.	59
• Figura 6: Tiempo de permanencia de las MYPES en el mercado.	59
• Figura 7: La empresa se creó.	60
• Figura 8: Formalidad de las MYPES.	60
• Figura 9: Conoce el término de capacitación.	61
• Figura 10: Considera necesaria la capacitación.	61
• Figura 11: Número de veces que ha sido capacitado.	62
• Figura 12: Tipo de capacitación que recibió su personal.	62
• Figura 13: Cómo considera la capacitación.	63
• Figura 14: La capacitación mejora el rendimiento en los trabajadores.	63

I.- INTRODUCCIÓN

El continente Europeo está conformado por 21 millones de PYMES, empresas pequeñas y medianas que emplean al 85 % de la fuerza laboral. Una cifra de peso importante que permite a Europa contribuir en una quinta parte al comercio mundial.

Italia está compuesta en su mayoría por microempresas. Pequeñas empresas como el mercado de pescado de Rialto, que emplean al 86 % de los italianos. Pero aquí, en este sector, ha caído el número de contrataciones desde antes de que comenzase la crisis, debido a la imposibilidad de estas empresas para seguir creciendo. La confianza empresarial italiana ha mejorado desde entonces, pero varía según la zona y el sector, por eso, la innovación y la especialización son fundamentales para el crecimiento.

En el presente estudio más del 90% de los encuestados considera que sí es importante la capacitación para el desempeño del personal y para que las MYPES tengan mayor permanencia en el mercado.

En términos económicos, cuando un empresario de la Mype crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye en mayor medida a la formación del producto bruto interno. Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados (Arinaitwe, 2006).

Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas, al respecto, Gálvez (2011), afirma que, en Estados Unidos el 52% de los empleos provienen de las pequeñas empresas, es por ello que ofrece cada año más y mejores condiciones para iniciar, desarrollar y consolidar, pequeños emprendimientos. Las iniciativas pueden ir desde negocios locales, hasta pequeñas empresas globalizadas, dependiendo del producto y los medios de comercialización, sin embargo, es de

esperarse que ante la reciente crisis financiera, tanto los actuales como los nuevos emprendedores tengan dudas y se hagan planteamientos acerca del asesoramiento y/o capacitaciones, o cualquier herramienta que pueda serles de utilidad para sacar sus negocios adelante.

El resultado, concuerda con los resultados obtenidos en la presente investigación, ya que el 100% de los encuestados considera que la capacitación mejora el rendimiento de los trabajadores, por lo consiguiente asegura el éxito empresarial, es por ello que es recomendable que los trabajadores de las MYPES reciban constantemente capacitaciones.

La capacitación es clave para contar con trabajadores y trabajadoras con mejores competencias laborales, pero también para mejorar la productividad de las empresas. En este sentido, el Gobierno Chileno, ha puesto en marcha un programa especial de apoyo para la mediana y pequeña (MYPES). Se trata del Bono de Capacitación para dueño gestor MYPES, que se otorgó el año 2010 en calidad de piloto en algunas regiones, pero que a partir del 2011 tiene plena cobertura nacional. En la Región de Antofagasta, esta iniciativa contempla más de 1.000 cupos en beneficio de la pequeña empresa. (Gálvez, 2011).

Dicho programa, tiene como principal objetivo entregar oportunidades de capacitación con una oferta pertinente a la realidad regional. De esta manera, se busca que las empresas de menor tamaño puedan mejorar su competitividad y productividad, accediendo a cursos en el área de su interés con oportunidad de elegir el lugar de formación en el marco de una gama predefinida. (García, 2011)

Es por ello la importancia de llevar adelante esta iniciativa, el Gobierno contempla un presupuesto nacional de más de 11 mil millones de pesos destinado a un segmento que tiene poco o nulo acceso a la capacitación vía Franquicia Tributaria. Esto debido a que sólo el 12% de los microempresarios y el 17% de los pequeños empresarios han efectuado capacitaciones. (Gálvez, 2011)

Esta realidad no es ajena en el Perú, la encuesta de Mype 2012 realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), sostuvo que sólo el 14.2% de las micros y pequeñas empresas (MYPES) asistieron en el año 2011 a eventos de capacitación relacionados a la gestión empresarial, mientras que el 85.8% no lo hizo. Esta investigación se ejecutó en las ciudades de Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Huancayo y Piura. (Gálvez, 2011)

De las MYPES que fueron capacitadas, el 21.8% fue para mejorar la atención al cliente, 18.4% sobre marketing, 12.4% calidad, 10.6% formalización y 6.4% sobre planes de negocio. El 6.1% fue capacitada en exportaciones, 5.6% en gestión de recursos humanos, 5.5% en gestión financiera, 3.1% en instrumentos financieros, 3% en ventas al Estado y 7.1% en otro tipo de capacitación. (Andina, 2013)

Es muy importante que las autoridades de nuestro país busquen mecanismos para incentivar a los responsables de las MYPES para que puedan invertir en la capacitación de su personal, si bien es cierto, todos coinciden que la capacitación mejora el desempeño del trabajador y contribuye al crecimiento de la empresa, son muy pocos los empresarios que invierten en la capacitación del personal a su cargo, prefieren hacer inversiones en infraestructura, ampliación de local, adquisición de equipos modernos, etc.

En la ciudad de Chimbote donde se desarrolló el estudio de investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la elaboración de productos de panadería, pero, se desconoce si estas MYPES capacitaron o no a su personal y si lo hicieron en qué temas se capacitaron, por lo que se consideró plantear el siguiente enunciado del problema:

¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial - rubro Elaboración de Productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014?.

Para dar respuesta al problema planteado, se cree conveniente plantear el siguiente objetivo general:

- Determinar las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, del Sector Industrial - rubro Elaboración de Productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2014.

Para dar cumplimiento al objetivo general es necesario plantear los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector Industrial - rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014.
- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, del sector Industrial - rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014.
- Determinar las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Industrial - rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014.

Finalmente, la presente investigación se justifica en la necesidad que tienen los trabajadores y empresarios de las MYPES del rubro de elaboración de productos de panadería, para conocer los beneficios de las capacitaciones, lo cual permitirá mejorar las condiciones de salubridad en el proceso de elaboración de sus productos, mejorar la atención a los clientes, entre otros beneficios importantes para la empresa y la comunidad Chimbotana. Asimismo, servirá como antecedente para estudios posteriores que podrían realizar los estudiantes de la escuela profesional de Administración de la ULADECH Católica, en relación a las MYPES del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote.

II.- REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1.- Antecedentes:

Vallejo, (2015) en su estudio titulado: *“Caracterización del Financiamiento y Formalización en las MYPES Comerciales, rubro Panaderías en el Distrito de Castilla, 2015”*, cuyo objetivo general fue: Identificar las características que tiene el financiamiento y formalización en las MYPES comerciales, rubro panaderías en del distrito de Castilla, 2015 y, en su investigación, llegó a las siguientes conclusiones: El 85% de los encuestados considera que la capacitación que reciben si los mantiene motivados. El 49% de los encuestados recibió capacitación para el trabajo. El 90% considera que la capacitación les permite un mayor liderazgo en su trabajo. El 55% indica que la Técnica de capacitación que han recibido es la Rotación en el puesto. El 76% considera que la capacitación fomenta el espíritu de trabajo. El 100% de los encuestados manifiestan que la capacidad o desempeño en su trabajo es bueno. El 87% considera que la capacitación recibida les permite tener un mejor desempeño laboral. El 90% de los encuestados perciben que la capacitación otorgada mejora sus actitudes a nivel laboral.

El estudio realizado por Vallejo, (2015) coincide con los resultados obtenidos en la presente investigación, por cuanto los representantes de las MYPES consideran que es muy importante el tema de la capacitación en sus trabajadores y que éste ha mejorado el desempeño y rendimiento de sus trabajadores; por consiguiente la empresa logrará permanecer en el mercado por mucho más tiempo, debido a que tendrá la aceptación de los consumidores.

Beltrán, (2014) en su estudio titulado: *“Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las MYPES del Sector Industria, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2014”*, cuyo objetivo fue: Describir las principales características de la capacitación y la gestión de calidad en las MYPES del sector industria en el rubro panaderías de la ciudad de Chimbote, 2014, llegó a las siguientes conclusiones: Respecto a los representantes: El 50,0% de los encuestados en las MYPES de

panaderías, son adultos, el 62,5% es de sexo masculino y el 37,5% de los propietarios tiene grado de instrucción secundario. Respecto a las MYPES: el 56,3% de las MYPES trabajan informalmente, a la vez que el 50,0% de MYPES encuestadas tienen entre 0 a 5 años en el rubro. Respecto a la capacitación: El 100% considera que la capacitación empresarial es una inversión, de los cuales el 93,7% consideró necesaria la capacitación en las empresas. Asimismo el 100% de las MYPES encuestadas consideró, que un personal capacitado ayuda a mejorarla rentabilidad de su negocio.

En los resultados obtenidos en la investigación realizada por Beltrán, (2014) resulta preocupante que el 56,3% de las MYPES trabajaban de manera informal y, en la presente investigación se evidencia que esta cifra ha disminuido considerablemente, por cuanto el 90% de las MYPES encuestadas se encuentran debidamente formalizadas, evidenciándose el empeño y esmero de los representantes de las MYPES por trabajar bajo los criterios legales establecidos en nuestro país, asimismo, la formalización les será de mucha ayuda, por cuanto podrán tener acceso a créditos financieros y así poder realizar mejoras en sus empresas.

Peralta, (2014) en su estudio titulado: *“Caracterización del Financiamiento, Capacitación y la Rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Manufactura – Rubro Elaboración de Productos de Panaderías del Distrito de Ventanilla, Provincia del Callao – 2014”*, siendo su objetivo: Determinar las características del Financiamiento, Capacitación y la Rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Manufactura rubro elaboración de productos de Panaderías del Distrito de Ventanilla, Provincia del Callao – 2014, en la investigación el autor llegó a las siguientes conclusiones: Respecto a los Representantes: El 100% de los Gerentes y representantes legales son profesionales que gestionan las MYPES. Del rubro Panaderías y Pastelerías del Distrito de Ventanilla. Respecto a la capacitación: También el 90% de los trabajadores de la muestra representativa de 84 empresas son capacitados con frecuencia en diferentes cursos y programas relacionados con las Ciencias Administrativas y empresariales.

En el estudio realizado por Peralta, llegó a la conclusión de que la totalidad de sus encuestados son profesionales, sin embargo, esta cifra disminuyó en la presente investigación, por cuanto el 65% de los encuestados son profesionales, ello podría deberse a los factores como la falta de recursos económicos para iniciar una carrera profesional, por lo que optan por abrir sus negocios en base a la experiencia obtenida.

Rodríguez, (2013) en su estudio titulado: “*Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las MYPES del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014*”, el objetivo de esta investigación fue: Determinar las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector Industrial- rubro panaderías de los centros poblados Trapecio y Florida Alta, distrito de Chimbote, 2013, el autor llegó a las siguientes conclusiones: Respecto a los representantes: El 50,0% de los encuestados en las MYPES de panaderías son adultos, el 62,5% es de sexo masculino y el 37,5% de los propietarios tiene grado de instrucción secundario. Respecto a la MYPES: el 56,3% de las MYPES trabajan informalmente a la vez que el 50,0% de MYPES encuestadas tienen entre 0 a 5 años en el rubro. Respecto a la capacitación: El 100% considera que la capacitación empresarial es una inversión, de los cuales el 93,7% consideró necesaria la capacitación en las empresas. Asimismo el 100% de las MYPES encuestadas consideró, que un personal capacitado ayuda a mejorar la rentabilidad de su negocio.

En el estudio realizado por Rodríguez, (2013) se destaca, que la totalidad de sus encuestados consideran que la capacitación sí es necesaria, dicho resultado, en la presente investigación ha disminuido en un 10%, dado que sólo un 90% consideró que es importante la capacitación, pero, no hacen mucho por invertir en la capacitación de sus trabajadores.

Rómulo, (2014) en su estudio titulado: “*Caracterización de la capacitación y la competitividad en la MYPE del sector industria rubro calzado del distrito de Chimbote, periodo 2010-2011*”, cuyo objetivo de la investigación fue: Describir las principales características de la capacitación y la competitividad en la MYPE del sector industria, rubro calzado del distrito de Chimbote, periodo 2010-2011, llegó a los siguientes

resultados: Respecto a los representantes: El 100% de los representantes legales son personas adultas, ya que sus edades oscilan entre 31 y 66 años, el 67% son personas de sexo masculino. El 66% tiene educación primaria y educación secundaria respectivamente, lo que indica que el personal que desempeña esta labor aprendió las labores que realiza por medio del autoaprendizaje o la enseñanza de otras personas que se dedicaban a este oficio. El 66% no tiene una profesión, lo que demuestra que las personas que se dedican a este negocio no vieron la necesidad de recibir una educación técnica o universitaria para la confección de calzados. Respecto a las características de las MYPES: El 67% tiene de 03 años a más en el sector y rubro de calzados. El 83% gestiona solamente su Registro Único de Contribuyente (RUC) para que su negocio pueda iniciar sus actividades. El 66% no tiene trabajadores permanentes, lo que demuestra que el trabajo es realizado en su mayoría por los propios dueños. El 67% se formó por subsistencia, porque conocían el proceso de producción de calzados, aprendido por medio de enseñanzas de otras personas o el autoaprendizaje. Respecto a la capacitación: El 100% de los representantes legales (dueños) no asistieron al evento alguno de capacitación relacionado a la Gestión Empresarial de su negocio. El 100% de los representantes legales (dueños) no se capacitaron en otros temas. El 67% de los representantes legales (dueños) consideran la capacitación como un gasto.

En la investigación de Rómulo, (2014) se evidencia que más de la mitad de sus encuestados consideran que la capacitación es un gasto, es por ello, que no invierten en la capacitación de su personal, sin embargo, en la presente investigación se evidencia que casi el total de los encuestados (90%) está completamente seguro de que la capacitación es una inversión y vienen trabajando en ello. Se visualiza la importancia que le están dando los representantes de las MYPES a la capacitación de su personal ya que se ve reflejado en el rendimiento y la producción de éstos y por sobre todo, en la satisfacción de los clientes.

Berru, (2014) en su trabajo de investigación: *“Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014;* cuyo objetivo general fue: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES, en el

sector comercial, rubro zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014, en dicho estudio, el autor llegó a las siguientes conclusiones: Respecto al perfil del empresario: Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años y el 62.5% de los representantes de las MYPES son de género masculino, el 25 % solo tienen estudios primarios, el 75% de los representantes legales de las MYPES encuestados son artesanos y el 75 % tiene como Objetivo primordial la subsistencia. Respecto a las características de las MYPES: Las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 37.5 % se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente y de las MYPES del sector comercial rubro zapaterías el 75% son informales; mientras tanto que el 50% tiene 1 trabajador permanente. De los encuestados el 75% se formó por subsistencia. Respecto a las características de la competitividad: Los empresarios encuestados manifestaron que el 87.50% aprueban la competitividad para el buen desempeño de las MYPES, mientras que el 62.50% el vendedor no asesora al comprador en las MYPES. El 50% entrega el producto al cliente con la menor demora posible, el 75 % procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores y el 50% responden con mayor frecuencia a sus consultas o reclamos posteriores a la compra. El 75% no utilizan las redes sociales para atención a sus clientes. El 47.50% de las MYPES del sector comercial rubro zapaterías el empleador capacita e incentiva a los trabajadores a más de 3 años. El 50% de las MYPES considera regular el aspecto y estado físico de las instalaciones. El 62.50% de las MYPES considera que el personal de ventas y servicio no es honesto en la información que le proporciona.

En la investigación de Berru, (2014) destaca que el objetivo principal de la Mype es la de subsistencia, sin embargo, en la presente investigación se llegó a la conclusión de que las MYPES se están formando con fines de generar ganancias y de alguna u otra forma el de contribuir con el desarrollo familiar, de la sociedad y del país, por cuanto se ve un incremento en la formalización de las empresas.

2.2.- Bases Teóricas de la Investigación.

2.2.1.- Empresa

Definición:

Las empresas son organizaciones que nacen con la finalidad de cubrir las necesidades de los consumidores y, para cumplir dicho fin se agencia de diversos recursos, tal como lo indica Caro (2007), las empresas son organizaciones que surgen porque son capaces de satisfacer las necesidades del mercado de una forma más eficiente. Los empresarios mediante el reparto óptimo de los recursos materiales, económicos, humanos e intangibles pueden ofrecer bienes y servicios a los hombres y mujeres que les permitan satisfacer sus necesidades y deseos. De no existir las empresas muchos de esos bienes y servicios no serían accesibles a un gran grupo de consumidores.

La empresa es un conjunto organizado de actividades personales, medios económicos, materiales, y relaciones comerciales, con propósito de obtener beneficios, para la consecución de una idea de producción de bienes o prestación de servicios con destino al mercado.

Clasificación de las empresas:

Considerando que la empresa es una organización cuyo fin es el desarrollo de actividades que puedan generar ganancias económicas y de satisfacer las necesidades, la clasificación de empresas se puede enfocar desde diversos puntos de vista, tal como lo indica Arboleda, A. (2013), la empresa es “una unidad productiva dedicada y organizada para la explotación de una actividad económica”.

1.- Por sectores económicos:

En este sector, se consideran las empresas:

- **Extractivas.**

Estas empresas son las que se dedican a la explotación de los recursos naturales. Tenemos como ejemplo: PETROPERÚ, Antamina, etc.

- **Servicios.**

En esta clasificación se encuentran las empresas dedicadas a brindar servicio a la

comunidad. Ejemplo: Hospitales, Instituciones Educativas, Transportes, Restaurantes, Hoteles, etc.

- **Comercial.**

Son las empresas que se dedican a comercializar productos terminados de las fábricas. Los Supermercados, Tiendas de electrodomésticos, entre otros.

- **Agropecuaria.**

Estas empresas son las que se dedican a explotar los recursos agrícolas, por ejemplo: las Agroindustrias.

- **Industrial**

Son las empresas que encargadas de la transformación de la materia prima en un producto terminado. Ejemplo: Empresas procesadores de alimentos, Empresas de fabricación de muebles, etc.

Nuestra investigación se encuentra orientada a este sector, siendo el rubro, productos de panadería.

2.- **Por el origen de su capital:**

Se clasifican en:

- **Público.**

Estas empresas son administradas por el estado. Ejemplo: Las Municipalidades, Gobiernos Regionales, etc.

- **Privado.**

Son empresas cuyo capital provienen de particulares. Ejemplo: Sociedades Comerciales, Empresas industriales, SIDERPERÚ, etc.

- **Economía Mixta:**

Son empresas donde interviene el capital del estado y de los particulares.

3.- **Por su tamaño:**

Es uno de los criterios más utilizados, y de acuerdo con el tamaño de la empresa se establece que pueden ser: **pequeña, mediana o grande.**

Según la Ley N° 28015. La Mype 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 objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

La Ley 30056 (2013) modifica varios artículos de la Ley N° 28015 (2003), en la cual se detalla las características de las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales son:

- Introduce a la mediana empresa en un nuevo nivel de empresa.
- Según las ventas anuales, se define el tamaño de la empresa.
- Una empresa se considerará como micro, pequeña o mediana empresa, siempre que se cumpla con los siguientes requisitos.

a.- Microempresa:

Cuando tienen sus ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y el número de trabajadores abarca de 1 a 10 trabajadores.

b.- Pequeña Empresa:

Cuando tienen sus ventas anuales por un monto máximo de 1700 UIT y el número de trabajadores abarca de 1 a 50 trabajadores.

c.- Mediana Empresa:

Cuando sus ventas anuales superan las 1700 UIT, y tienen un monto máximo de 2300 UIT.

Características	Número de Trabajadores	Niveles de ventas anuales
Microempresa	De 1 hasta 10	El monto máximo de ventas 150 UIT.
Pequeña Empresa	De 1 hasta 50	El monto máximo 850 UIT

Tabla 1: *Clasificación de las empresas, según su tamaño.*

4.- **Por la explotación y conformación de su capital:**

En este aspecto se consideran las empresas:

- **Multinacionales.**

Son empresas cuyo capital proviene del extranjero y desarrollan sus actividades en varios países del mundo. Ejemplo: Las cadenas de supermercados.

- **Grupos económicos.**

Son las empresas que realizan sus operaciones en diversos sectores pero pertenecen a un mismo grupo.

- **Nacionales.**

Son empresas que desarrollan sus actividades dentro del país, por lo general cuentan con una principal y sucursales en el resto del país.

- **Locales.**

Son empresas que se desarrollan dentro de la misma localidad.

5.- **Por el pago de sus impuestos:**

Se clasifican en:

- **Personas Naturales.**

Son los individuos que se ocupan de actividades mercantiles. Tienen la obligación de pagar impuestos. Aquí se encuentran los trabajadores profesionales que trabajan de manera independiente.

- **Régimen Simplificado.**

Aquí se encuentran los comerciantes que no están obligados a llevar la contabilidad. Ejemplo: Las tiendas pequeñas, cuyas organizaciones no tienen la obligación de contar con libros de contabilidad.

- **Régimen Común.**

Son las empresas que están constituidas y formalizadas, sobrepasan los límites del régimen simplificado y, están obligadas a llevar la contabilidad.

- **Gran Contribuyente.**

Son las que están constituidas por un sinnúmero de empresas y sus capitales e ingresos son exorbitantes, superiores a miles de millones de soles. Son las empresas más grandes del país.

6.- Por el número de sus propietarios:

En esta clasificación se consideran a las empresas:

- **Individuales.**

Cuando el que representa a la empresa es el dueño y es el único responsable del negocio.

- **Unipersonales.**

Es la que está formada por una sola persona natural, quien proporciona parte de sus bienes para poder realizar actividades mercantiles. El nombre de la empresa debe tener una denominación seguida del término “Empresa Unipersonal”.

- **Sociedades.**

Para poder constituir este tipo de empresas se exige la participación como dueño de más de una persona, siendo el mínimo de integrantes (2).

En nuestro país las MYPES que sobresalen son las que se consideran en la clasificación de acuerdo a la actividad o giro, existe un sinnúmero de MYPES Industriales rubro productos de primera necesidad, en nuestra ciudad, por lo general sus propietarios consideran que este rubro es más rentable, por cuanto sus productos serán consumidos de manera diaria.

Importancia de las MYPES

Para Vásquez (2013), las MYPES en el Perú representan un sector muy importante dentro de la estructura de nuestro país, así las microempresas constituyen el 95.9% del total de establecimientos nacionales. Según información del Ministerio del Trabajo, las MYPES otorgan empleo a más del 80% de la población económicamente activa (PEA), generando de esta manera el 45% del PBI, constituyendo de esta manera, el motor principal para el desarrollo de nuestro país.

La importancia de las MYPES se basa en las siguientes características:

1. Proporciona un sinnúmero puestos de trabajo para la población de nuestro país.
2. Disminuye la pobreza, pues genera ingresos económicos para los sectores de escasos recursos económicos.
3. Fomenta el espíritu empresarial entre los miembros de la población.
4. Es considerado como fuente principal del desarrollo para el sector privado.
5. Contribuye con el crecimiento económico de un país, a través de sus ingresos.

Ventajas e inconvenientes

Para Salazar (2007), el avance tecnológico y el desarrollo de los medios de comunicación traen consigo ventajas y oportunidades para la empresa sin embargo también traen amenazas; una empresa puede crecer y prosperar con la utilización de los avances tecnológicos si es que éstos se encuentran a su alcance, por otro lado puede empequeñecerse al no tener acceso a las nuevas tecnologías o medios a los que la competencia si puede. Aunado a esto la desaparición de las fronteras gracias a la nueva era global en la que vivimos hace posible que un competidor lejano sea próximo gracias a la amplia cobertura de los medios.

Las MYPES tienen grandes ventajas como su capacidad de adaptabilidad gracias a su estructura pequeña, su posibilidad de especializarse en cada nicho de mercado ofreciendo un tipo de atención directa y finalmente su capacidad comunicativa. La mayor ventaja de una MYPE es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido. Sin embargo el acceso a mercados tan específicos o a una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes.

De acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, en la región Ancash, el 88% de su población labora en micro y pequeñas empresas.

2.2.2.- Capacitación

Definición:

La capacitación es un proceso de enseñanza-aprendizaje en la que se transmiten conocimientos de una persona hacia otra y, tiene por finalidad contribuir al cumplimiento de los objetivos de una empresa, tal como lo dice: Alles (2005), “el adiestramiento es un proceso de aprendizaje en el que se adquieren habilidades y conocimientos necesarios para alcanzar objetivos definidos, siempre en relación con la visión y la misión de la empresa, sus objetivos de negocios y los requerimientos de la posición que se desempeña o se va a desempeñar”.

En el presente estudio, el 100% de los encuestados manifiesta que la capacitación mejora el rendimiento de los trabajadores, por consiguiente contribuye al cumplimiento de los objetivos y desarrollo de las empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería en nuestro distrito.

La capacitación, es el proceso educativo de corto plazo, aplicando de manera sistemática y organizada, por medio de la cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de sus objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actividades frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como el desarrollo de las habilidades y competencias. Una tarea cualquiera, compleja o simple, indica estos tres aspectos. Dentro de una concepción más limitada, Filippo explica que la “capacitación es el acto de aumentar el conocimiento y la pericia de un empleado para el desempeño de determinados puestos de trabajo”. (Chiavenato, 2007).

Es muy común la realización de cursos de capacitación empresarial, que sirven para que los empleados puedan conocer más sobre su ambiente de trabajo, sobre las nuevas condiciones del mercado, sobre la tecnología incorporada, sobre los progresos en el área, etc.

Características de la Capacitación

- Es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo.
- Son métodos que se utilizan para brindar a las personas dentro de la empresa las habilidades necesarias para la ejecución de sus actividades de trabajo, abarca desde pequeños cursos sobre terminología hasta cursos que le permitan al usuario entender el funcionamiento de un sistema nuevo, sean éstos teóricos o prácticos y, se combinan ambos aspectos es mucho mejor, para el crecimiento de una empresa.
- Es una estrategia empresarial importante que debe acompañar a los demás esfuerzos de cambio que las organizaciones lleven adelante.
- No se trata de un gasto innecesario, sino de una inversión mucho más productiva. Obtenemos resultados positivos y con mayor beneficios en lo económico, calidad, en la organización y en lo propio con el trabajador.

Ventajas de la Capacitación

La capacitación genera las siguientes ventajas:

- Va a mejorar el desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos, asimismo permitirá la adaptación de los trabajadores con los cambios que pudieran presentarse en su entorno.
- Permite que el personal capacitado pueda explotar sus habilidades en bien de la organización.
- Un personal capacitado brindará un mejor servicio y atención a sus clientes.
- Permite que el personal pueda desarrollar al máximo sus destrezas.
- El personal capacitado mejora sus competencias laborales.
- Promueve el aprendizaje práctico, dinámico y creativo.
- Mejora el desempeño en el entorno laboral.

Capacitación del Personal

Al establecer un programa de capacitación, el primer paso consiste en coordinar las necesidades con objetivos de aprendizaje específicos que requiere la organización.

Los elementos para evaluar el cumplimiento de los objetivos deben establecerse desde el principio. Es necesario determinar las diferencias entre los conocimientos de los trabajadores y los objetivos propuestos para evitar la repetición de datos conocidos o la suposición de conocimientos inexistentes.

Cuando se les pregunta a los trabajadores si tienen los conocimientos necesarios para el puesto, no siempre se obtiene una respuesta veraz. Algunos trabajadores creen que si no responden afirmativamente, no obtendrán las oportunidades que desean. Otros pueden ocultar su falta de conocimientos o comprensión por timidez o temor.

Es necesario evaluar la competencia de cada trabajador para que pueda desempeñarse en forma independiente. El personal debe tener la oportunidad de demostrar sus conocimientos prácticos sin humillaciones ni riesgos personales.

Transmisión de conocimientos

La capacitación consiste en:

- 1) Explicar y demostrar la forma correcta de realizar la tarea.
- 2) Ayudar al personal a desempeñarse primero bajo supervisión;
- 3) Permitirá que el personal pueda desempeñarse solo en su ambiente de trabajo.
- 4) Permitirá evaluar el desempeño laboral de cada uno de los trabajadores.
- 5) Conociendo los resultados de una evaluación, permitirá capacitar a los trabajadores en los aspectos que se requieran.
- 6) Permite reforzar los conocimientos al capacitar a otra persona.

Hay una gran diferencia entre explicarles a los trabajadores cómo se hace una tarea y transmitir conocimientos teóricos y prácticos con éxito. Aun después de una demostración, los trabajadores pueden quitarle una gran parte de la madera frutal durante la poda o destruir una docena de hileras de plantas de tomate con la cultivadora. Algunos conceptos son difíciles de aprender; otros exigen mucha práctica.

Participación de los trabajadores en el aprendizaje

Durante la capacitación, las explicaciones y demostraciones son muy importantes, pero

los trabajadores por lo general recuerdan más la información que se le transmite cuando son llevados a la práctica. Por lo general, la participación realizada de manera práctica es la que rinde mejores resultados.

La ayuda que se prestan los trabajadores entre sí afianza sus conocimientos y acorta el período necesario para la capacitación de todos ellos. De este modo, el supervisor puede dedicarse a otras tareas. Muchos trabajadores aprecian y disfrutan de la responsabilidad y prestigio de capacitar a sus compañeros.

La capacitación en las empresas

La capacitación no debe verse simplemente como una obligación que hay que cumplir porque lo manda la ley. La capacitación es una inversión que trae beneficios a la persona y a la empresa, por lo que es muy importante incentivar en los trabajadores el espíritu de adquirir conocimientos en todo momento, puesto que en la actualidad vivimos en un mundo globalizado.

Los beneficios que la empresa adquirirá a raíz de la capacitación en sus trabajadores:

- Ayuda a prevenir los riesgos de trabajo.
- Incentiva actitudes positivas en los trabajadores..
- Aumenta la rentabilidad de la empresa.
- Eleva la moral del personal.
- Mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto, el desempeño.
- Crea una mejor imagen de la empresa.
- Facilita que el personal se identifique con la empresa.
- Mejora la relación entre jefe y subordinado.
- Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.
- Proporciona información sobre necesidades futuras de personal a todo nivel.
- Facilita la promoción de los empleados.
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- Promueve la comunicación en la organización.

Importancia de la capacitación empresarial en el sector panadero peruano

Nuestro país viene atravesando una época de crecimiento económico sostenido, observándose que el sector de panaderías ha logrado un incremento considerable, del mismo modo, nuevas han sido incluidas en nuestro mercado y con ello, también han surgido negocios informales relacionados a este sector, tal como lo indica, Echegaray (2011), *“nuestro país está viviendo una época de crecimiento económico sostenido desde hace más de una década”*, este concepto también se ve reflejado en el sector panadero, las cuales en los últimos años han incrementado considerablemente.

Los beneficios de la capacitación para un negocio de panificación

Echegaray (2011), considera que la capacitación en un negocio de panificación trae como beneficios:

- Mejorar la capacidad para gestionar un negocio de panadería-pastelería y supera las debilidades.
- Incrementar en el trabajador el espíritu de motivación, por lo que su desempeño será de calidad.
- El trabajador mostrará identificación con la empresa y será fiel a ella.
- Los trabajadores se adaptarán a los cambios y mejorará los procesos de producción, buscando en todo momento la reducción de los costos al mínimo.
- Permite que la imagen de una empresa mejore, logrando el posicionamiento en el mercado y la fidelidad por parte de los consumidores.
- Mejora de manera significativa la rentabilidad de la empresa.
- El personal tiende a realizar el trabajo en equipo y la ayuda mutua.

En el presente estudio, el 100% de los representantes de las MYPES del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería, considera que la capacitación mejora el rendimiento en los trabajadores, es por ello que, un 45% ha recibido capacitación relacionada a la atención del cliente, considerado este aspecto importante para que el negocio pueda prosperar y mejorar su rentabilidad económica, tal como lo manifiesta Echegaray (2011). *“El esfuerzo empresarial, la inversión en capacitación se ve compensada ampliamente con la mayor rentabilidad”*.

2.2.3.- Empresario

Definición:

Un empresario es la persona natural o jurídica que tiene la responsabilidad de representar a una organización, es el encargado de dirigir y hacer cumplir los objetivos de una empresa. Es el responsable de elaborar estrategias necesarias que conlleven al éxito empresarial, tal como lo señala Andrade (2005), “el empresario es aquella persona natural o jurídica que generalmente es titular de una unidad de producción o servicio, y como tal, éste asume el riesgo principal de la misma”.

Características del empresario exitoso

1.- Capacidad de detectar oportunidades

Un empresario debe tener el “olfato” para poder aprovechar las oportunidades que se presentan, es tener la capacidad de observar el entorno, detectar los problemas, investigar las causas que la originaron y, sacar el mayor provecho en bien de la organización.

2.- Capacidad de innovar o crear

Un empresario exitoso debe tener la capacidad de reinventar sus productos o servicios esto con la finalidad de mantener la satisfacción en sus clientes actuales o potenciales clientes. En el mercado actual los productos o servicios sufren una transformación que va acorde con el desarrollo de la época y, por ello es importante la innovación en los productos o servicios que se ofertan.

3.- Capacidad para luchar frente a los inconvenientes del entorno

Un empresario líder debe anticiparse a los cambios, no debe existir el temor a la adaptación del cambio. Vivimos en un mundo globalizado y estamos sujetos a los constantes cambios y/o tendencias, las que deben aprovecharse en bien de la organización.

4.- Capacidad de adaptación a los cambios

Todo empresario se debe anticipar a los hechos, convierte en una oportunidad las

amenazas y para conseguirlo debe en todo momento estar informado de todo lo que sucede a su alrededor, sólo podrá conocer las amenazas y podrá convertirlos en oportunidades para su empresa.

5.- Capacidad de dirección

Un empresario exitoso es el que es capaz de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que desarrolla su empresa y, sobre todo es un líder que guía a su personal hacia el cumplimiento de la visión y objetivo de la empresa.

6.- Capacidad para tomar riesgos calculados

El empresario exitoso está constantemente informado de todo lo que sucede en su entorno, con la finalidad de que sus decisiones sean las más acertadas posibles, pues su principal visión es cumplir los objetivos de la organización sin tener que arriesgar el patrimonio de la empresa.

7.- Capacidad para tomar decisiones

El empresario exitoso es aquel que, tiene en la visión no sólo dirigir una empresa ya existente, sino, la de crear una nueva empresa.

2.3.- Marco conceptual

2.3.1.- Historia del pan

El origen del pan, fue casual, se remonta a la época Neolítica. En esa época el hombre ya conocía las semillas y los cereales, las cuales trituraba y los mezclaba con agua, obteniendo de esta manera una “papilla”. El hombre olvida por descuido dicha mezcla en una especie de olla, el cual se transforma en una torta granulada, seca y aplastada, lo que dio origen al primer pan, tal como lo indica Fernández (2016). Para conocer los orígenes del pan debemos remontarnos a un pasado remoto, el descubrimiento fue casual, nos situaciones en la Época Neolítica.

El pan en Egipto

En esta civilización, la panificación tuvo una evolución importante, ya que los egipcios fueron quienes descubrieron la fermentación y con ella el verdadero pan (fermentado). El pan sin levadura es llamado pan ácimo.

El pan del mundo griego

Grecia al conocer el invento del pan, a través de los egipcios, empieza a perfeccionarlo. En el siglo III a.C., los griegos inventario gran variedad de panes, las cuales fueron utilizados en las fiestas religiosas.

Para los griegos, el pan inició, siendo considerado como un alimento de origen divino, luego pasó a convertirse en el sustento de las familias y presente en todas las mesas.

El pan en la época Romana

En el año 30 a.C., Roma ya contaba con más de 300 panaderías, las cuales estaban dirigidas por profesionales griegos calificados.

En la época del emperador Trajano, se formó la primera asociación de panaderos: el Colegio Oficial de Panaderos, el cual fue exonerado de todo impuesto y fue reglamentado la profesión (fue heredado de manera obligatoria de padres a hijos).

En esta época se construyeron las panaderías de exclusividad para los militares, en ella se reservaban los cereales y panes, los cuales servían de alimento para los soldados, cuando éstos salían a las marchas de campaña.

El pan en la edad media

En esta etapa, no se producen mayores progresos en la panificación.

En gran parte de Europa, los monasterios se convirtieron en principales productores de pan.

En el siglo XII, empiezan a surgir los primeros gremios de artesanos de toda clase de profesionales, siendo una de ellas el gremio panadero, el cual se constituye como una profesión.

Una particularidad del pan en esta época, es que fue utilizado por las clases adineradas como una especie de plato para servir la comidad, el cual una vez utilizado se daba a los pobres para su consumo.

El pan en la época moderna

La agricultura mejora a finales del siglo XVIII y, con ello el incremento de la producción del trigo, por consiguiente una mejora en la calidad de la harina por lo que el precio de los productos del pan tienden a bajar y aumenta el consumo en las diferentes clases sociales de la población.

Durante el siglo XIX se inventa el molino de vapor y de esta manera inicia la evolución de los sistemas de panificación, aparece un nuevo tipo de levadura y se da inicio a las técnicas mecánicas para amasar el pan y, de esta manera la industria de la panificación va creciendo de una manera rápida.

2.3.2.- Ingredientes del Pan

Se considera como ingredientes básicos para la elaboración del pan:

- a) Harina
- b) Agua

En la actualidad se incrementaron ingredientes que permiten dar sabor al producto:

- c) Sal
- d) Levadura
- e) Manteca

La Harina

Este producto es el principal ingrediente en la elaboración del pan. Este es un ingrediente hecho a base de cereal molido finamente hasta obtener la forma de polvo. Este ingrediente se comercia por paquetes de kilo y en mayor cantidad en sacos de 50 kilos, las cuales vienen protegidos con un empaque de papel. Por lo general las harinas que se comercializan en el mercado están enriquecidas.

La harina tiene como ingredientes las siguientes sustancias:

- **Gluten**, son proteínas que provienen del cereal. Esta sustancia proporciona elasticidad a la masa, es similar al chicle.
- **Almidón**, esta sustancia representa el 70% del peso de la harina y es la que brinda la energía que necesitará para el procesamiento del producto. Esta sustancia tiene la función de brindar humedad en forma homogénea a la masa durante el proceso del amasado.

El agua

Cumple la función de activar las proteínas de la harina, proporciona la textura blanda y moldeable a la masa, es un disolvente acuoso que se añade a la masa y es necesario para su fermentación.

La proporción de agua que se utiliza en la elaboración de la masa es de un 43% del volumen de la masa, es decir la harina es 1 y ½ veces del peso del agua.

El agua a utilizarse, dependerá de la composición de la harina, mientras más proteínas contiene la harina, más agua se utilizará.

La Sal

Es considerado un ingrediente opcional, tiene la función de reforzar el sabor y aroma del pan. La sal contribuye de una manera indirecta que dar el color marrón a la corteza del pan y, contribuye a que el producto dure más tiempo.

Levadura

Son microorganismos unicelulares cuyo objetivo es alimentarse del almidón y azúcares presentes en la harina. La levadura es un hongo, cuyo propósito es fermentar la masa, hace que la masa del pan se hinche aumentando de esta manera su volumen.

Tipos de Levadura

- **Levadura seca**, son las más utilizadas por los panaderos profesionales debido a que actúa en forma instantánea.
- **Levadura fresca**, este tipo de levadura debe estar en refrigeración y tienen una vida media, es parecida a la seca, sólo que su uso es el doble. Es mezclado con la harina y el agua al mismo tiempo.
- **Levadura química**, sus componentes son químicos, generan gases, tal como lo hace una levadura.
- **Levadura natural**, son las que se encuentran en el mismo cereal, en el ambiente, etc. Son las que su proceso de fermentación es lenta, pero proporcionan un sabor participativo y clásico. Por lo general es utilizado para consumo personal y no para venta.

2.3.3.- Elaboración del pan

Para la elaboración del pan se debe tener en cuenta una serie de procesos, inicia con la mezcla de los ingredientes y la utilización de las herramientas necesarias para la elaboración.

Procesos para la elaboración del pan:

1.- Formación de la masa.

En esta etapa se mezclan todos los ingredientes (harina, agua, sal, levadura, etc.), requiere también del uso de la fuerza en el caso de hacerse de manera manual, hoy en día las MYPES utilizan maquinarias que permiten amasar y elevar el volumen de la masa.

2.- Fermentación y reposo

Una vez que se realiza el amasado, se deberá dejar en reposo, a fin de que doble su volumen, este proceso debe realizarse en un ambiente cerrado.

3.- Horneado

En esta parte del proceso, se utiliza una fuente de calor que permita cocinar el

pan, por lo general se utilizan los hornos, las cuales pueden ser a leña (tradicional), gas y/o eléctricos.

4.- Enfriamiento

Después de haberse cocinado el producto en el horno, corresponde el enfriamiento del pan, el cual consiste en sacar el producto y dejarlo enfriar poco a poco hasta que consiga la temperatura de ambiente.

2.3.4.- Usos del pan

El pan es considerado la principal alimentación del ser humano, por lo general se emplea como acompañante en diversos platos y, es ubicado en el centro de una mesa acompañando el desayuno y también es utilizado como un aperitivo. En ocasiones, el pan también es utilizado como remedio casero,

2.3.5.- Las panaderías

Una panadería es un negocio que se dedica a la producción y venta de diversas variedades de pan, tales como: francés, italiano, pitipan, integral, pan de molde, yema, hamburguesa, cachitos, marraquetas, etc. Así también se elaboran productos de pastelería, tales como: tortas, bocaditos, dulces, empanadas (carne, pollo y manzana) y postres diversos. En la mayoría de las panaderías sirven también cafés y jugos para que los clientes puedan disfrutarlo junto a los productos que expenden.

Panaderías tradicionales

Antiguamente el pan y los otros productos de panadería se hacían en hornos negros de piedra, sin una cámara para el combustible, calentado a fuego de leña. Todavía se usan en muchas partes del mundo.

Las Micro y Pequeñas empresas de elaboración de productos de panadería

- **Grandes fábricas**, que producen pan y productos relacionados, transportados luego a numerosos puntos de ventas en una región dada. Estos incluyen normalmente supermercados, tiendas de conveniencia y similares. En estas instalaciones los

panaderos se dedican principalmente al control de calidad, llevando a cabo mecánicamente el grueso del trabajo.

- **Pequeñas panaderías independientes**, principalmente negocios familiares. Suelen especializarse en tipos particulares de productos, como la masa madre.
- **Cadenas de tiendas**. En los últimos años se ha producido un auge de las cadenas de tiendas (franquicias) que venden pan. Los panaderos de estos establecimientos hornean según un libro de recetas preestablecido. Esto puede frustrar a algunos de ellos, si bien los recetarios suelen estar bien fundados y ser populares entre los compradores.

Las Micro y Pequeñas Empresas de Elaboración de productos de Panadería y la Capacitación.

La capacitación de los trabajadores en las MYPES dedicadas a la elaboración de productos de panadería es importante porque:

- Mejora la capacidad de gestión de la panadería-pastelería en todas áreas, superando las debilidades.
- Aumenta la motivación de los trabajadores. Un colaborador motivado muestra un rendimiento de calidad y mayor fidelidad con la empresa.
- Los trabajadores entenderán el desarrollo de los procesos de la producción, reduciendo los costos y las mermas al mínimo.
- Reduce la rotación de personal. El personal tiende a permanecer más tiempo en el lugar donde se siente mejor y sabe qué hacer.
- Contribuye a mejorar la imagen de la empresa.
- El grupo de trabajadores tiende a trabajar en conjunto, logrando una mística de trabajo y especialización.
- Disposición desinteresada por el logro de la misión empresarial. El personal asume la visión y misión de la empresa.
- Mejora significativamente la rentabilidad.

- La inversión en capacitación se ve compensada ampliamente con la mayor rentabilidad.

En resumen se puede afirmar que el sector de panaderías, pastelerías y afines, necesita en conjunto mejorar sus indicadores de gestión, mostrarse como empresas dinámicas y modernas, donde se apliquen las tecnologías administrativas contemporáneas que eleven su nivel de la gestión y las hagan altamente rentables y competitivas.

III.- HIPÓTESIS

En la presente investigación no se planteó una hipótesis, debido a que es una investigación descriptiva, es decir, el fin es dar a conocer las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas y de la Capacitación en el sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

IV.- METODOLOGÍA

4.1.- Diseño de la Investigación

Para el presente trabajo de investigación denominado "Caracterización de la capacitación en las Micro y Pequeñas empresas del sector industrial - rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014" se utilizó un diseño No Experimental – Transversal – Descriptivo.

- ✓ Fue **no experimental**, porque se realizó sin manipular la variable Capacitación, es decir, se observó la variable en las Micro y Pequeñas Empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014, tal como se encuentra en el contexto, sin alterar ni hacer modificaciones.
- ✓ Fue **transversal**, porque el estudio sobre la “Caracterización de la Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014, se realizó en un espacio de tiempo determinado, en el año 2014.
- ✓ Fue **descriptivo**, porque sólo se limitó a la descripción de las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas y de la capacitación del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

4.2.- Población y muestra:

La población muestral está conformada por 20 Micro y Pequeñas Empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014; es decir se utilizó el 100% de la población muestral de las MYPES disponibles en el momento de estudio. (Anexo 3).

4.3.- Definición y operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas	Se denomina representante a la persona que representa y dirige una organización.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 18 – 30 años • 31 – 50 años • 51 a más 	Razón
		Género	<ul style="list-style-type: none"> • Femenino • Masculino 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Superior No Universitaria • Superior Universitaria 	Ordinal
		Cargo del representante	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador • Propietario 	Nominal

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de las Micro y Pequeñas Empresas	Son organizaciones que surgen porque son capaces de satisfacer las necesidades del mercado de una forma más eficiente.	Forma de organización	<ul style="list-style-type: none"> • Individual • Sociedad 	Nominal
		Tiempo de permanencia en mercado	<ul style="list-style-type: none"> • 01 – 03 años • 04 – 07 años • 08 años a más 	Razón
		La empresa se creó	<ul style="list-style-type: none"> • Generar ganancias • Subsistencia • Generar empleo para familiares 	Nominal
		Formalidad de la Mype	<ul style="list-style-type: none"> • Formal • Informal 	Nominal

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas	La capacitación es un proceso de enseñanza-aprendizaje en la que se transmiten conocimientos de una persona hacia otra y, tiene por finalidad contribuir al cumplimiento de los objetivos de una empresa	Conoce el término capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Considera necesaria la capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Cuántas veces se ha capacitado	<ul style="list-style-type: none"> • 0 veces • 1 a 3 veces • 3 veces a más 	Cuantitativa
		Tipo de capacitación recibió su personal	<ul style="list-style-type: none"> • Atención cliente • Competitividad emprendimiento • Seguridad y salubridad • No capacita a su personal 	Nominal
		La capacitación es:	<ul style="list-style-type: none"> • Una inversión • Un gasto 	Nominal
		Considera que la capacitación mejora el rendimiento de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal

4.4.- Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la **encuesta** y, se aplicó a 20 representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote.

El instrumento utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario, la cual constaba de 14 preguntas, relacionados a los aspectos generales del representante de la MYPE (4), a la empresa (4) y a la variable de estudio: capacitación (6).

4.5.- Plan de Análisis

En el presente trabajo de investigación, se realizó un análisis de tipo descriptivo, ya que se describió las características de la variable en estudio y se hizo la comparación con los resultados de los antecedentes.

Los resultados se presentan en tablas de distribución de frecuencia absoluta y relativa porcentual.

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizaron los programas informáticos de Word, Excel y Acrobat Reader.

4.6.- Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Método y Diseño	Técnica e Instrumento
¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Industrial - rubro Elaboración de productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014.	<p>General: Describir las principales características de la capacitación en las Micros y Pequeñas Empresas, del Sector Industrial - rubro Elaboración de Productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2014.</p> <p>Específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector Industrial - rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014.</p> <p>Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas, del sector Industrial - rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014.</p> <p>Describir las principales características de la Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Industrial - rubro elaboración de productos de Panadería del Distrito de Chimbote, 2014.</p>	Capacitación	<p>Población Muestral: La población muestral estuvo constituida por 20 Micro y Pequeñas Empresas del sector Industrial - rubro Elaboración de productos de panadería del Distrito de Chimbote, 2014.</p>	<p>El diseño utilizado en la presente investigación fue No Experimental – Transversal – Descriptivo.</p> <p>No experimental Porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable, se observó el fenómeno tal como se mostró en su contexto.</p> <p>Transversal Fue transversal porque se utilizó un espacio de tiempo determinado, tuvo un inicio y un fin.</p>	<p>Técnica: Se utilizó la técnica de la encuesta y, se aplicó a 20 representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote.</p> <p>Instrumento El instrumento utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario, la cual constaba de 14 preguntas, relacionados a los aspectos generales del representante de la MYPE (4), a la empresa (4) y a la variable de estudio: capacitación (6).</p>

4.7.- Principios Éticos

Para la realización de este informe, se aplicó los principios éticos, ya que la información que se brinda es verdadera y, para la aplicación de encuestas fue coordinado de manera anticipada con los representantes de las MYPES, en todo momento se les indicó que la información que proporcionarían será utilizado de manera reservada y con fines netamente académicos.

Para recopilar la información se contó con el apoyo de los representantes de las MYPES, quienes en todo momento demostraron la predisposición para brindar información respecto a la variable en estudio.

V.- RESULTADOS

5.1.- Resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

Datos Generales	Número de Micro y Pequeñas empresas	Porcentaje
Edad		
18 – 30 años	4	20,0
31 – 50 años	13	65,0
51 a más	3	15,0
Total	20	100,0
Género		
Femenino	3	15,0
Masculino	17	85,0
Total	20	100,0
Grado de Instrucción		
Primaria	2	10,0
Secundaria	5	25,0
Superior No Universitaria	5	25,0
Superior Universitaria	8	40,0
Total	20	100,0
Cargo		
Administrador	5	25,0
Propietario	15	75,0
Total	20	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

De la Empresa	Número de Micro y Pequeñas empresas	Porcentaje
Por su forma de organización		
Individual	20	100,0
Sociedad	0	0,0
Total	20	100,0
Tiempo de permanencia de la Mype en el mercado		
01 – 03 años	0	0,0
04 – 07 años	6	30,0
08 años a más	14	70,0
Total	20	100,0
La empresa se creó para		
Generar ganancias	14	70,0
Subsistencia	6	30,0
Generar empleos para sus familias	0	0,0
Total	20	100,0
Formalidad de la Empresa		
Formal	18	90,0
Informal	2	10,0
Total	20	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

Tabla 3: Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

De la capacitación	Número de Micro y Pequeñas empresas	Porcentaje
Conocimiento del término capacitación		
Si	20	100,0
No	0	0,0
Total	20	100,0
Considera usted necesaria la capacitación		
Si	18	90,0
No	2	10,0
Total	20	100,0
Número de capacitaciones recibidas		
0 veces	4	20,0
1 a 3 veces	10	50,0
4 veces a más	6	30,0
Total	20	100,0
Tipo de capacitación recibida por su personal		
Atención al cliente	9	45,0
Competitividad y emprendimiento	0	0,0
Seguridad y Salubridad	7	35,0
No capacita a su personal	4	20,0
Total	20	100,0
La capacitación es		
Una inversión	18	90,0
Un gasto	2	10,0
Total	20	100,0
La capacitación mejora el rendimiento de los trabajadores		
Si	20	100,0
No	0	0,0
Total	20	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

5.2.- Análisis de los resultados:

Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

- Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas adultas, están representados por un 65%, cuyas edades fluctúan entre los 31 a 50 años (ver tabla 1); este resultado se aproxima al resultado obtenido por Rómulo, (2014); donde la edad promedio de los representantes de las micro y pequeñas empresas oscilan entre 31 y 66 años, representados por el 100%, al igual que Beltrán, (2014) quien obtuvo un 50%. Esto quiere decir que los representantes de las MYPES encuestadas son personas adultas, quienes cuentan con la experiencia necesaria para la formación de una empresa y asegurar su permanencia en el mercado.
- En relación al género de los representantes, el 85% son del sexo masculino, este resultado se aproxima a los obtenidos por Rómulo, (2014) y Beltrán, (2014) con un 67% y 62,5% respectivamente. Es común ver que este tipo de MYPES son representadas por personas de sexo masculino ya que requiere de mayor esfuerzo físico.
- Con respecto al grado de instrucción, el 40% de los representantes tienen el grado de instrucción superior universitaria, (ver tabla 1); este resultado se asemeja a los resultados obtenidos por Beltrán, (2014) con un 31,2%; sin embargo, contradice al estudio realizado por Rómulo, (2014) donde 33% cuentan con estudios de nivel primario y secundario. Este resultado refleja el deseo de superación por parte de los representantes de las MYPES, por buscar la superación a través de la profesionalización.
- En relación al cargo que ocupa el representante legal de la MYPE, 75% están dirigidos por los propietarios (ver tabla 1), este resultado se asemeja a la investigación realizada por Rómulo, (2014), ya que 100% de las MYPES están representados por los propietarios de los negocios. Por lo general,

éstas MYPES han sido transferidas de generación en generación, es por ello que son dirigidas por los mismos propietarios.

Respecto a las características de las MYPES

- Respecto a la forma de organización de la Mype, el 100% de éstas, han sido creadas de manera individual, (ver tabla 2); lo que refleja que una persona natural puede emprender un negocio sin mayores inconvenientes y, que nuestra legislación brinda el soporte necesario para el inicio del negocio.
- Sobre la permanencia de las MYPES en el mercado, el 70% de ellas tienen una permanencia en el mercado de más de 08 años, (ver tabla 2); este resultado se aproxima a los resultados obtenidos por Rómulo, (2014) y Beltrán (2013), cuyos resultados fueron el 67% y 60% respectivamente; dicho resultado contradice lo indicado por Beltrán, (2014), quien obtuvo un resultado del 50% para la permanencia en el mercado de 0 a 5 años. En la presente investigación, se evidencia que las MYPES encuestadas gozan de la aceptación de la población, es por ello su permanencia en el mercado.
- En relación a la creación de la Mype, el 70% considera que las MYPES fueron creadas para generar ganancias, (ver tabla 2), ello contradice a los resultados obtenidos por Berrú, (2014); quien establece que el 75% considera que el objetivo de la Mype es la subsistencia. De los resultados obtenidos, se deduce que los empresarios ven en las MYPES una fuente de ingresos económicos que les permitirá expandir sus negocios.
- Con respecto a la formalización de la empresa, el 90% de las empresas se encuentra debidamente formalizada (ver tabla 2), este resultado contradice a la investigación de Beltrán (2014), quien establece que el 56.3% de las MYPES trabajan de manera informal. Con los resultados obtenidos en esta investigación, se visualiza el deseo de los empresarios por formalizarse, ya que ello, les genera una serie de ventajas, como la del financiamiento. Hoy en día las instituciones financieras otorgan préstamos inmediatos a los empresarios formalizados.

Respecto a las características de la Capacitación

- De los encuestados, el 100% considera que sí conoce el término capacitación, (ver tabla 3). En la presente investigación, se constata que los empresarios conocen de la necesidad de capacitar a sus trabajadores en los diferentes aspectos relacionados al giro del negocio.
- En los resultados obtenidos, el 90% de los encuestados consideran que sí es necesaria la capacitación (ver tabla 3), este resultado se aproxima a la investigación realizada por Beltrán, (2014); donde obtuvo un 93,7%. Los empresarios encuestados manifestaron que la capacitación es necesaria para poder cumplir con los objetivos de la empresa, tal como lo indica Alles, (2005), “el adiestramiento es un proceso de aprendizaje en el que se adquieren habilidades y conocimientos necesarios para alcanzar objetivos definidos..”.
- En relación a las veces que han sido capacitados los trabajadores, el 50% manifestó que han recibido capacitación de 1 a 3 veces en los últimos años (ver tabla 3), este resultado se asemeja a Peralta, (2014); en su estudio realizado manifestó que el 90% son capacitados con frecuencia. Este resultado indica que los representantes de las MYPES del sector industrial-rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote si están invirtiendo en capacitaciones, ya que personal que ha sido capacitado tiene un mejor rendimiento laboral.
- De los encuestados, el 45% de ha capacitado a su personal en temas relacionados a la Atención al Cliente (ver tabla 3), este resultado se aproxima al de Peralta (2014), en la que establece que el 90% de sus encuestados son capacitados en diversos cursos y programas relacionados a las ciencias administrativas y empresariales. En la presente investigación, los representantes de las MYPES del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería consideraron que mejorar la atención a sus clientes ha sido un punto importante para mejorar, es por ello que invirtieron en capacitar a su personal en este aspecto.

- En relación a que, la capacitación es un gasto o una inversión, el 90% de los encuestados consideran que la capacitación es una inversión (ver tabla 3), este resultado se asemeja al de Rodríguez (2013), quien obtuvo el 100% y, contradice al estudio de Rómulo (2014), donde el 67% de sus encuestados consideró a la capacitación como un gasto. Los empresarios consideran que la capacitación es una inversión, debido a que la ciencia y tecnología evolucionan constantemente y sus trabajadores deben estar a la vanguardia de los cambios, así como también consideran un punto importante invertir en la atención al cliente, un cliente satisfecho, es un cliente fidelizado con la empresa, tal como lo indica, Chiavenato (2011), hace mención a Hoyler, que considera la capacitación una inversión por que ayuda a reducir o eliminar la diferencia entre su desempeño presente y los objetivos y los logros propuestos.
- En relación a que, la capacitación mejora el rendimiento en sus trabajadores, el 100% considera que sí mejoró el rendimiento de los trabajadores capacitados (ver tabla 3), este resultado es igual al que encontró Rodríguez (2013). Prácticamente todos los encuestados coinciden de que un personal capacitado tiene un mejor desempeño en el ámbito laboral, lo que conlleva a que se pueda cumplir con los objetivos de la empresa y por tanto tener una mayor rentabilidad para la empresa.

VI.- CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro elaboración de productos de panadería del distrito Chimbote, 2014, son personas adultas, cuyas edades fluctúan entre 31 a 50 años; son de género masculino, tienen grado de instrucción superior universitaria y son los propietarios los que representan a las MYPES.

Las MYPES en estudio, han sido creados de manera individual, son empresas formales que realizan sus actividades de acuerdo a ley, porque se encuentran debidamente formalizados, tienen una permanencia en el mercado por más de 8 años y han sido creadas con la finalidad de generar ganancias económicas para los empresarios.

La totalidad de los representantes de las MYPES en estudio, consideran que la capacitación es muy importante y es una inversión porque mejora el desempeño de los trabajadores y, por tanto se obtiene mayores beneficios y rentabilidad para las MYPES.

RECOMENDACIONES

En relación a los representantes de las MYPES en estudio, es necesario que cuenten con estudios universitarios en la especialidad de Administración de Empresas, con la finalidad de poder dirigir de manera adecuada a la MYPE y llevarla al éxito, asimismo podrá mejorar la calidad de vida de los integrantes de la organización, contribuyendo con el desarrollo y crecimiento de la comunidad y de nuestro país.

En relación a las MYPES, es necesario que los representantes de las MYPES tomen conciencia de la importancia que tiene formalizar las empresas, por cuanto esto les permitirá obtener mayores beneficios, como por ejemplo: adquirir préstamos bancarios para poder mejorar y/o adquirir equipos de trabajo, ampliación de local, invertir en negocios, etc. Hoy en día las instituciones financieras brindan apoyo económico a las MYPES que se encuentren debidamente formalizadas y es súper fácil acceder a ello.

En cuanto a la capacitación, los responsables de las MYPES deben programar de manera continua capacitaciones relacionadas a la elaboración de sus productos, seguridad y salubridad, no centrarse sólo en temas relacionados a la atención al público o en ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albújar, H. Janampa, L.; Odar R.; Osorio M. *Sistema nacional de capacitación para la Mype peruana*. Lima: Universidad ESAN, 2008. – 130. Recuperado el 20 de noviembre del 2015, de: http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/04/28/sistema_nacional_de_capacitaci%C3%B3n_mype_peruana.pdf

Álvarez y Durán (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Peque%C3%B1a_y_mediana_empresa

Andrade S. *Diccionario de Economía*, Tercera Edición, Editorial Andrade, 2005, Pág. 258.

Arboleda, A. (2013). *Concepto y clasificación de empresa*. Recuperado el 15 de setiembre de 2016 de: <http://www.monografias.com/trabajos21/clasificacion-empresas/clasificacion-empresas.shtml>

Beltrán O, (2014). “*Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las MYPES del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014*”. Memorias para optar el título de licenciado en administración, escuela de Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Perú.

Berrú, E. (2014). *Caracterización de la Gestión de Calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Años 2014*. Chimbote: ULADECH CATÓLICA.

Caro, F. (2007). *Gestión de empresas informativas*. Madrid, ES: McGraw-Hill España. Recuperado de: <https://www.casadellibro.com/libro-gestion-de-empresas-informativas/9788448156046/1122332>

Chiavenato, I. (2007). *Administración de los Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones*. Octava Edición. Mc.Graw-Hill Interamericana. México, D.F. 2007

Echegaray L. *Importancia de la capacitación empresarial en el sector panadero peruano*. Recuperado el 20 de marzo de 2018, de: <http://www.elclubdelpan.com/mundo-del-pan/panaderias/importancia-de-la-capacitaci%C3%B3n-empresarial-en-el-sector-panadero-peruano>

El futuro de las Pymes: el motor económico en Europa. Recuperado el día 20 de marzo de 2018, de: <http://es.euronews.com/2015/09/28/el-futuro-de-las-pymes-el-motor-economico-de-europa>

Encalada R. 2015. “*Caracterización del financiamiento y la capacitación en las MYPES comerciales – rubro panaderías - Piura, año 2013*”. Memorias para optar el título, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Perú.

Fernández, C. (2016). *Historia del pan*. Recuperado de 20 de marzo de 2018, de: <http://www.ceopan.es/index.php?type=public&zone=smartportalcategorias&action=view&categoryID=295&codeID=295>

García P. (2011). *Abriendo oportunidades de capacitación a las MYPES*. Recuperado de: <http://www.pvue.cl/index.php/noticias/41-abriendo-opportunidades-de-capacitacion-a-las-mypes>

Huamán Joel. (2009). *Las Mypes en el Perú*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2014). Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Recuperado el 13 de octubre del 2014 de: <http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=541>

Peralta D, (2014). “*Caracterización del financiamiento capacitación y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panaderías del distrito de ventanilla, provincia del Callao – 2014*”. Memorias para optar el grado académico de magister en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Perú.

Rodríguez Y, (2015). *Caracterización de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria– rubro panaderías de los centros poblados Trapecio y Florida Alta, distrito de Chimbote, 2013*. Memorias para optar el título de licenciado en administración, escuela de Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Perú.

Rómulo, (2014). “*Caracterización de la capacitación y la competitividad en la micro y pequeña empresas del sector industria rubro calzado del distrito de Chimbote, periodo 2010-2011*”. Memorias para optar el título de licenciado en administración, escuela de administración, Universidad Los Ángeles de Chimbote, Perú.

Salazar, G. (2007). *Micro y pequeña empresa MYPE*. Recuperado el 8 de noviembre de 2011 de: <http://www.monografias.com/trabajos16/micro-empresa/microempresa.shtml>

Silva, P (2010). *Modelo de negocio para una empresa que desarrolla sistemas de moneda complementaria*. Editorial B - Universidad de Santiago de Chile. Página 86. Recuperado de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=10552742&p00=capacitaciones+pymes>

Sunat (2015), *Unidad Impositiva Tributaria – UIT*. Recuperado el 18 de octubre de 2014, de: <http://www.-sunat.gob.pe/indicestosas/uit.html>

Vallejo V. (2015). “*Caracterización del financiamiento y formalización en las Mype comerciales, rubro panaderías en el distrito de Castilla, 2015*”. Memorias

para optar el título de licenciado en administración, escuela de administración,
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote -Perú.”

Vásquez, J. *Apoyando a la pequeña y media empresa*. Recuperado el 24 de setiembre
de 2013, de: [http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-
mypes-en-el-peru.html](http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html)

ANEXOS

Anexo 1:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES PROGRAMADAS	SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Páginas preliminares								
Introducción								
Revisión de la Literatura								
Hipótesis								
Metodología								
Resultados								
Conclusiones								
Recomendaciones								
Referencias Bibliográficas								
Anexos								
Filtrado Turnitin								
Presentación al DTI								
Presentación al Estadístico								
Presentación a Estilo								
Correcciones								
Prebanca								
Sustentación								

Anexo 2:

PRESUPUESTO

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO S/.	COSTO TOTAL S/.
Material de consumo			
Lapicero	01 Und.	0.70	0.70
USB	01 Und.	25.00	25.00
Papel bond	01 Mill.	20.00	20.00
Folder y faster.	01 Und.	1.00	1.00
Cuaderno	01 Und.	3.00	3.00
Servicios			
Pasajes	6 días	6.00	36.00
Copias	40 hojas	0.10	4.00
Impresión	60 hojas	0.50	30.00
Anillado	01 Und.	8.00	8.00
Internet	30 Hs.	2.00	60.00
Asesoramiento			
Matrícula taller	01	200.00	200.00
Pensiones taller	02 Cuotas	750.00	1,500.00
Internet	02 Meses	50.00	100.00
TOTAL			1,987.70

Anexo 3:

SONDEO DE LA POBLACIÓN

N°	Empresa	Dirección
1	Panadería “La Colmena”	Calle Los Álamos Mz. U – Lote 25 – Esperanza Alta.
2	Panadería “El Porvenir”	El Porvenir Mz. G1 Lote 7
3	Panadería “San Miguel”	Jr. Elías Aguirre N° 561
4	Panadería “Don Lolo”	Jr. Manuel Villavicencio y Jr. Leoncio Prado N° 428.
5	Panadería “Venus”	Jr. Fco. Pizarro N° 390 - Bolívar Bajo
6	Panadería “Las Tres Marías”	Calle Los Álamos Mz. N Lote 4 – Esperanza Alta
7	Panadería “Rimorán”	Jr. José Olaya N° 702
8	Panadería “Chero”	Jr. Manuel Ruiz 1102 - Bolívar Alto
9	Panadería “Aromas”	Jr. Cajamarca P-14 - Zona de Reubicación
10	Panadería “Panitalias”	Av. Gálvez N° 303
11	Panadería “El Sol”	Av. Avancay Mz. B Lote 5 – Esperanza Baja
12	Panadería “Villa”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre N° 678
13	Panadería “La Florida”	Av. E. Meiggs PI - Florida Baja
14	Panadería “Los Trigales”	Psje. Santa Lucía N° 241 – 2 de Mayo
15	Panadería “Meilly”	Jr. Manuel Villavicencio N° 1238 - Bolívar Alto
16	Panadería “Chávez”	Calle Emancipación N° 336 – P.J. 2 de Junio
17	Panadería “San Fernando”	Av. Pacífico R-13 – 1ro de Mayo
18	Panadería “El Pacífico”	Jr. Manuel Ruiz N° 344
19	Panadería “Tonys”	Jr. Manuel Ruiz N° 1229 - Bolívar Alto
20	Panadería “Otonne”	Jr. Leoncio Prado N° 559

Anexo 4:

ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ENCUESTA

El presente cuestionario estructurado, servirá para el trabajo de tesis titulada:
“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL – RUBRO ELABORACIÓN DE
PRODUCTOS DE PANADERÍA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2014”, para
optar el título de Licenciada en Administración.

MARCA CON UNA (X) LA RESPUESTA:

1.- GENERALES:

RESPECTO A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES:

- 1.- Edad del Representante legal de la Mype.**
 - a) 18 – 30 años
 - b) 31 – 50 años
 - c) 51 a más

- 2.- Género del representante legal de la Mype.**
 - a) Femenino
 - b) Masculino

- 3.- Grado de instrucción del representante legal de la Mype.**
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Superior No Universitaria
 - d) Superior Universitaria

- 4.- Cargo del representante legal de la Mype.**
 - a) Administrador
 - b) Propietario

RESPECTO A LA MYPE:

- 5.- Por su forma de organización.**
- a) Individual
 - b) Sociedad
- 6.- El tiempo de permanencia de la Mype en el mercado.**
- a) 01 año – 03 años
 - b) 04 años – 07 años
 - c) 08 años – más
- 7.- Su empresa se creó para.**
- a) Generar Ganancias
 - b) Subsistencia
 - c) Generar empleos para sus familiares.
- 8.- Formalidad de la Empresa.**
- a) Formal
 - b) Informal

RESPECTO A LA CAPACITACIÓN:

- 9.- ¿Conoce usted el término capacitación?**
- a) Si
 - b) No
- 10.- ¿Considera usted necesaria la capacitación?**
- a) Si
 - b) No
- 11.- ¿Cuántas veces ha sido capacitado en los últimos años?**
- a) 1 a 3 veces
 - b) 4 veces a más
 - c) Nunca
- 12.- ¿Qué tipo de capacitación ha recibido su personal?**
- a) Atención al cliente
 - b) Competitividad y emprendimiento
 - d) Seguridad y Salubridad
 - e) No capacita a su personal
- 13.- La capacitación para usted es:**
- a) Una inversión.
 - b) Un gasto
- 14.- Considera que la capacitación mejora el rendimiento en sus trabajadores.**
- a) Si
 - b) No

Anexo 5:

Hoja de tabulación

Preguntas		Alternativas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Respecto a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas					
1.	Edad del Representante Legal de la MYPE.	18 – 30 años	IIII	4	20,0%
		31 – 50 años	IIII IIII III	13	65,0%
		51 a más	III	3	15,0%
		Total	20	20	100,0%
2.	Género del representante legal de la MYPE.	Femenino	III	3	15,0%
		Masculino	IIII IIII IIII II	17	85,0%
		Total	20	20	100,0%
3.	Grado de instrucción del representante de la MYPE	Primaria	II	2	10,0%
		Secundaria	IIII	5	25,0%
		Superior No Universitaria	IIII	5	25,0%
		Superior Universitaria	IIII III	8	40,0%
		Total	20	20	100,0%
4.	Cargo del representante de la MYPE.	Administrador	IIII	5	25,0%
		Propietario	IIII IIII III	15	75,0%
		Total	20	20	100,0%
Respecto a las características de las Micro y Pequeñas Empresas					
5	Por la forma de organización de la MYPE	Individual	IIII IIII IIII IIII	20	100,0%
		Sociedad	0	0	0,0%
		Total	20	20	100,0%
6	Tiempo de permanencia de la MYPE en el mercado.	01 a 03 años	0	0	0,0%
		04 a 07 años	IIII I	6	30,0%
		08 años a más	IIII IIII III	14	70,0%
		Total	20	20	100,0%
7	La empresa se creó para.	Generar ganancias	IIII IIII III	14	70,0%
		Subsistencia	IIII I	6	30,0%
		Generar empleo para sus familiares	0	0	0,0%
		Total	20	20	100,0%
8	Formalidad de la empresa.	Formal	IIII IIII IIII III	18	90,0%
		Informal	II	2	10,0%
		Total	20	20	100,0%

Respecto a las características de la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas					
9	Conocimiento del término capacitación	Si	IIII IIII IIII IIII	20	100,0%
		No	0	0	0,0%
		Total	20	20	100,0%
10	Considera usted necesaria la capacitación	Si	IIII IIII IIII III	18	90,0%
		No	II	2	10,0%
		Total	20	20	100,0%
11	Número de capacitaciones recibidas	0 veces	IIII	4	20,0%
		1 a 3 veces	IIII IIII	10	50,0%
		3 veces a más	IIII I	6	30,0%
		Total	20	20	100,0%
12	Tipo de capacitación recibida por su personal	Atención al Cliente	IIII IIII	9	45,0%
		Competitividad y emprendimiento	0	0	0,0%
		Seguridad y Salubridad	IIII II	7	35,0%
		No capacita a su personal	III	4	20,0%
		Total	20	20	100,0%
13	La capacitación es:	Una inversión	IIII IIII IIII III	18	90,0%
		Un gasto	II	2	10,0%
		Total	20	20	100,0%
14	La capacitación mejora el rendimiento en los trabajadores	Si	IIII IIII IIII IIII	20	100,0%
		No	0	0	0,0%
		Total	20	20	100,0%

Anexo 6:

FIGURAS

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

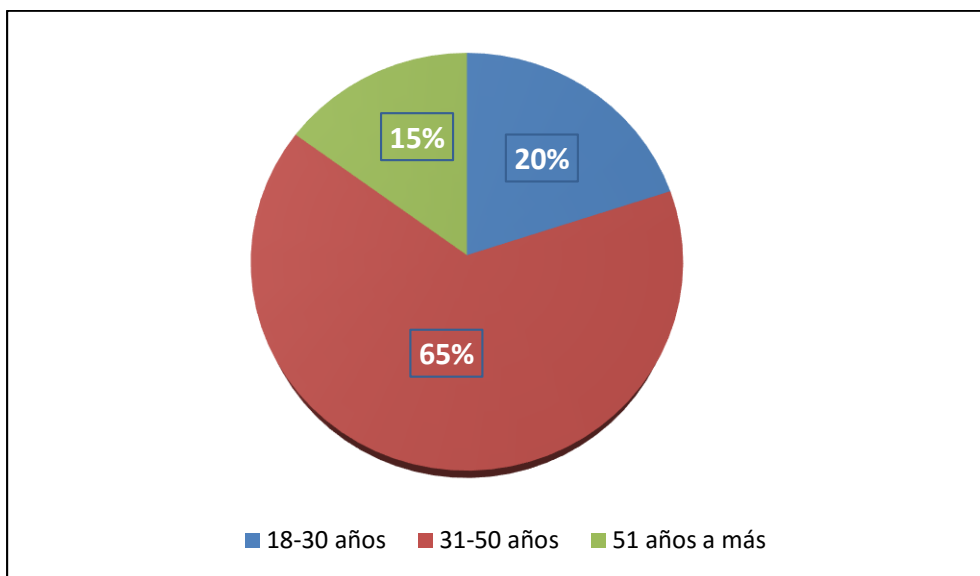


Figura 1: Edad

Fuente: Tabla 1

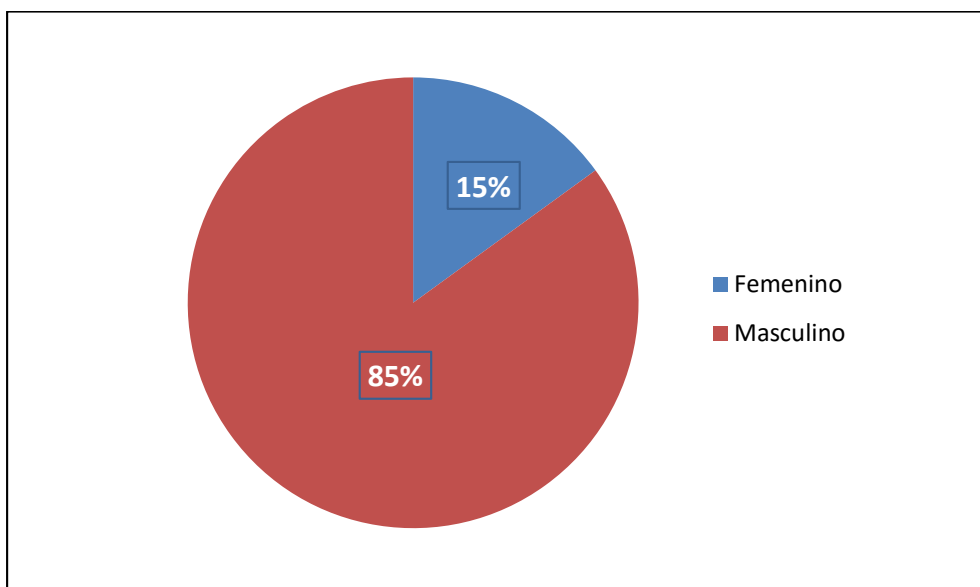


Figura 2: Género

Fuente: Tabla 1

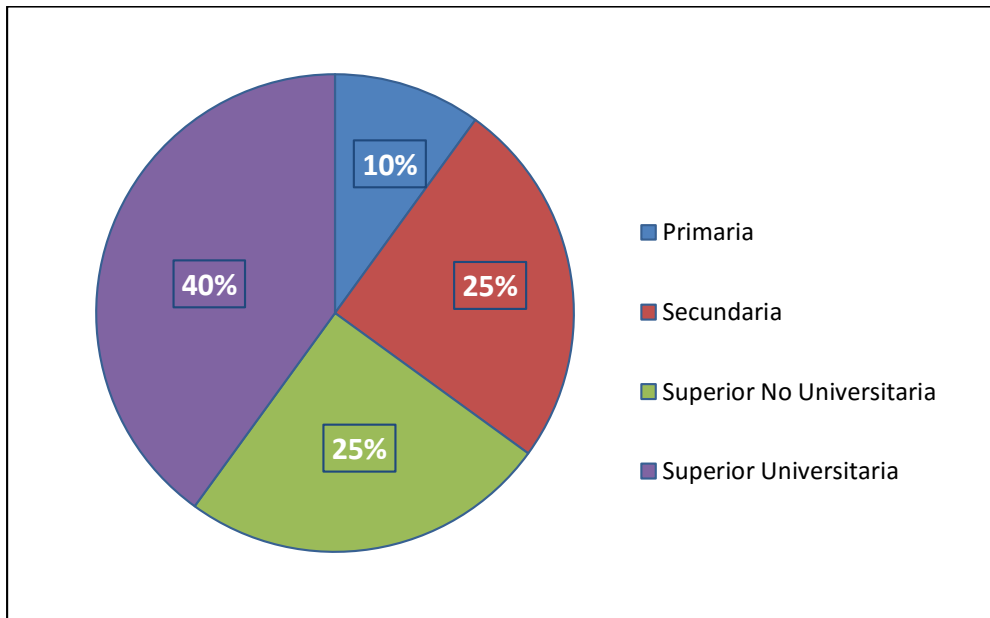


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

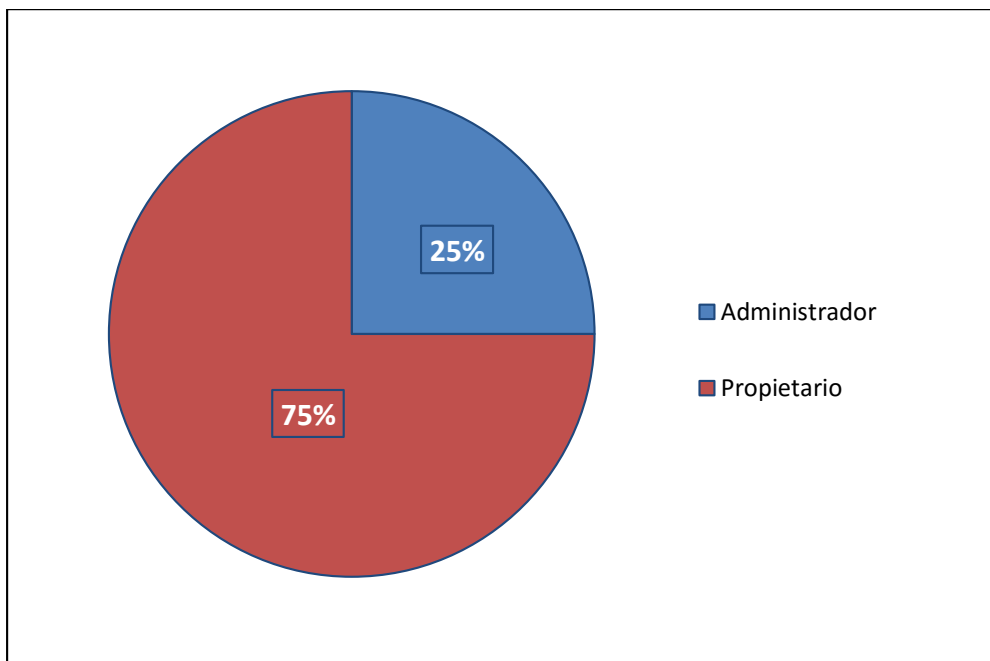


Figura 4: Cargo

Fuente: Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

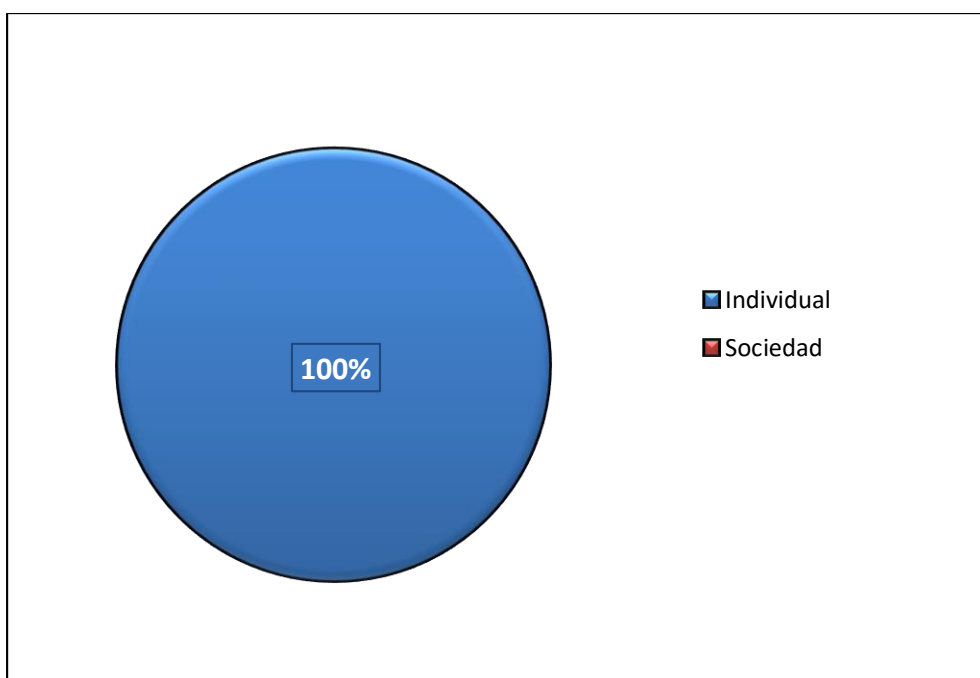


Figura 5: Por su forma de organización

Fuente: Tabla 2

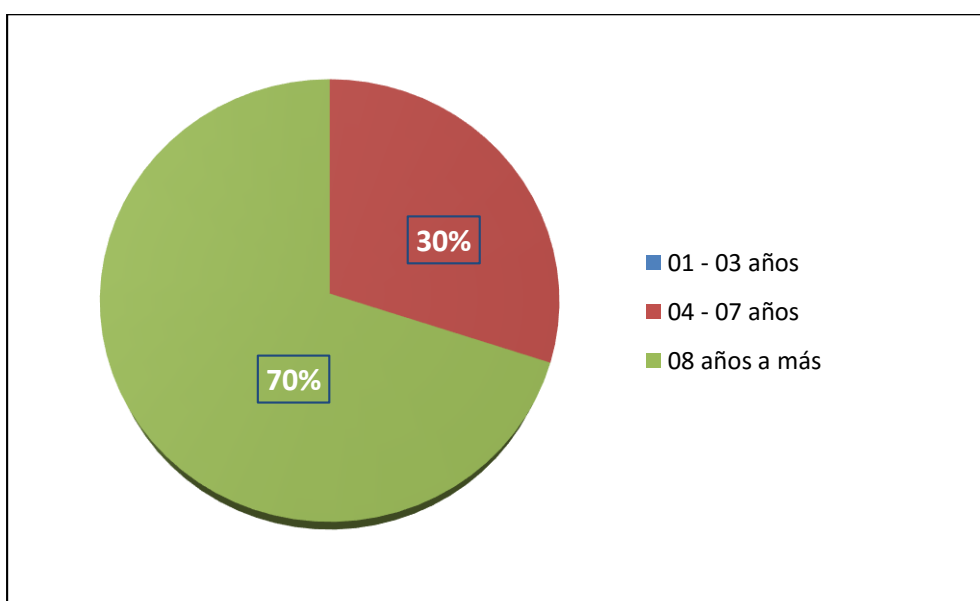


Figura 6: Tiempo de permanencia de la MYPE en el mercado

Fuente: Tabla 2

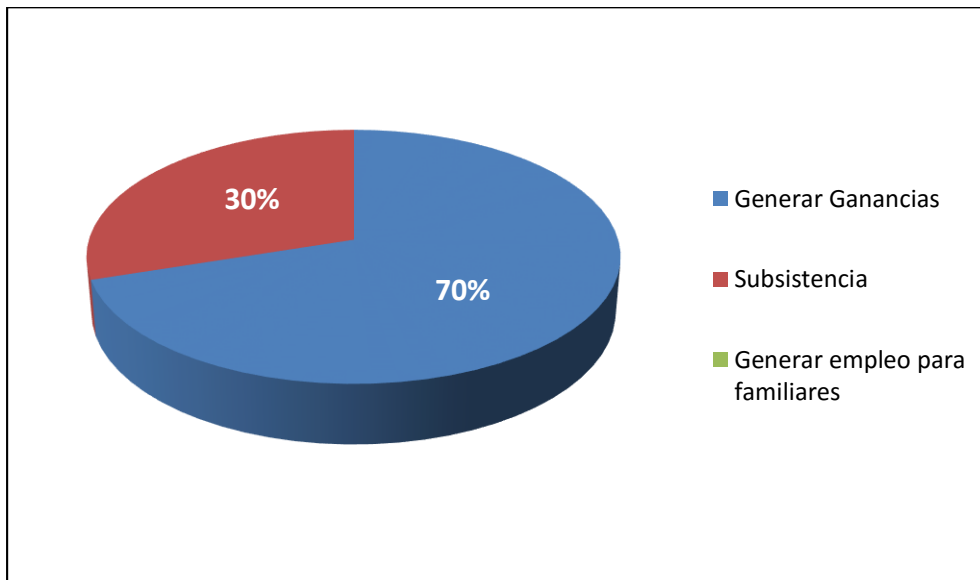


Figura 7: La empresa se creó para

Fuente: Tabla 2

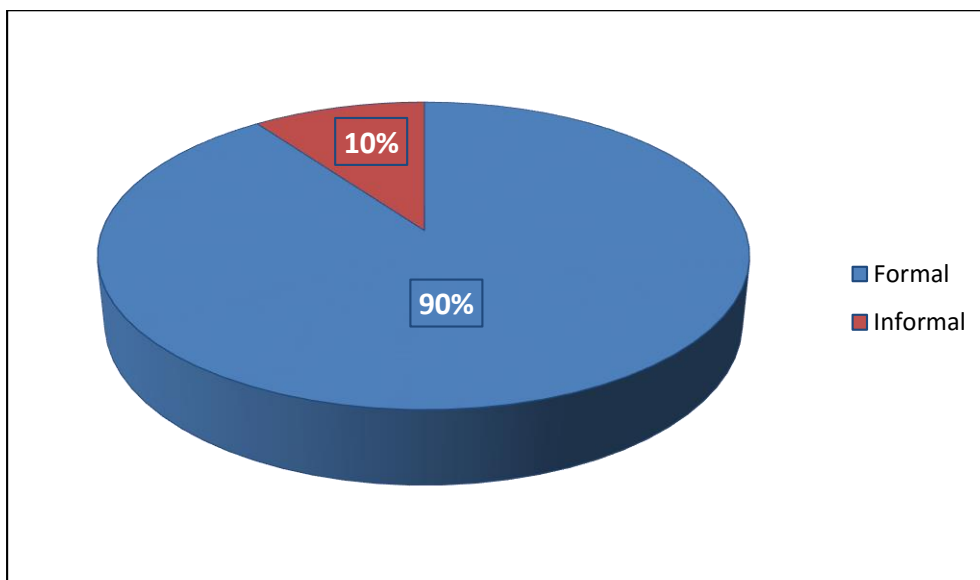


Figura 8: Formalidad de la empresa

Fuente: Tabla 2

Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2014.

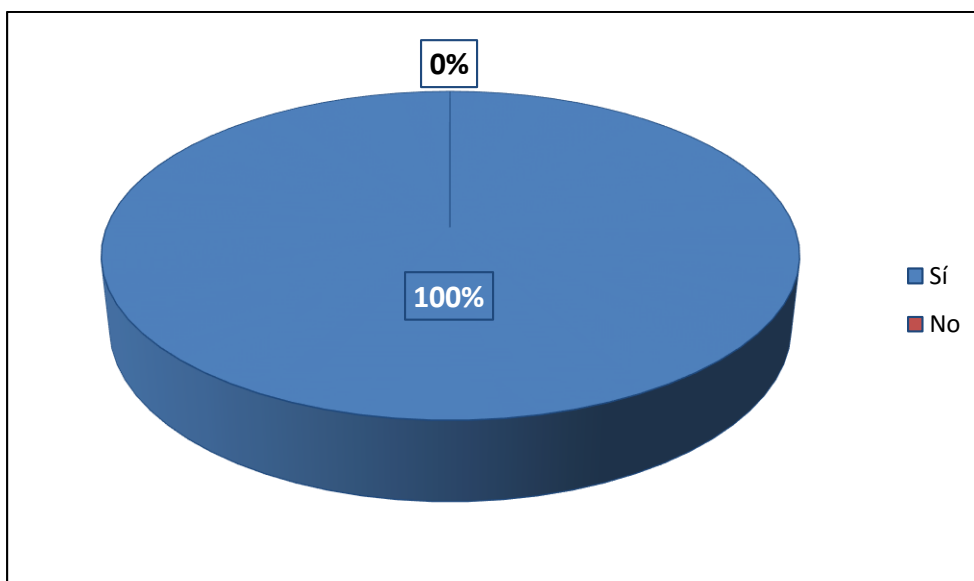


Figura 9: Conocimiento del término capacitación

Fuente: Tabla 3

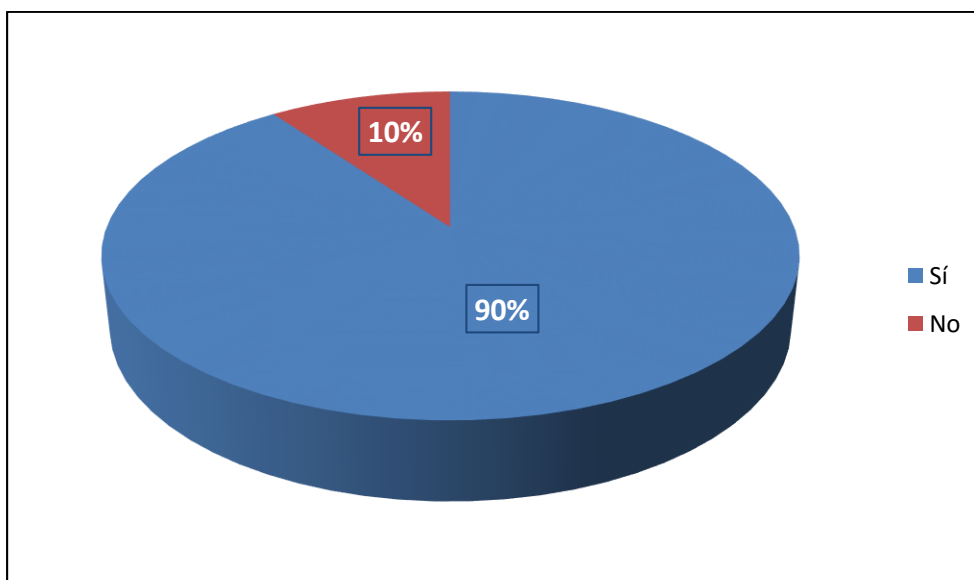


Figura 10: Considera usted necesaria la capacitación.

Fuente: Tabla 3

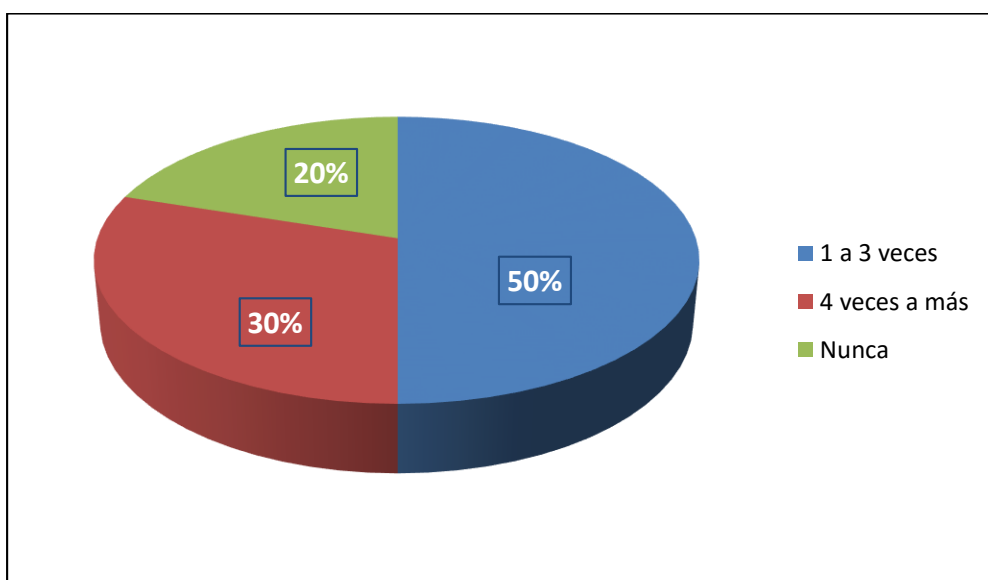


Figura 11: Número de capacitaciones recibidas

Fuente: Tabla 3

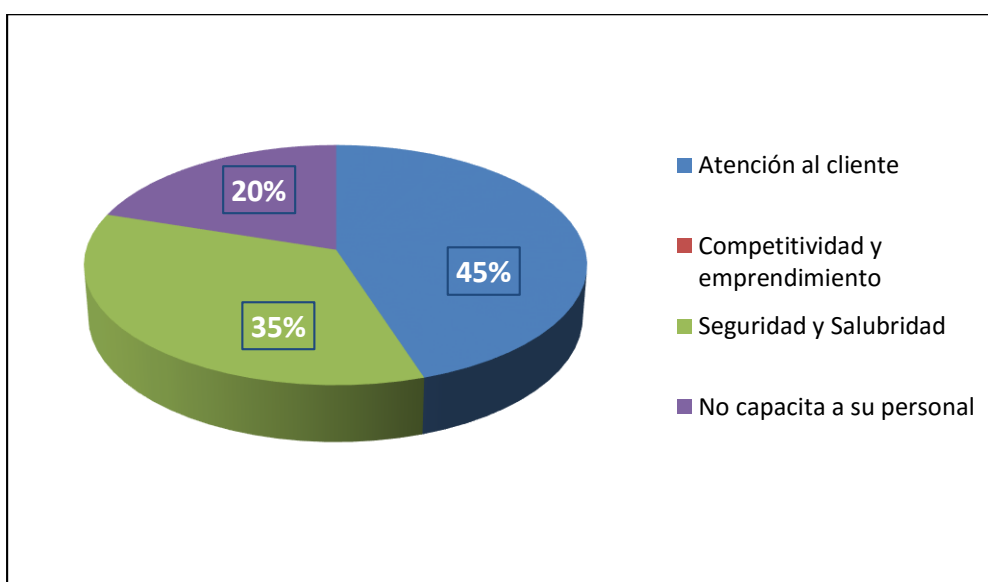


Figura 12: Tipo de capacitación recibida por su personal

Fuente: Tabla 3

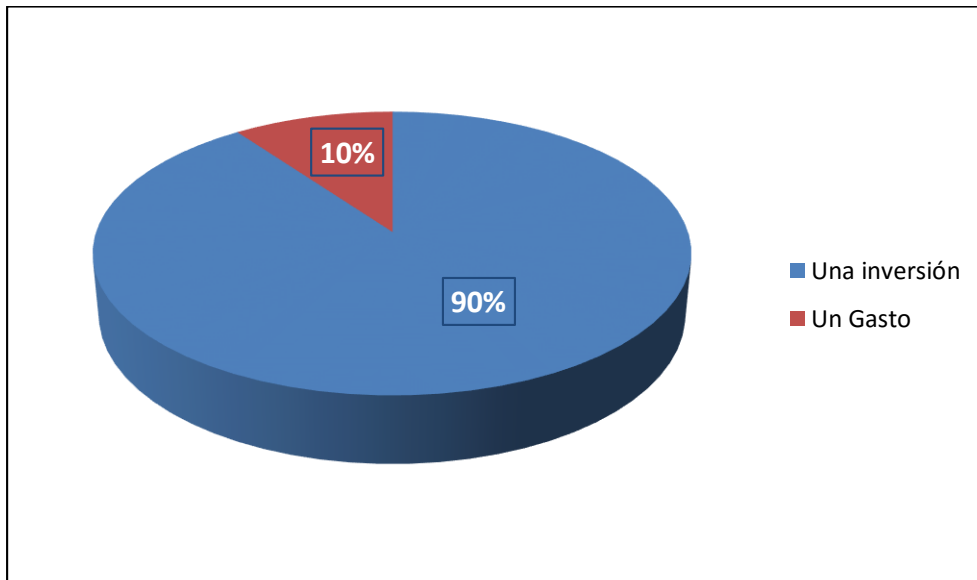


Figura 13: La capacitación es

Fuente: Tabla 3

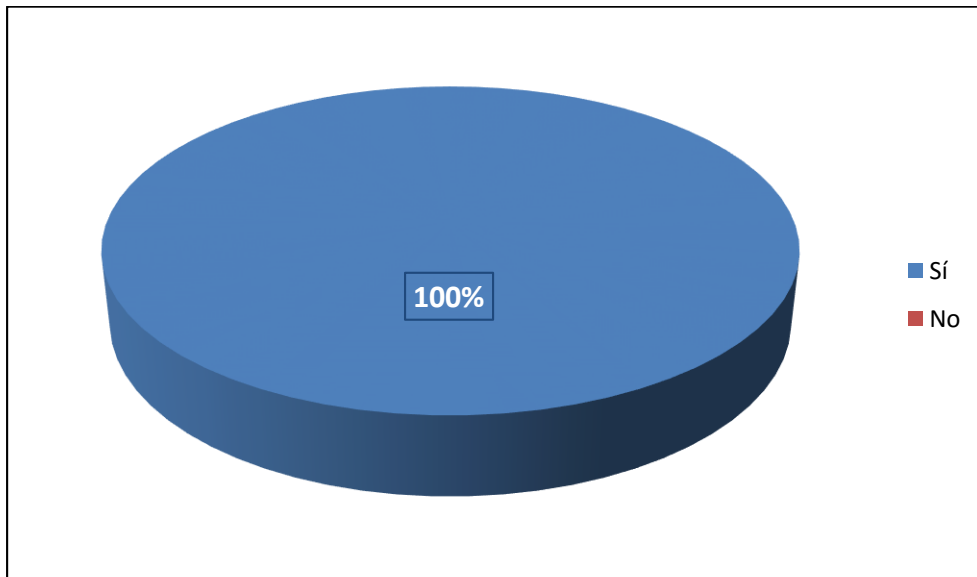


Figura 14: La capacitación mejora el rendimiento de los trabajadores

Fuente: Tabla 3