



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN LA CAPACITACIÓN EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO VENTAS DE ABARROTES EN EL
MERCADO BUENOS AIRES, NUEVO CHIMBOTE, 2018.

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

AUTOR

Bach. JULIO CÉSAR MACEDA CRUZADO

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2019

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mg. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios y a mí familia por apoyarme siempre
y por cada avance durante mi vida.

A mis amigos y amigas por
sus palabras de aliento para
poder culminar esta tesis con
éxito.

A la ULADECH por abrir sus puertas
para mi formación y a todos sus
docentes durante este proceso.

Agradecer al Dr Reineiro
Zacarías Centurión Medina
por su capacidad y paciencia
para guiarme en el desarrollo
de esta tesis.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018. El estudio fue de tipo descriptivo, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal. Se utilizó una muestra de 25 micro y pequeñas empresas, de una población de 27, aplicando una encuesta de 17 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 44% de los representantes tienen de 51 a más años, el 60% son mujeres con instrucción secundaria, el 100% son dueños. En relación con las micro y pequeñas empresas: 68% tiene más de 7 años funcionando, 96% cuenta de 1 a 3 colaboradores y el 100% busca generar ganancias. Referente con la gestión de calidad: 72% no tiene conocimiento, 76% no conoce ninguna técnica de gestión, 80% no recibió capacitación antes de la apertura del negocio, 96% considera la capacitación como inversión y mejora la rentabilidad, el 60% manifiesta que le gustaría ser capacitado en ventas. Concluyendo que una mayoría relativa de las MYPES está dirigida por adultos, de sexo femenino y con estudios secundarios; tienen más de 7 años de funcionamiento y buscan generar ganancias; la mayoría desconoce de gestión de calidad y sus técnicas; no han recibido capacitación, una gran mayoría considera la capacitación como una inversión y mejora la rentabilidad de sus empresas y la mayoría le gustaría ser capacitado en ventas.

Palabras claves: Micro y pequeñas empresas, Gestión de Calidad, Capacitación.

ABSTRACT

The general objective of this research was to: Determine the main characteristics of quality management in the training of micro and small companies in the commerce sector, selling groceries in the Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018. The study was of type descriptive, with quantitative approach and transversal non-experimental design. We used a sample of 25 micro and small companies, out of a population of 27, applying a survey of 17 questions, obtaining the following results: 44% of the representatives are 51 or older, 60% are women and secondary education , 100% are owners. In relation to the micro and small business: 68% have more than 7 years working, 96% account for 1 to 3 employees and 100% seeks to generate profits. Regarding quality management: 72% have no knowledge, 76% do not know any management technique, 80% did not receive training before opening their company, 96% considered training as an investment and improved profitability, 60% stated that would like to be trained in sales. Concluding that a relative majority of the MYPES is directed by adults, female and with secondary studies; they have more than 7 years of operation and seek to generate profits; the majority do not know about quality management and its techniques; they have not received training, a large majority considers training as an investment and improves the profitability of their companies and most would like to be trained in sales.

Keywords: Micro and small enterprises, Quality Management, Training.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	i
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	ii
HOJA DE AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN Y ABSTRACT.....	iv
CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	01
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	04
III. HIPÓTESIS.....	16
IV. METODOLOGÍA.....	17
4.1 Diseño de la investigación.....	17
4.2 Población y muestra.....	17
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores....	18
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
4.5 Plan de análisis.....	20
4.6 Matriz de consistencia.....	21
4.7 Principios éticos.....	22
V. RESULTADOS.....	23
5.1 Resultados.....	23
5.2 Análisis de resultados.....	27
VI. CONCLUSIONES.....	34
Referencias Bibliográficas.....	36
Anexos.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	Características generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.....	pag. 23
TABLA 2	Características generales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.....	pag. 24
TABLA 3	Características generales de la gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.....	pag. 25
TABLA 4	Características generales de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.....	pag 26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	46
Figura 2. Sexo.....	46
Figura 3. Grado de instrucción.....	47
Figura 4. Cargo que desempeña.....	47
Figura 5. Tiempo de funcionamiento en el rubro.....	48
Figura 6. Número de colaboradores.....	48
Figura 7. Los colaboradores de su empresa son.....	49
Figura 8. Finalidad de la empresa.....	49
Figura 9. Conocimiento sobre gestión de calidad.....	50
Figura 10. Técnicas de gestión de calidad.....	50
Figura 11. Gestión de calidad en el rendimiento de la empresa.....	51
Figura 12. Capacitación antes de aperturar su empresa.....	51
Figura 13. Considera la capacitación como una inversión.....	52
Figura 14. Colaboradores capacitados.....	52
Figura 15. Cuantas veces ha sido capacitado.....	53
Figura 16. En que le gustaría ser capacitado.....	53
Figura 17. La capacitación mejora la rentabilidad de su empresa.....	54

I. INTRODUCCIÓN

La creación y desarrollo de micro y pequeñas empresas es un tema de suma importancia para el Estado así como también para la sociedad, pues genera empleo, contribuye con los impuestos, y mueve a otros sectores económicos. Sin embargo la falta de capacitación por parte de los dueños o representantes, sumado a una gestión empírica, sin aplicación de técnicas de gestión de calidad, conlleva a limitar el progreso de estas empresas.

En nuestro país, la mayoría de micro y pequeñas empresas no cuentan con estudio de mercado, debido a la falta de conocimiento, que permita analizar la viabilidad de la inversión, situación que las hace vulnerables y conlleva a desaprovechar los recursos y las técnicas modernas de gestión existentes para producir nuevos planes de negocios que permita generar valor agregado, desarrollo económico e ingreso a la economía familiar.

Países como Chile, Colombia, México, entre otros han establecido una diversidad de programas orientados a las micro y pequeñas empresa que contienen el fortalecimiento de habilidades para los colaboradores, capacitación, mejoras en la tecnología y productividad, desarrollo de mercados, etc, así como la formalización.

A nivel nacional las MYPES tienen importantes repercusiones económicas y sociales para el proceso de desarrollo nacional, constituyen más del 98% de todas las empresas existentes en Perú, crea empleo alrededor del 75% de la PEA y genera riqueza en más de 45% del PBI. Las MYPES constituyen la mejor

alternativa para hacer frente al desempleo nacional, especialmente al alarmante desempleo juvenil. (Espinoza, 2008)

Por otro lado en el Distrito de Nuevo Chimbote, existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de abarrotes ubicadas en el interior del mercado Buenos Aires, desconociéndose si los dueños se capacitaron para la apertura de sus negocios, si capacitan a sus colaboradores, como consideran a la capacitación, que técnicas de gestión de calidad conocen, etc., por lo que se plantea como enunciado del problema ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en la Capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018? Se plantea como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018. Y como objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018 y determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

La presente investigación se justifica porque permite contar con información a nivel descriptivo sobre las principales características de la gestión de calidad en la

capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, y sus resultados se observan en el acápite N° 5 y sus figuras anexas (ANEXO 05) siguientes.

Finalmente, sirve como antecedente para investigaciones futuras en los interesados en este tema, ya que brinda una contribución a la teoría, práctica y metodología en estudios similares referidos a la producción y servicios en la región, puesto que, en el plano regional y local son escasos los datos estadísticos sobre el objeto de estudio, lo que vislumbra la necesidad de estudios descriptivos sobre la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Acosta (2016) en su Tesis *Gestión de Calidad en la Capacitación en las ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías, su investigación fue de nivel descriptivo, con un enfoque cuantitativo y el diseño No experimental transversal. Los resultados fueron: 71,4% son de 31 -50 años, el 64,3% son mujeres, el 57,1% tienen 7 años a más en el mercado, el 57,1% tienen 6 a 10 trabajadores, el 78% se creó para generar ganancias, el 57,1% tienen cierto conocimiento sobre gestión de calidad, el 100% respondieron que si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio con la gestión de calidad, el 71,4% respondieron que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas, el 57,1% si reciben capacitación para atención al cliente, el 50,0% reciben capacitación 3 veces al año, el 57,1% si deberían dar más capacitaciones y el 100,0% si es eficiente la empresa cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes.

Córdova (2018) en su investigación *Gestión de Calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de electrodomésticos, ciudad de Casma, 2017*. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de las Mypes, sector comercio, rubro venta minorista de electrodomésticos. Los

resultados fueron: el 60,0% de los representantes legales tienen entre 18 y 50 años, el 70,0% del género masculino y tienen grado de instrucción superior no universitaria. Referente a las Mypes: el 60,0% tienen una permanencia en el mercado de 3 años a más y el 70,0% cuenta de 1 a 5 trabajadores. Con relación a la Gestión de Calidad en la capacitación, el 80,0% conoce el término, el 100,0% conoce la técnica de las 5s y utiliza la técnica de medición de la observación e indica que la gestión de calidad mejora el negocio, el 70,0% considera la capacitación como una inversión, el 100,0% indica que su personal ha sido capacitado en atención al cliente, el 70,0% fue capacitado de 1 a 2 veces y el 100,0% considera que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa.

Briones (2016) en su Tesis *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes, del mercado pueblos unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013*. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la capacitación en la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes, del mercado pueblos unidos, su investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo. Los resultados que se obtuvieron fueron: Referente al perfil del representante: el 50,0% tiene entre 31 a 50 años, de los cuales son el 64,0% género femenino, donde el 36,0% tienen estudios secundarios, sin embargo el 86% tiene otras profesiones, el 100,0% asume el cargo de dueño en la empresa. Referente a las características de la Micro y pequeñas empresas: el 64,0% lleva funcionando de 9 a más años, donde el 93,0% tiene entre 1 a 3 colaboradores, el 57,0% tiene como objetivo principal obtener ganancias. Referente a la capacitación: el 86,0% conoce el término capacitación, sin embargo el 86,0% no

se ha capacitado, donde el 86,0% del personal no ha recibido capacitación, mientras que el 100,0% considera la capacitación como inversión, el 43,0% desearía capacitarse en el tema de servicio al cliente, el 100,0% considera que la capacitación influye en la competitividad de su empresa. Por último se llegó a la conclusión que la mayoría de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de abarrotes, del mercado pueblos unidos en la ciudad de Chimbote, conocen el termino capacitación y no se han capacitado.

Ramírez (2017) en su tesis *La gestión de calidad y la capacitación de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro distribuidora de carbón de piedra del centro poblado El Milagro, distrito de Huanchaco, 2016*. Tuvo como objetivo describir las principales características de la gestión de calidad y la capacitación de la micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro distribuidoras de carbón de piedra del centro poblado El Milagro. Su investigación fue cuantitativa-descriptiva, de diseño no experimental-transversal. Los resultados obtenidos fueron respecto al representante legal: el 80,0% tienen edad promedio entre 30 – 50 años, el 80,0% son de género masculino, el 80,0% son dueños de su negocio. Respecto a la micro y pequeñas empresas: el 100,0% son formales, el 60,0% tienen entre 5-10 años en el rubro, el 90,0% fueron formadas con la finalidad de generar ganancias. Respecto a la gestión de calidad: el 100,0% indicaron que si perciben que gestionan con calidad, el 60,0% aplican técnicas o herramientas modernas. Respecto a la capacitación: el 70,0% del personal recibe capacitación cada año, el 100,0% indicaron que la capacitación es inversión, el 70,0% creen que la capacitación si mejora la productividad de su empresa.

Vega (2017) en su Tesis *Gestión de Calidad con el uso de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro construcción, casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2016*. Su investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal. Los resultados que se obtuvieron fueron respecto a los microempresarios: el 100,0% tiene entre 31 y 50 años de edad y el 62,5% de los encuestados son ingenieros. Respecto a la micro y pequeñas empresas: el 100,0% de las empresas son de personería jurídica y el 100,0% de las empresas tienen más de 3 años en la actividad. Respecto a la capacitación: el 87,5% de las empresas se afirma que tienen programas de selección, reclutamiento de personal y/o capacitación de personal y en el 75,0% de las empresas se les da cursos de capacitación tanto a sus trabajadores eventuales como a los permanentes. Y se llegó a la conclusión que los representantes legales (100%) tiene entre 31 y 50 años de edad, las empresas tienen tanto trabajadores permanentes como eventuales (75%) en las empresas se hace un diagnóstico previo para determinar las necesidades de su personal antes de capacitarlos (100%) y considera a la capacitación una inversión (100%).

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Definición de la Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se

está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas” (Ley 28015, 2003, p. 1).

Como resultados de la presente investigación se ha obtenido que el 60,0% son del sexo femenino, por lo que es destacable la participación de mujeres liderando estas empresas que para mejorar necesitan conocimiento especializado, acceso a financiamiento y desarrollo de competencias.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Las Micro y pequeñas empresas se identifican según el tamaño que posean, es decir mediante el volumen de ventas que realizan mensualmente, como lo manifiesta la Ley 30056, la cual establece tres categorías, siendo las de interés para el estudio, las dos primeras. La microempresa se caracteriza porque su máximo de trabajadores que puede contratar son 10 y el mínimo uno, asimismo, como máximo puede registrar hasta 150 UIT en un año de ventas. La empresa pequeña, por su parte, puede tener como mínimo un trabajador y como máximo cincuenta, además puede ingresarle a partir de 150 UIT hasta 1700 UIT en un año de ventas.

En el estudio realizado la gran mayoría son microempresas considerando los resultados que muestran el 96,0% entre 1 a 3 colaboradores, ayudándolos a entender su ubicación dentro del sistema tributario.

Objetivo de las Micro y pequeña empresa

Según Loaiza (2014) Los objetivos que tienen las microempresas es de ir mejorando y aumentando su productividad en un determinado tiempo como se planifican, pero eso dependerá según los esfuerzos y dedicación que le pongan, de la misma manera los objetivos de las micro y pequeñas empresas se constituyen en aquellos resultados que se establecen alcanzar, en un tiempo determinado, mediante el uso estratégico de los recursos a disposición. Los objetivos planificados tienen como finalidad de:

- Incrementar las ventas.
- Aumentar los ingresos.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Crecer

En el caso de las Micro y pequeñas empresas, su principal objetivo es su crecimiento, el cual generará mayor rentabilidad y ventaja a nivel competitivo.

Los resultados de esta investigación pueden deducir que el 100,0% son creadas con la finalidad de generar ganancias.

Importancia de las MYPES

Este tipo de empresas (Mypes) son importantes para el desarrollo y bienestar de nuestro país, ya que uno de los principales motivos es que gracias a ellas la pobreza se reduce, ya que el 75% a 95% de los empleados de las Micro y pequeñas empresas pertenecen a los estratos económicos bajos; lo que demuestra la importancia de la existencia de este tipo de empresas.

Por otro lado en el Perú las Micro y pequeñas empresas son componente muy importante en nuestra economía, por la razón de que brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Es indudable que las MYPES abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país. Sánchez (2008).

Tipos de micro empresas

Las micro y pequeñas empresas son generadas mayormente con fines lucrativos que les permita con el tiempo crecer más, del cual algunas se mantienen en el mercado y otras desaparecen en el poco tiempo de su creación por diferentes problemas que atraviesan y no le dan una solución o desconocimiento de la misma, así como lo manifiesta Olivares (2011). que se dan en tres tipos de micro empresarios, tales como:

- Micro empresas de sobre vivencia: Tiene la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia en ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos.
- Micro empresas de subsistencia: Son aquellos que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.

- Micro empresas en crecimiento: Tienen la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleo.

Gestión de calidad

Efectuar una gestión de calidad representa una herramienta de gran valor para que las empresas puedan ser eficientes y competitivas dentro del mercado, ya que esta permite mejorar la calidad de productos y el servicio de atención al cliente, así como lo menciona Jaramillo y Castor (2009), la gestión de la calidad es entendida como un conjunto de acciones planificadas que se ejecutan en una serie de elementos, lo que permite alcanzar servicios o productos de calidad para el cliente, en otras palabras, implica la planeación, control y mejora de los elementos de una empresa para cumplir con los requisitos del cliente.

Técnicas modernas de gestión de calidad

Sarmiento (2016) establece seis técnicas más fundamentales: calidad total, orientada a lograr la mayor satisfacción del cliente a través de un bien o servicio mediante la mejora continua; Benchmarking, proceso de evaluar productos, servicios y prácticas de competidores líderes de la industria y con los de la misma empresa para mejorarlas e implementarlas; Empowerment, proceso orientado a lograr la confianza entre la organización y sus colaboradores aumentando la responsabilidad y compromiso para resolver problemas; Outsourcing, proceso de delegar la ejecución de algunas actividades a otras empresas especializadas; Red Corporativa, administración de la empresa conectada a todo un sistema en red;

Las 5 s, practica Japonesa referida al mantenimiento integral de los procesos de mejoramiento continuo.

De acuerdo a los resultados de la encuesta en el presente estudio la mayoría de los representantes de las MYPES carecen de conocimiento sobre gestión de calidad y sus técnicas, esta situación genera baja competitividad y escasa rentabilidad que limitan su desarrollo en el mercado.

Capacitación

La capacitación es como un conjunto de actividades didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa y que se orientan hacia una ampliación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente. En pocas palabras, capacitar implica proporcionarle al trabajador las habilidades y conocimientos que lo hagan más apto y diestro en la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de varios tipos y pueden enfocarse a diversos fines individuales y organizacionales. Según Emrendepyme (2008)

¿Por qué capacitar?

Peter Drucker en uno de sus pensamientos refiere que "cualquier institución importante, empresa, organismo estatal o cualquier otra, tiene la tarea de capacitar y dedicar enorme tiempo y atención a este proceso " Hay muchas razones por las cuales una organización debe capacitar a su personal, pero una de las más importantes es la realidad actual. Ante esta circunstancia, el comportamiento se modifica y nos enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo y por eso es que debemos estar siempre actualizados.

Por lo tanto, las empresas se ven obligadas a buscar mecanismos que les garanticen resultados exitosos. Ninguna organización puede permanecer tal como está, ni tampoco su personal debe quedar rezagado y una de las formas más eficientes para que esto no suceda es capacitando permanentemente implementando planes de capacitación.

Importancia de la Capacitación

Según Guevara (2012) la capacitación es importante para la competitividad de cualquier organización y además constituye una necesidad de la persona. El ser humano es capaz de experimentar deseo de crecer, evolucionar, desarrollar, para sentir que avanza. Pero para que este proceso produzca los resultados esperados, previamente debe existir un compromiso de la organización con el empleado, y a la vez, el compromiso del empleado consigo.

La capacitación es muy importante en una Micro y Pequeña Empresa, para que esté preparada frente al mercado competitivo; asimismo estas también cuentan con inconvenientes para poder realizar una capacitación tales como la planificación presupuestal anual de la empresa, el interés del dueño o administrador, falta de tiempo del personal, etc.

Proceso básico de la capacitación

En teoría, cualquier programa de capacitación consiste en cuatro pasos, El propósito del paso de evaluación es determinar las necesidades de la capacitación. Posteriormente, si se identifican una o más deficiencias que se puedan eliminar, es necesario fijar objetivos de capacitación; en este punto se especifica en términos medibles y observables el desempeño que se espera obtener de los empleados que

serán capacitados. En el paso de capacitación se seleccionan las técnicas reales de capacitación y se lleva a cabo el entrenamiento. Finalmente, debe haber un paso de Evaluación. Es aquí donde se comparan los desempeños de antes y después de la capacitación de los empleados, y con ello se evalúa la eficiencia del programa.

- Evolución. Cuáles son los requerimientos de capacitación para esta persona y/o puesto.

- Establecer los objetivos de la capacitación. Los objetivos deben ser observables y medibles.

- Capacitación. Las técnicas incluyen capacitación en el puesto, aprendizaje programado y la evaluación que permita medir la reacción, aprendizaje y resultados.

Objetivo de la capacitación

Según Aquino y Otros (1997) la capacitación tiene cinco objetivos. El primer objetivo se centra en la preparación de los trabajadores para su desempeño en los cargos asignados. El segundo, es promover el desarrollo profesional y personal de su personal. El tercero, es la mejora del clima organizacional, mediante el cambio de actitud de los trabajadores. El cuarto, proveer de un capital humano competente en la ejecución de las tareas de su cargo. El quinto, generar en el trabajador la identidad hacia la organización y por ende la responsabilidad para con ella. Finalmente, el sexto, actualizar permanente a su personal, acorde a los cambios y necesidades del contexto.

2.3. Marco Conceptual

Micro y pequeñas empresa

La micro y pequeña empresa es entendida como una unidad económica conformada por una persona natural o jurídica, dentro de cualquier forma organizativa o de gestión empresarial considerada en la legislación vigente, la cual tiene como meta implementar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Gestión de calidad

Se denomina gestión de calidad al mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén satisfechos con los productos o servicios que adquieran, según Pérez (2014).

Capacitación

La capacitación es entendida como el proceso mediante el cual se adquieren conocimientos de tipo científico, técnico y administrativo. En otros términos, es preparar a los trabajadores para que puedan desempeñarse competentemente en sus cargos generando ventaja competitiva a la organización dentro del mercado.

Abarrotes

Denominación utilizada para nombrar a los productos de primera necesidad no perecibles, ya sean envasados o de ventas al peso.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio Gestión de Calidad en la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018 no se planteó hipótesis porque se trató de una investigación de tipo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental - transversal

Fue no experimental porque se ha realizado sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observó a la variable Gestión de Calidad en la capacitación tal como se encontró dentro de la MYPES en estudio, es decir conforme a su realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado, es decir dentro del año 2018, del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2018.

4.2 Población y muestra

Población

Estuvo constituido por 27 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes del Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018. La cual se determinó mediante documento emitido por el Área de Mercado, Comercio y Defensa del Consumidor de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, (ANEXO 03).

Muestra

Se utilizó una muestra dirigida de 25 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes del Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Son personas motivadas y orientadas al crecimiento para una estabilidad financiera, por lo que invierten, y son capaces de asumir riesgos.	Edad	a) 18-30 b) 31-50 c) 51 a más	Razón
		Sexo	a) Masculino b) Femenino	
		Grado de instrucción	a) Estudios primarios b) Estudios secundarios c) Estudios técnicos d) Universitarios e) Sin instrucción	Ordinal
		Cargo que desempeña	a) Dueño b) Administrador	Nominal
Perfil de las micro y pequeñas empresas	La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial.	Tiempo de funcionamiento en el rubro	a) 0 – 3 años b) 4 – 6 años c) 7 a más años	Razón
		Número de colaboradores	a) 1 – 3 b) 4 – 8 c) 9 a mas	
		Los colaboradores en su empresa son	a) Familiares b) No familiares	Nominal
		Finalidad de la empresa	a) Generar ganancias b) Subsistencia	

Gestión de calidad en la capacitación	Es un conjunto de actividades que forman parte de un plan, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes de los individuos que representan o laboran en una empresa, permitiéndoles tener mayor eficacia tanto en su producción como en su calidad ya sea productivo o de servicio.	¿Tiene conocimiento sobre gestión de calidad?	a) Si b) Poco c) No	Nominal
		¿Qué técnicas de gestión de calidad conoce?	a) Empowerment b) Las 5 s c) Benchmarking d) Marketing e) Otros f) Ninguna	
		¿La gestión de calidad influye en el rendimiento de la empresa?	a) Si b) Desconozco c) No	
		¿Ha recibido algún tipo de capacitación antes de aperturar su empresa?	a) Si b) A veces c) No	
		¿Considera la capacitación como una inversión?	a) Si b) No	
		¿Sus colaboradores han sido capacitados?	a) Si b) A veces c) No	
		¿Cuántas veces ha sido capacitado?	a) 1 – 3 veces b) 4 a mas c) Ninguno	Razón
		¿En que le gustaría ser capacitado?	a) En ventas b) En atención al cliente c) En marketing d) Otros e) Ninguno	Nominal
		¿Considera que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?	a) Si b) A veces b) No	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta (técnica), mediante un cuestionario estructurado (instrumento) conformado por 17 preguntas, que permitió tener información relacionada a los aspectos generales de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa (4), Micro y Pequeña Empresa (4) y a las variables en estudio: Gestión de calidad en capacitación (9), (ANEXO 04).

4.5 Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboró tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas. El procesamiento de los datos se realizó con el programa informático Microsoft Excel.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población y muestra	Método	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de una Gestión de calidad en capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018?	<p>General: Determinar las características de una Gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Específicos: -Determinar las características de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018. -Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018. -Determinar las características de una Gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.</p>	Gestión de calidad en la capacitación	<p>Población: Se obtuvo una población de 27 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes del Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Muestra: Se aplicó una muestra de 25 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes del Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.</p>	<p>El diseño de la investigación fue no experimental – transversal. -No experimental porque se ha realizado sin manipular deliberadamente la variable en estudio dentro de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018. - Fue transversal por qué el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado, es decir dentro del año 2018, es decir del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2018. - Fue descriptivo porque solo se describió las principales características más relevantes de las micro y pequeñas empresas, representantes y la variable en estudio.</p>	<p>En la presente investigación se aplicó una encuesta y como instrumento fue un cuestionario conformado por 17 preguntas que permitió tener información relacionada a los aspectos generales de los representantes, micro y pequeñas empresas y las variables en estudio: gestión de calidad en la capacitación.</p>

4.7 Principios éticos

Esta investigación, no tuvo ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario beneficio al poder contar con datos confiables referente a las características más relevantes de las micro y pequeñas empresas en estudio.

Principios de confidencialidad: Solo se ha publicado la información brindada anónimamente por los dueños de las micro y pequeñas empresas.

Principios de confiabilidad: Los datos que se presentan son reales.

Respeto a la persona humana: Se respetó las ideas, creencias de las personas, para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

Datos Generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Edad		
18 a 30 años	5	20,00
31 a 50 años	9	36,00
51 a más años	11	44,00
Total	25	100,00
Sexo		
Masculino	10	40,00
Femenino	15	60,00
Total	25	100,00
Grado de Instrucción		
Estudios Primarios	5	20,00
Estudios Secundarios	15	60,00
Estudios Técnicos	1	4,00
Estudios Universitarios	2	8,00
Sin Instrucción	2	8,00
Total	25	100,00
Cargo que desempeña		
Dueño	25	100,00
Administrador	0	0,00
Total	25	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

Tabla 2

Características generales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

De la Empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de funcionamiento en el rubro		
0 a 3 años	6	24,00
4 a 6 años	2	8,00
7 a más años	17	68,00
Total	25	100,00
Número de colaboradores		
1 a 3 colaboradores	24	96,00
4 a 8 colaboradores	1	4,00
9 a más colaboradores	0	0,00
Total	25	100,00
Los colaboradores en su empresa son		
Familiares	22	88,00
No Familiares	3	12,00
Total	25	100,00
Finalidad de la empresa		
Generar ganancias	25	100,00
Subsistencia	0	0,00
Total	25	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

Tabla 3

Características generales de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

Gestión de calidad en la capacitación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
<i>¿Tiene conocimiento sobre gestión de calidad?</i>		
Si	5	20,00
Poco	2	8,00
No	18	72,00
Total	25	100,00
<i>¿Qué técnicas de gestión de calidad conoce?</i>		
Empowerment	0	0,00
Las 5 s	0	0,00
Benchmarking	0	0,00
Marketing	5	20,00
Otros	1	4,00
Ninguna	19	76,00
Total	25	100,00
<i>¿La gestión de calidad influye en el rendimiento de la empresa?</i>		
Si	10	40,00
Desconozco	13	52,00
No	2	8,00
Total	25	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

Tabla 4

Características generales de la capacitación en las micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

Gestión de Calidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Ha recibido algún tipo de capacitación antes de aperturar su empresa?		
Si	5	20,00
A veces	0	0,00
No	20	80,00
Total	25	100,00
¿Considera la capacitación como una inversión?		
Si	24	96,00
No	1	4,00
Total	25	100,00
¿Sus colaboradores han sido capacitados?		
Si	3	12,00
A veces	0	0,00
No	22	88,00
Total	25	100,00
¿Cuántas veces ha sido capacitado?		
1 a 3 veces	4	16,00
4 a más veces	1	4,00
Ninguno	20	80,00
Total	25	100,00
¿En qué le gustaría ser capacitado?		
En ventas	15	60,00
En atención al cliente	7	28,00
En Marketing	3	12,00
Otros	0	0,00
Ninguno	0	0,00
Total	25	100,00
¿Considera que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?		
Si	24	96,00
A veces	1	4,00
No	0	0,00
Total	25	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1: Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

1. En relación a la edad: el 44,0 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 51 a más años, resultados que contrastan con los encontrados por Briones (2016) quien señala que el 50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, así mismo contrasta con los obtenidos por Ramírez (2017) quien determina que el 80% tiene entre 30 y 50 años, así mismo con Vega (2017) quien especifica que el 100% tienen entre 31 a 50 años. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, están dirigidas por personas adultas de 51 años a más debido a que iniciaron sus empresas desde la fundación de dicho establecimiento comercial.
2. Con respecto al factor sexo, los resultados indican que el 60% de representantes de las micro y pequeñas empresas son mujeres. Estos resultados coinciden con la investigación de Acosta (2016) y Briones (2016), en donde el 64% de los representantes pertenecen al sexo femenino. Sin embargo, existen investigaciones que demuestran una preponderancia masculina en la representación de las micro y pequeñas empresas, como el caso de Córdova (2018) con un 70% y Ramírez (2017) con un 80%. Estos resultados encontrarían explicación en que muchas veces el tipo de negocio influye en la mayor o menor presencia masculina o femenina en la administración del negocio, sobre todo, debido al perfil que se necesita para ello.
3. Con respecto al factor instrucción, se encontró que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene secundaria completa. Estos resultados guardan cierta correspondencia con las investigaciones de Briones (2016), en la que se estipula que el 36% de los representantes tienen secundaria completa, mientras que se encuentra

cierto contraste con los resultados obtenidos por Vega (2017), en el que se encontró que el 62,5 % de los representantes son ingenieros. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, tienen secundaria completa, lo cual es pertinente tomando en cuenta la naturaleza del rubro del negocio en el que se encuentran y también la edad de los representantes, los cuales se iniciaron en el negocio a temprana edad y no tuvieron la oportunidad de seguir estudios universitarios.

4. Con respecto al cargo que ocupan los representantes de las micro y pequeñas empresas se encontró que el 100% de los representantes son dueños, lo cual coincide con la investigación de Briones (2016), en el que el 100% de los representantes también son dueños. De igual manera, se encuentran resultados similares en la investigación de Ramírez (2017), en donde se encontró que el 80% de los representantes son dueños de las micro y pequeñas empresas. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, al tener como representantes a los propios dueños, garantizan un mejor servicio y una reducción de los trabajadores para la obtención de mayores ganancias.

Tabla 2: Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

5. Con respecto al tiempo de funcionamiento, se encontró que el 68% de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años a más. Estos resultados son coincidentes con Acosta (2016), en donde a partir del análisis se estipula que el 57.1% de las micro y pequeñas empresas tiene 7 años a más. Asimismo, la investigación de Briones (2016) demuestra que el 64% de las micro y pequeñas empresas tiene de 9 años a más como tiempo de funcionamiento. De igual manera Ramírez (2017) explica que el 60% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 10 años. Por otro lado, Córdova (2018) indica en su investigación que el 60 % de estas empresas tiene de 3 años a más, resultados similares a los alcanzados por Vega

(2017), en donde se demuestra que el 100% de las micro y pequeñas empresas tiene más de tres años en actividad. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018 son relativamente jóvenes, en contraste con la edad de los dueños, lo que permite inferir que iniciaron este negocio a una edad madura. Asimismo, se puede inferir que se trata, por otro lado, de empresas ya consolidadas y con una clientela fija.

6. Con respecto al número de colaboradores, el 96% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 3 colaboradores. Estos resultados son coincidentes con la investigación de Córdova (2018), en donde se encontró que el 70% de las empresas cuenta con 1 a 5 colaboradores. Por su parte, se encuentran similares resultados en Briones (2016), en el que se halló que el 93% de las empresas tiene de 1 a 3 colaboradores. Estos resultados permiten inferir que en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018 no se necesitan grandes números de colaboradores, debido a la naturaleza del negocio de comercio. Asimismo, tomando en cuenta que los representantes de las micro y pequeñas empresas de este estudio son los propios dueños, se infiere que se busca la mayor rentabilidad posible.
7. Con respecto a la relación del colaborador, se obtuvo en esta investigación que el 88% de los mismos son familiares de los representantes de las micro y pequeñas empresas. Al realizar la correspondiente comparación con los antecedentes propuestos, no se encontró resultados analizables dado que no se tomó en cuenta este indicador en los demás estudios. Con respecto a los resultados obtenidos, se puede inferir que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, pueden ser catalogadas como empresas familiares, lo cual guarda correspondencia con la mayoría de empresas en el Perú (80%), por lo que se desprende que estas empresas tienen un mejor control de las operaciones, una dirección más independiente y una mayor orientación a largo plazo.

8. Con respecto a la finalidad de la empresa, los resultados de esta investigación demuestran que el 100% de este tipo de empresas busca obtener ganancias. Similares resultados fueron obtenidos por Ramírez (2017), en donde el 90 % de las empresas manifiesta idénticas finalidades. De igual manera, en el estudio de Acosta (2016), se aprecia resultados parecidos, con un 78,6 %; y también en la investigación de Briones (2016), en donde el 57% de las empresas manifiesta que tiene como finalidad la obtención de ganancias. Con respecto a los resultados obtenidos, se puede inferir que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018 buscan la obtención de ganancias, lo cual constituye la finalidad más común al interior de las empresas familiares.

Tabla 3: referente a las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

9. Con respecto al factor de conocimientos sobre la gestión de calidad, se encontró que el 72% no tiene conocimiento. Estos resultados contrastan con las investigaciones encontradas, tales como la de Acosta (2016), en donde se halló que el 57,1% si tiene conocimientos; la investigación de Córdova (2018), en el que se encontró que 80% conoce el término; y la investigación de Ramírez (2017), en el que se considera que el 100% indicaron que los perciben. Con respecto a los resultados obtenidos, se puede inferir que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018 desconocen sobre gestión de calidad debido a la naturaleza del rubro empresarial. De estos se desprende que muchas de estas empresas, al no contar con este aspecto, no logran mantener ventajas competitivas en el mercado laboral ni se logra optimizar la productividad, con poca contribución de los colaboradores para la mejora de micro y pequeña empresa.

10. En relación a las técnicas de gestión de la calidad: el 76% de los representantes de las empresas señalan no conocer ninguna, lo cual contrasta con lo identificado por Córdova (2018), quien señala que el 100% de las personas que representan las empresas conocen las técnicas 5s; así también, difiere de los resultados obtenidos por Ramírez (2017), quien identificó que el 60% emplea técnicas para la gestión de la calidad. Lo expuesto evidencia que actualmente las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, han sido creadas sin conocimiento técnico de administración, lo que se evidencia en el grado de instrucción de sus representantes, señalado en el presente estudio.
11. En referencia a la influencia de la calidad de gestión en el rendimiento: el 52% de las personas que representan a las empresas evidencian desconocer dicha incidencia. Lo identificado difiere de los resultados obtenidos por Acosta (2016), quien señaló en su estudio que el 100% de su muestra reconocía la contribución de la calidad de gestión en el rendimiento de la empresa. Lo anteriormente expuesto, demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, no reconocen la influencia de la calidad de gestión en el rendimiento y productividad de su empresa, razón por la cual no se preocupan en implementarla en sus empresas.

Tabla 4: referente a las características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas.

12. En relación a la capacitación antes de la apertura de su negocio: 80% de los representantes de las empresas no recibieron capacitación previa a la apertura de su negocio. Estos resultados coinciden con los de Briones (2016), quien identificó un 86% de representantes que no fueron capacitados; por el contrario, Vega (2017) identificó que el 87.5% fue reclutado y capacitado, lo anterior contrasta con lo encontrado en la

investigación debido a que el tipo de servicio es diferente en la muestra de ambas investigaciones. Lo expuesto evidencia que los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, no recibieron ninguna capacitación previamente a la creación de sus empresas, lo cual ha influido en su organización y posterior rendimiento.

13. En cuanto a considerar la capacitación como inversión: el 96% de los empresarios lo ven de esa forma. Lo evidenciado coincide con los resultados de Córdova (2018), quien identificó un 70% de representantes que consideran la capacitación como una inversión; al igual que el estudio de Briones (2016), Ramírez (2017) y Vega (2017) los cuales señalaron que un 100% de su muestra perciben como una inversión, la capacitación. Lo señalado anteriormente, muestra que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018; a pesar de no haber sido capacitados y desconocer la influencia de la capacitación en el rendimiento, señalan que esta debe ser considerada como una inversión.
14. En referencia a los colaboradores que ha sido capacitados: el 88% señala que sus trabajadores no han recibido ninguna capacitación. Estos resultados coinciden con los de Briones (2016), quien señaló que 86% de la muestra no fue capacitada; sin embargo, difiere de lo encontrado por Ramírez (2017), quien obtuvo un 70% de trabajadores que son capacitados anualmente; asimismo, en el estudio de Vega (2017), se identificó un 75% de colaboradores que reciben su capacitación, este último resultado corresponde a empresas que brinda otro tipo de servicio. Lo expuesto evidencia que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, no poseen colaboradores que hayan recibido una capacitación adecuada que permite un mejor desempeño de sus funciones.

15. En relación a la cantidad de veces que han sido capacitados: un 80% no ha sido capacitado ni una sola vez. Los resultados anteriores difieren de los encontrados por Acosta (2016), quien identificó que el 50% de las empresas tienen colaboradores que han recibido capacitación; además, Córdova (2018), señaló un 70% de empresas que capacitan a su personal de 1 a 2 veces. Lo señalado anteriormente, muestra que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018; a pesar de considerar que la capacitación es una inversión, no han realizado ninguna a su personal, lo que redundaría en su desempeño y rendimiento.
16. En referencia a sus preferencias de capacitación: un 60% prefiere ser capacitado en ventas. Estos resultados son similares a los de Briones (2016), quien identificó un 43% de representantes que desearían ser capacitados en atención al cliente. Lo expuesto evidencia que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018, prefieren ser capacitados en ventas, lo que les permitirá obtener ventaja ante su competencia y elevar su productividad.
17. En relación a la consideración de que la capacitación mejora su rentabilidad: un 96% señala que sí. Los resultados obtenidos coinciden con los obtenidos en los estudios de Córdova (2018) y Briones (2016), quienes mostraron un 100% de los encuestados consideran que mejora la rentabilidad e influye en la competitividad de la empresa; asimismo, es similar a lo señalado en la investigación de Ramírez (2017), quien encontró que el 70% considera que mejora la productividad. Lo señalado anteriormente, muestra que las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018; son conscientes de que capacitar al personal aumenta la rentabilidad de la empresa; siendo mínimo el costo de la ejecución de la capacitación en comparación al beneficio que esta produce.

VI. CONCLUSIONES

- La mayoría relativa de los representantes tienen de 51 a más años, así también una mayoría de los representantes son mujeres, una mayoría tienen como grado de instrucción secundaria y la totalidad de los mismos son dueños de las micro y pequeñas empresas.
- La mayoría de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años de funcionamiento a más, una gran mayoría tiene de 1 a 3 colaboradores y son familiares de los representantes de las micro y pequeñas empresas y la totalidad de las empresas tienen como finalidad la obtención de ganancias.
- En relación a la gestión de calidad en la capacitación, la mayoría no tiene conocimiento sobre la gestión de la calidad, asimismo, de ninguna técnica que permita implementarla, además, la mayoría de las personas que representan a las empresas evidencian desconocer la incidencia de la gestión de la calidad en el rendimiento empresarial. Así como una gran mayoría no recibieron capacitación antes de la apertura del negocio, pero consideran la capacitación como inversión, pese a que una gran mayoría de sus colaboradores no han recibido ninguna capacitación ni una sola vez; la mayoría prefiere ser capacitado en ventas, concluyendo que una gran mayoría considera que la capacitación mejora su rentabilidad.

RECOMENDACIONES

Implementar y ejecutar un programa estructurado de capacitación en gestión empresarial con módulos simples, método práctico, fácilmente entendible y muy puntual, considerando las características de edad y grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas que no permiten largas sesiones y mucho tecnicismo.

Promover un convenio de Cooperación Interinstitucional formado por representantes del Gobierno Local, Universidades e Instituciones Especializadas con el objetivo de lograr acuerdos orientados a impulsar el desarrollo y competitividad de las micro y pequeñas empresas.

Se recomienda considerar las distintas técnicas y herramientas modernas de gestión de la calidad que puedan ayudar a las micro y pequeñas empresas para solucionar sus dificultades de desarrollo empresarial.

REFERENCIAS

- Acosta, M. (2016). Gestión de calidad en la capacitación en ventas de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016. (Tesis de licenciatura). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Perú.
- Aquino y otros, (1997). Recursos Humanos, Ediciones Macchi. Argentina, Segunda Edición.
- Briones, V. (2016). Caracterización de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes, del mercado pueblos unidos en la ciudad de Chimbote, año 2013. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica los ángeles de Chimbote, Perú.
- Pérez, J. (2014). Definición de Sistema de Gestión de Calidad. Recuperado de, <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Córdova, B. (2018). Gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de electrodomésticos, ciudad de Casma, 2017. (Tesis de licenciatura). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Perú.
- Espinoza, N. (2008). Las Pequeñas y Microempresas en el Perú. Recuperado de, <http://nospinozah.blogspot.com/2008/05/las-pymes-en-el-per.html>
- Emprendepyme, (2008). La Capacitación. Recuperado el 18 de diciembre del 2018 de: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-capacitacion.html>

- Guevara, J. (2012). La Importancia de la Capacitación en las PYMES. Extraído el 3 de octubre del 2018 de, <https://jguevara10.wordpress.com/2012/05/07/la-importancia-de-la-capacitacion-en-las-pymes/>
- Jaramillo, R. y Castor, M. (2009). Sistemas de gestión de la calidad – un camino hacia la satisfacción del cliente – parte I. Costa Rica.
- Ley N° 28015. (2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña (Promulgada el 03 de julio del 2003).
- Loaiza, R. (2014). Plan Estratégico de Marketing para la empresa “Tu Imagen Ecuador” de la ciudad de Ambato, periodo 2014 – 2017. (Tesis de Ingeniería). Universidad de Loja, Ecuador.
- Olivares, K. (2011). Scrib, Definición MYPE, Clasificación de la micro y pequeña empresa. Recuperado de, <http://es.scribd.com/doc/59304158/Definicion-MYPE#scribd>
- Ramírez, E. (2017). La gestión de calidad y la capacitación de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro distribuidoras de carbón de piedra del centro poblado el milagro, distrito de Huanchaco, 2016. (Tesis de licenciatura). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Perú.
- Sánchez, B. (2008). Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>
- Sarmiento, J. (2016). Técnicas modernas de gestión de negocios. Recuperado de, <https://es.scribd.com/doc/16055946/Tecnicas-Modernas-de-Gestion>

Vega, D. (2017). Gestión de calidad con el uso de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro construcción, casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2016. (Tesis de licenciatura). Universidad Católica los ángeles de Chimbote, Perú.

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

Actividades	Semanas							
	1,2,3,4	5	6	7,8	9,10	11,12,13	14	15
Elaboración del Proyecto de Tesis	x							
Revisión y Aprobación del Proyecto de Tesis		x						
Información preliminar del informe de tesis			x					
Revisión de literatura				x				
Investigación de campo, resultados					x			
Presentación y evaluación del Informe Final						x		
Elaboración de artículo científico							x	
Pre banca Sustentación								x

Anexo 2: Presupuesto

Bienes / Servicios	Descripción	Cantidad/ Unidades	Costo Unitario	Costo Total
	Papel Bond	1 millar	20.00	20.00
	USB	1	25.00	25.00
	Otros		100.00	100.00
	Internet	100 horas	1.00	100.00
	Taller de Tesis		2100.00	2100.00
	Impresiones, copias	varios	15.00	45.00
	Otros		280.00	280.00
	Sub total			425.00
	TOTAL			2670.00

FINANCIAMIENTO: autofinanciamiento

Anexo 3: Población



**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
NUEVO CHIMBOTE**
Construyendo un mejor futuro

“Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional”

Nuevo Chimbote, 05 de diciembre del 2018

Carta N° 013-2018-MDNCH-MCAyDC

Señor
Julio César Maceda Cruzado

Presente.-

Me dirijo a usted para saludarle cordialmente a nombre del Área de Mercados y Comercio Ambulatorio de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote y, en atención a su solicitud de información referente al registro de la actividad comercial venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires para la elaboración de su Tesis **“Gestión de Calidad En la Capacitación en las Micros y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018**, al respecto manifestarle que se encuentran registrados en nuestra data: **27 establecimientos dedicados a la venta de abarrotes y/o productos de primera necesidad.**

En este sentido, alcanzamos la información solicitada para los fines del caso. Es propicia la ocasión para expresarle los sentimientos de mi consideración.

Atentamente,



**DISTRITO
ECOLÓGICO**
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE NUEVO CHIMBOTE
Wilfrido A. Cespedes Bacon
MERCADO COMERCIO Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Urb. José Carlos Mariátegui, Centro Cívico s/n Telf: (043) 317275
Distrito de Nuevo Chimbote - Provincia del Santa - Región Áncash
muninuevochimbote.gob.pe

Anexo 4: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD EN LA CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTAS DE ABARROTES EN EL MERCADO BUENOS AIRES, NUEVO CHIMBOTE, 2018.**

Para obtener el Título de Licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.- GENERALIDADES

1.1- REFERENTE A LOS DUEÑOS Y REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

1. Edad

- a) 18-30
- b) 31-50
- c) 51 a más

2. Sexo

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de Instrucción

- a) Estudios primarios
- b) Estudios secundarios
- c) Estudios técnicos
- d) Universitarios
- e) Sin instrucción

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

1.2- REFERENTE AL PERFIL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

5. Tiempo de Funcionamiento en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

6. Numero de colaboradores

- a) 1 a 3 colaboradores
- b) 4 a 8 colaboradores
- c) 9 a más colaboradores

7. Los colaboradores en su empresa son:

- a) Familiares
- b) No familiares

8. Finalidad de la empresa

- a) Generar ganancias
- b) Subsistencia

II.- REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD

2.1 GESTION DE CALIDAD

9. ¿Tiene conocimiento sobre gestión de calidad?

- a) si
- b) poco
- c) no

10. ¿Qué técnicas de gestión de calidad conoce?

- a) Empowerment
- b) Las 5 s
- c) Benchmarking
- d) Marketing
- e) Otras
- f) Ninguna

11. ¿La gestión de calidad influye en el rendimiento de la empresa?

- a) Si
- b) Desconozco
- c) No

2.2 REFERENTE A LA CAPACITACION

12. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación antes de aperturar su empresa?

- a) si
- b) A veces
- c) No

13. ¿Considera la capacitación como una inversión?

- a) si
- b) no

14. ¿Sus colaboradores han sido capacitados?

- a) si
- c) A veces
- b) no

15. ¿Cuántas veces ha sido capacitado?

- a) 1 a 3 veces
- b) 4 a más veces
- c) ninguno

16. ¿En qué le gustaría ser capacitado?

- a) En ventas
- b) En atención al cliente
- c) En marketing
- d) otros
- e) ninguno

17. ¿Considera que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?

- a) si
- b) A veces
- c) no

Anexo 5: Figuras

1. Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

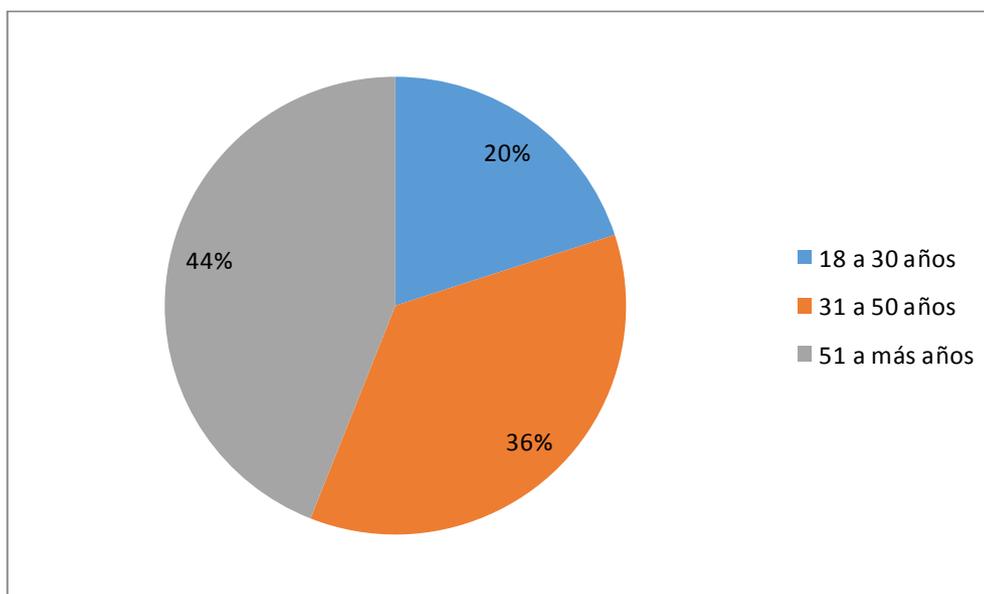


Figura 1: Edad
Fuente: Tabla 1

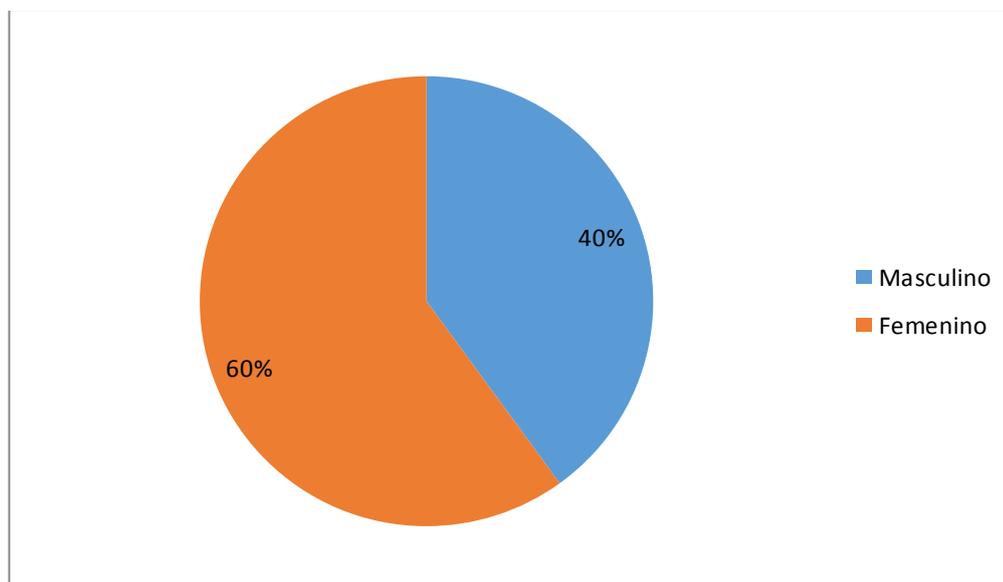


Figura 2: Sexo
Fuente: Tabla 1

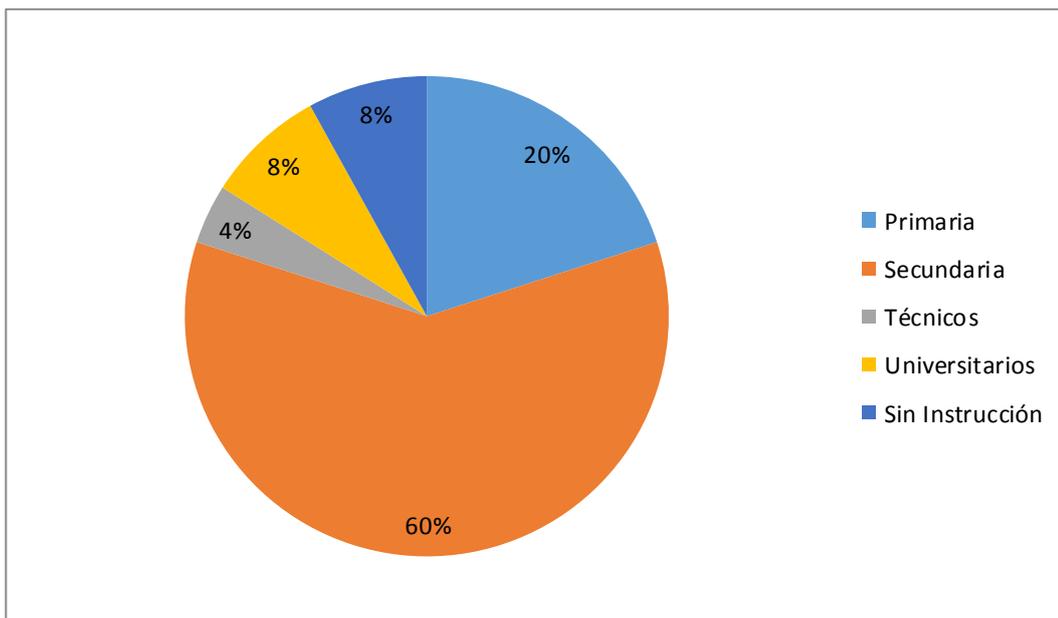


Figura 3: Grado de Instrucción
Fuente: Tabla 1

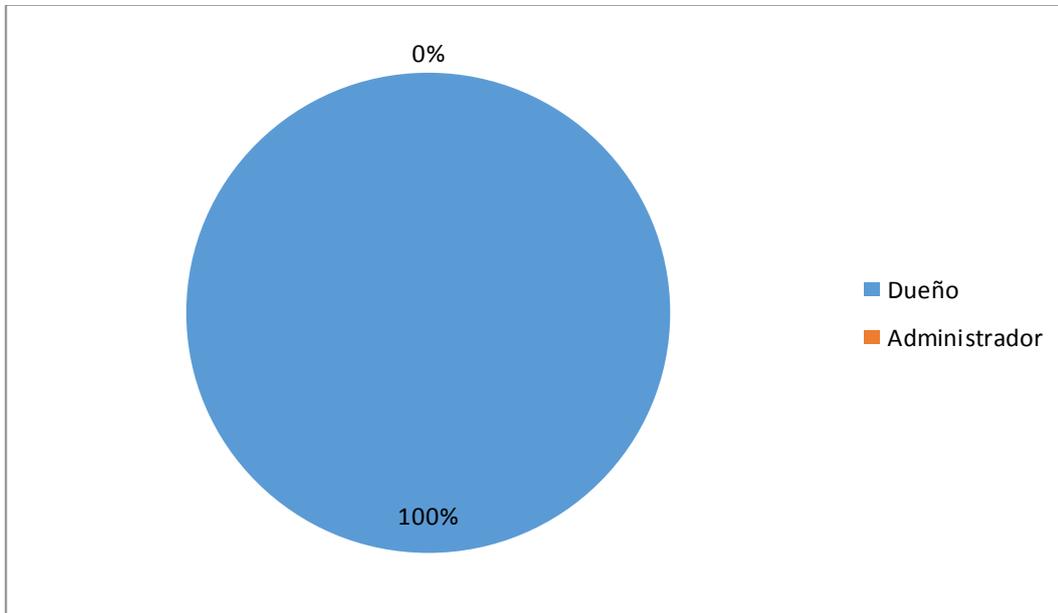


Figura 4: Cargo que desempeña
Fuente: Tabla 1

2. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

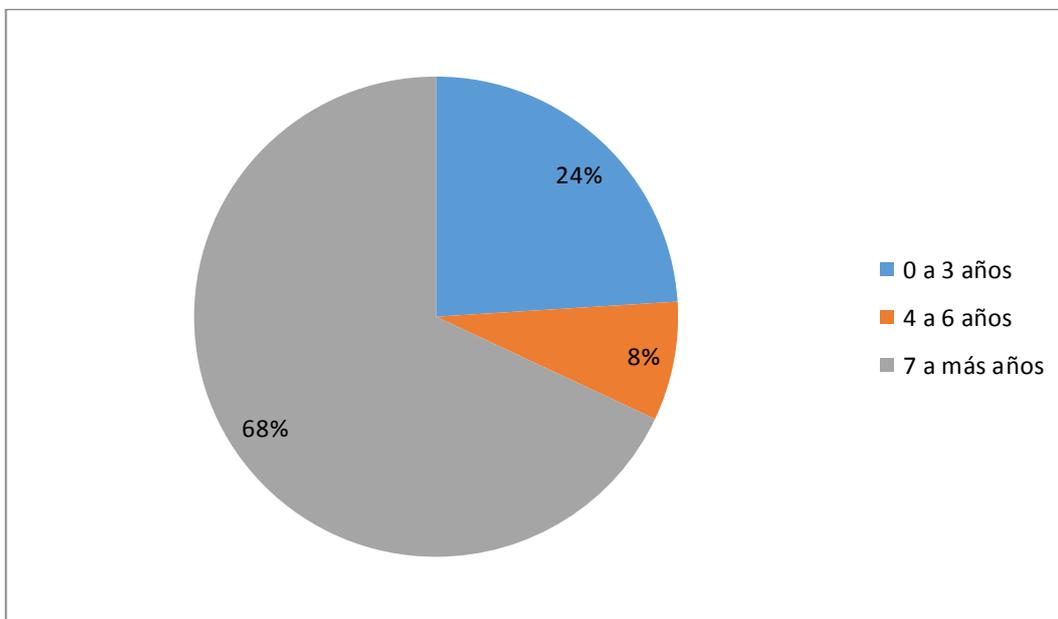


Figura 5: Tiempo de Funcionamiento en el rubro
Fuente: Tabla 2

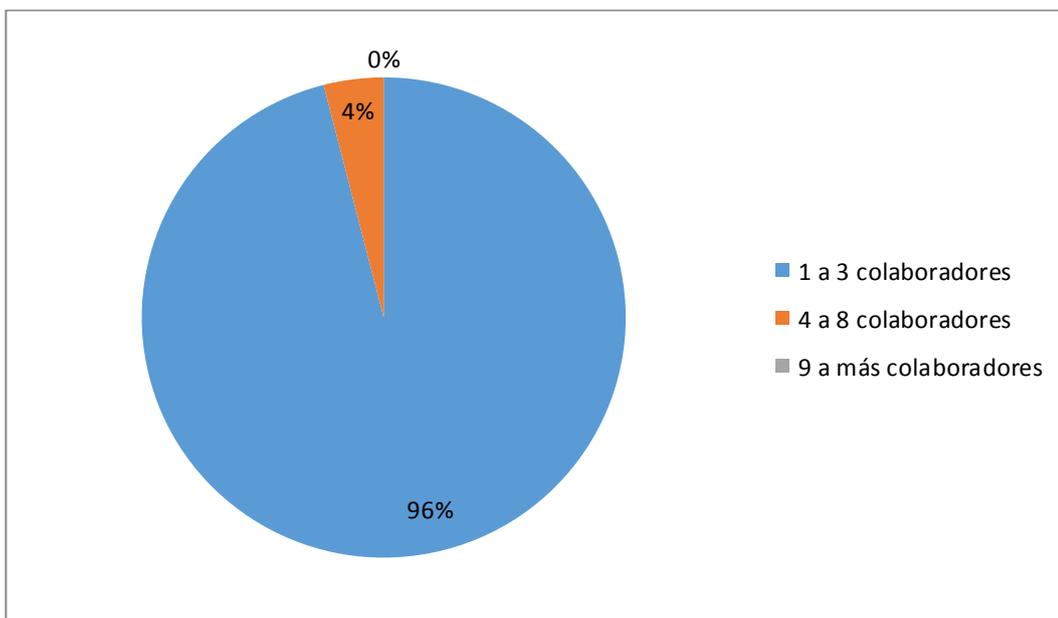


Figura 6: Número de colaboradores
Fuente: Tabla 2

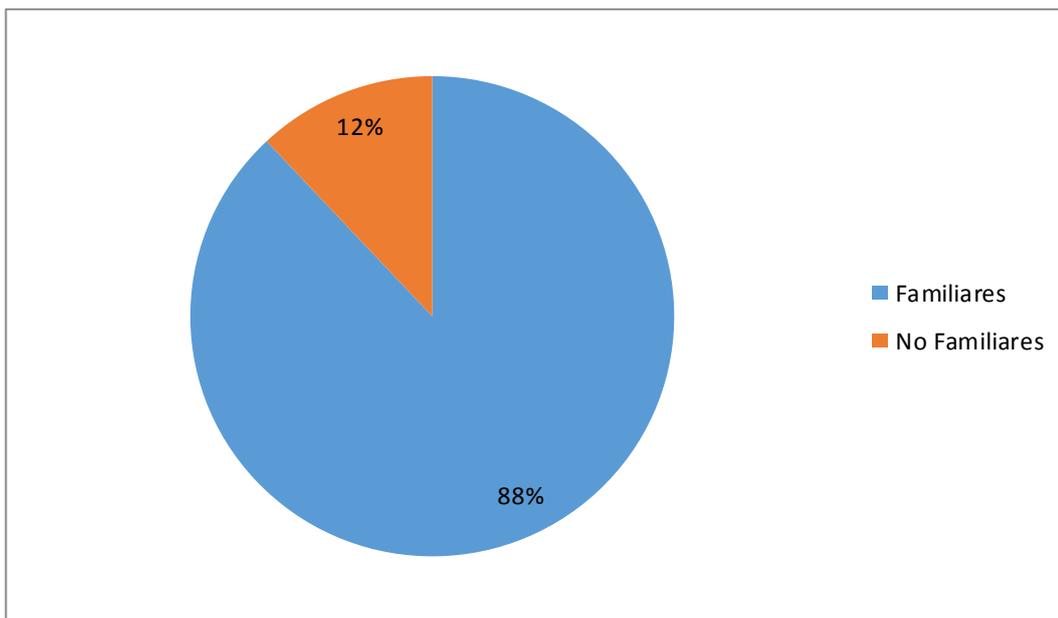


Figura 7: Los colaboradores en su empresa son:
Fuente: Tabla 2

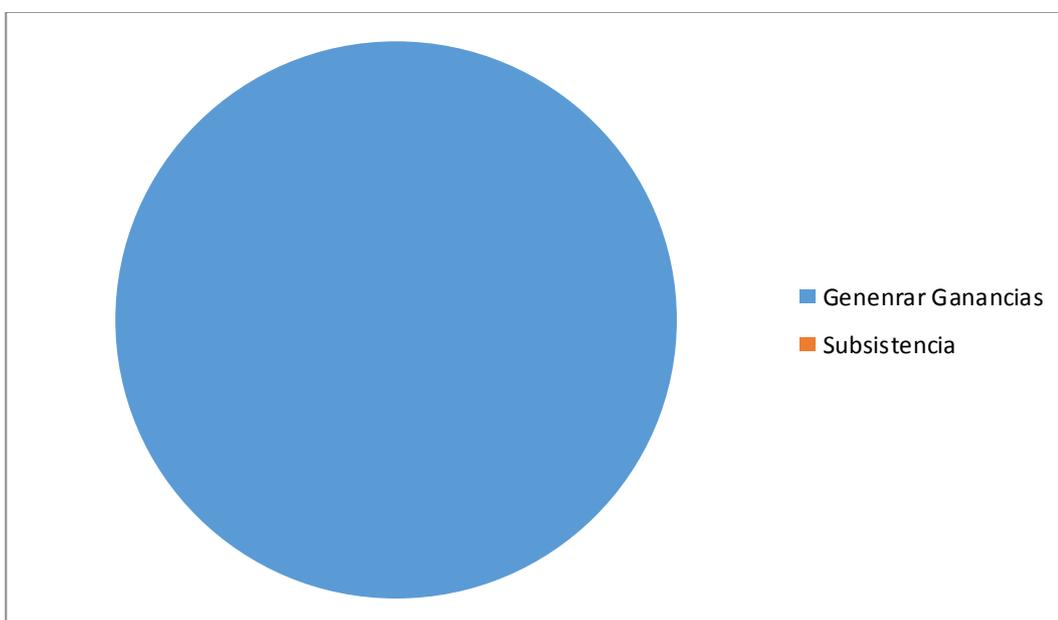


Figura 8: Finalidad de la empresa
Fuente: Tabla 2

3. Respecto a las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

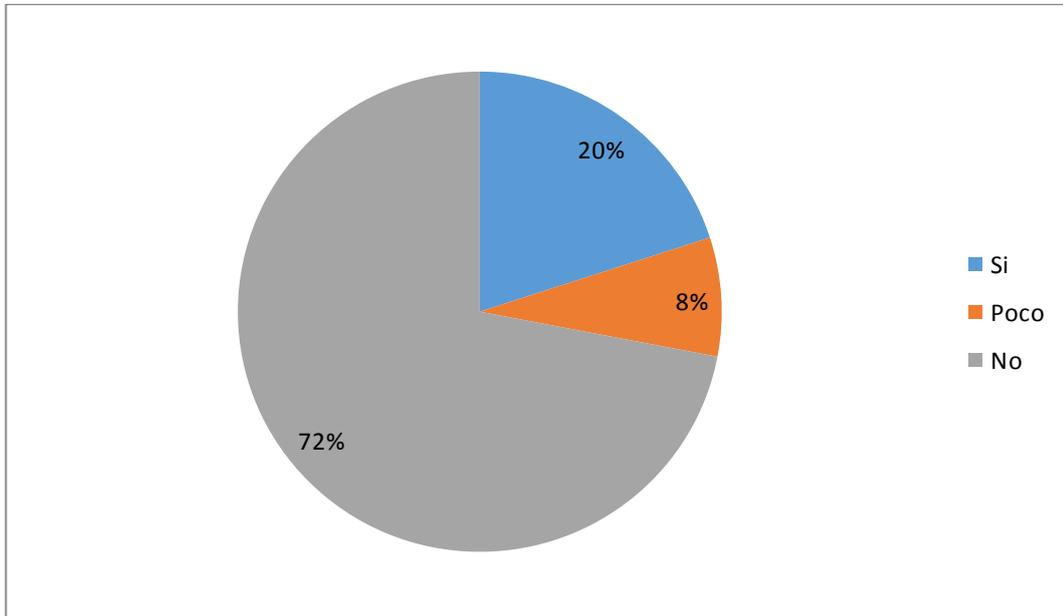


Figura 9: Tiene conocimiento sobre gestión de calidad
Fuente: Tabla 3

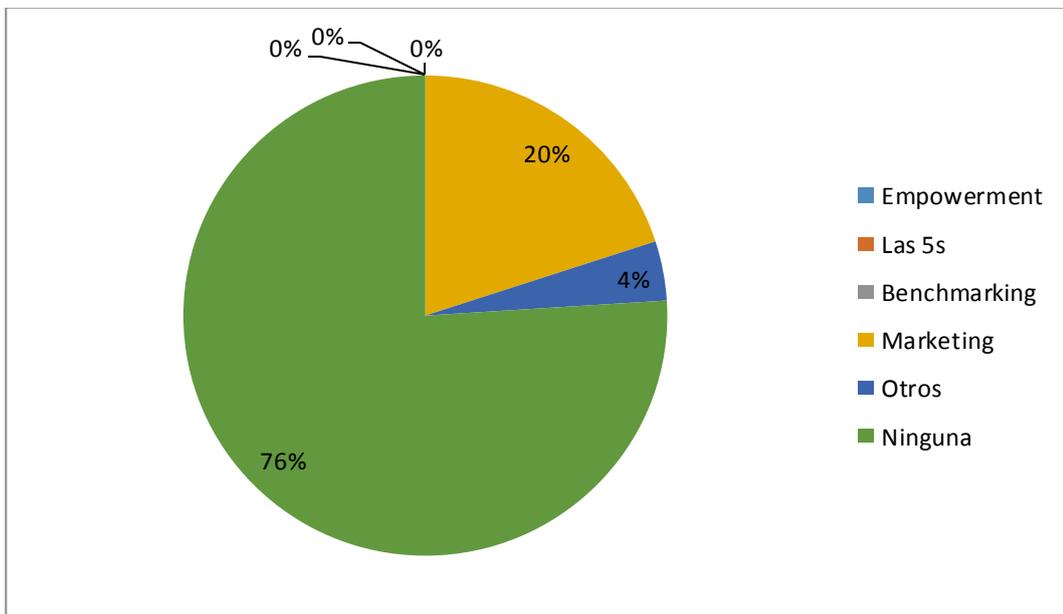


Figura 10: Técnicas de gestión de calidad conoce
Fuente: Tabla 3

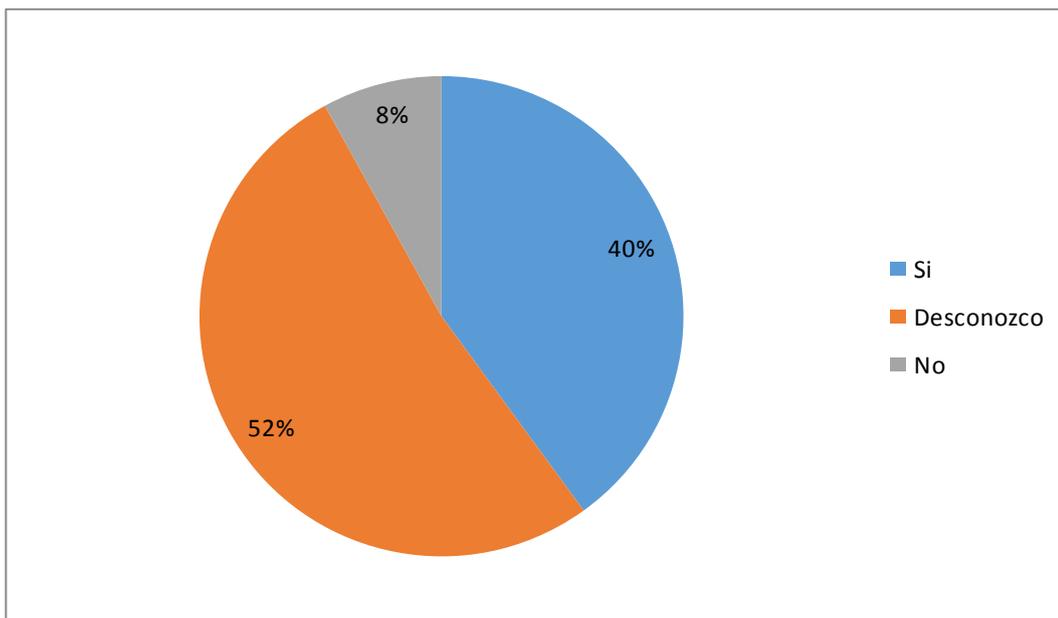


Figura 11: La gestión de calidad influye en el rendimiento de la empresa
 Fuente: Tabla 3

4. Respecto a las características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018.

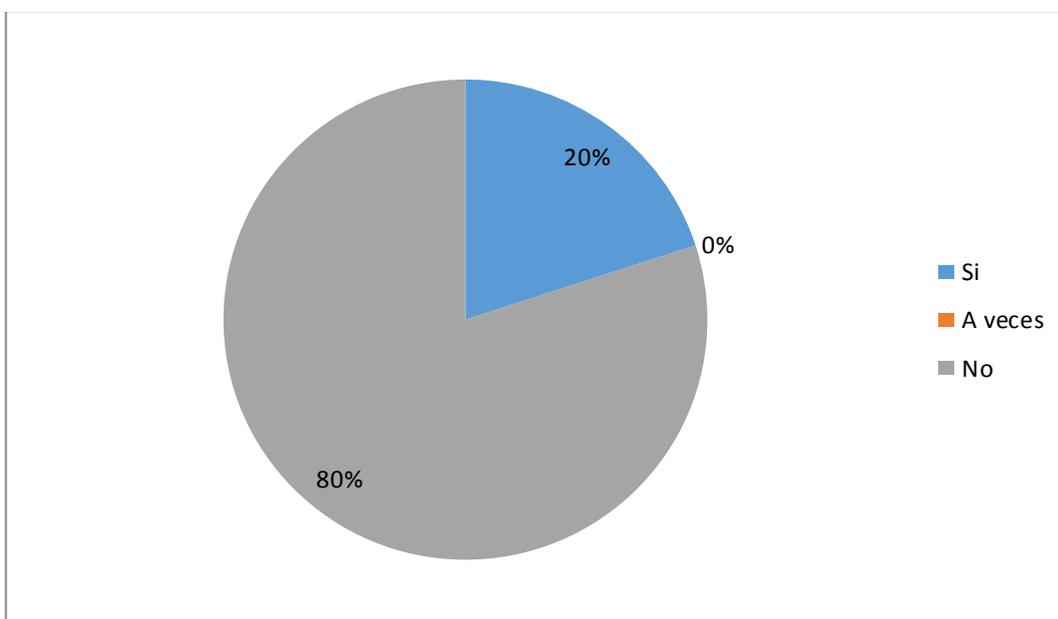


Figura 12: ¿Ha recibido algún tipo de capacitación antes de aperturar su empresa?
 Fuente: Tabla 4

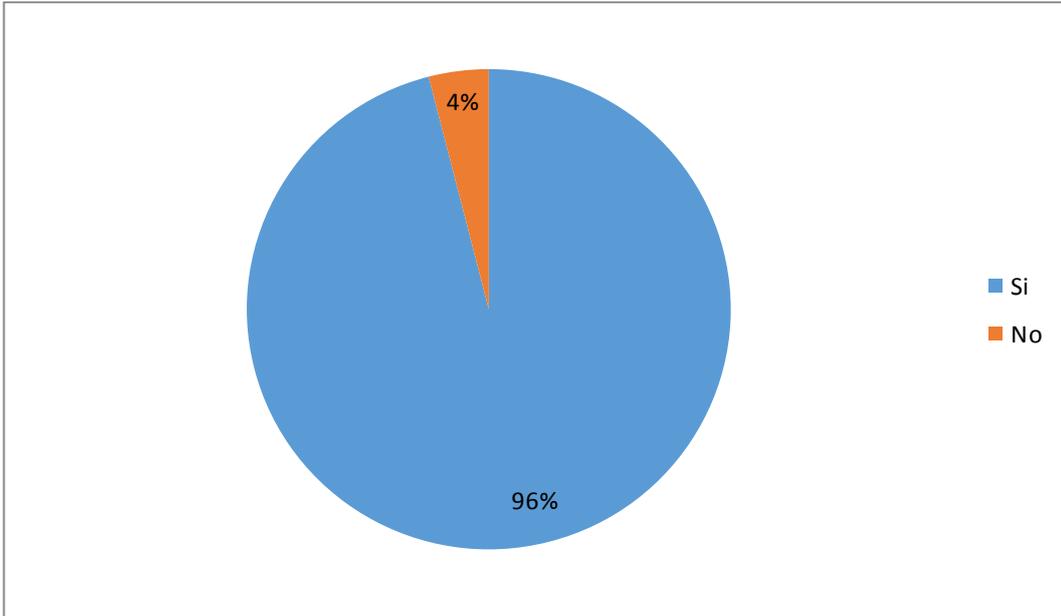


Figura 13: ¿Considera la capacitación como una inversión?
Fuente: Tabla 4

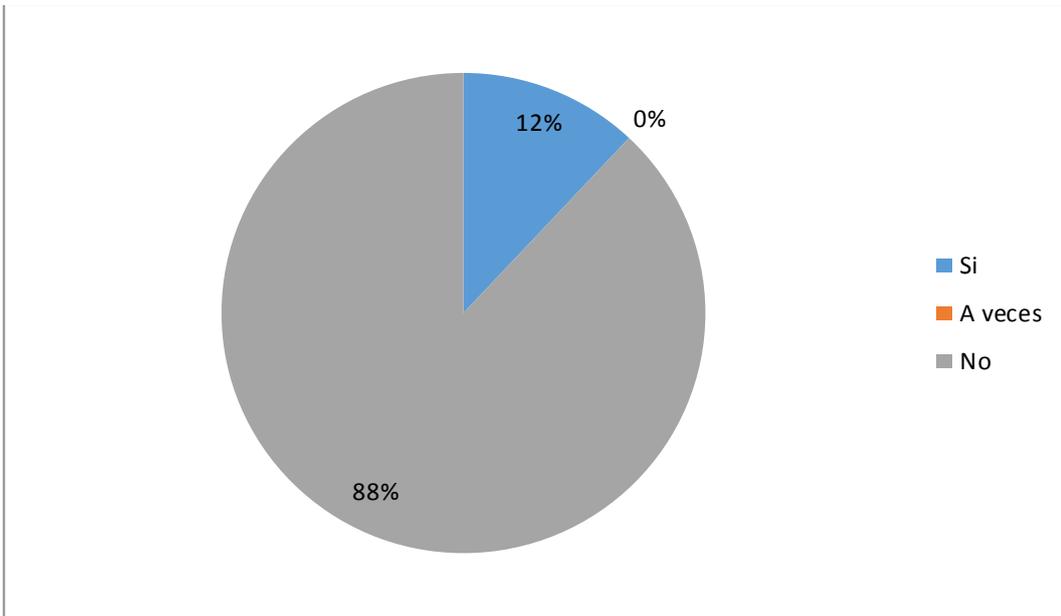


Figura 14: ¿Sus colaboradores han sido capacitados?
Fuente: Tabla 4

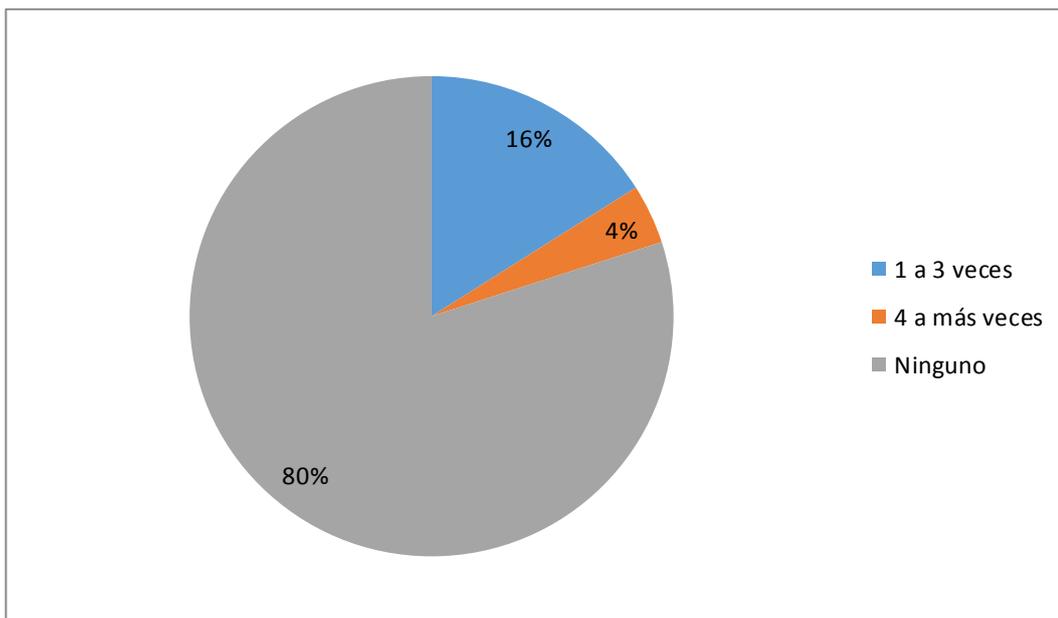


Figura 15: ¿Cuántas veces ha sido capacitado?
Fuente: Tabla 4

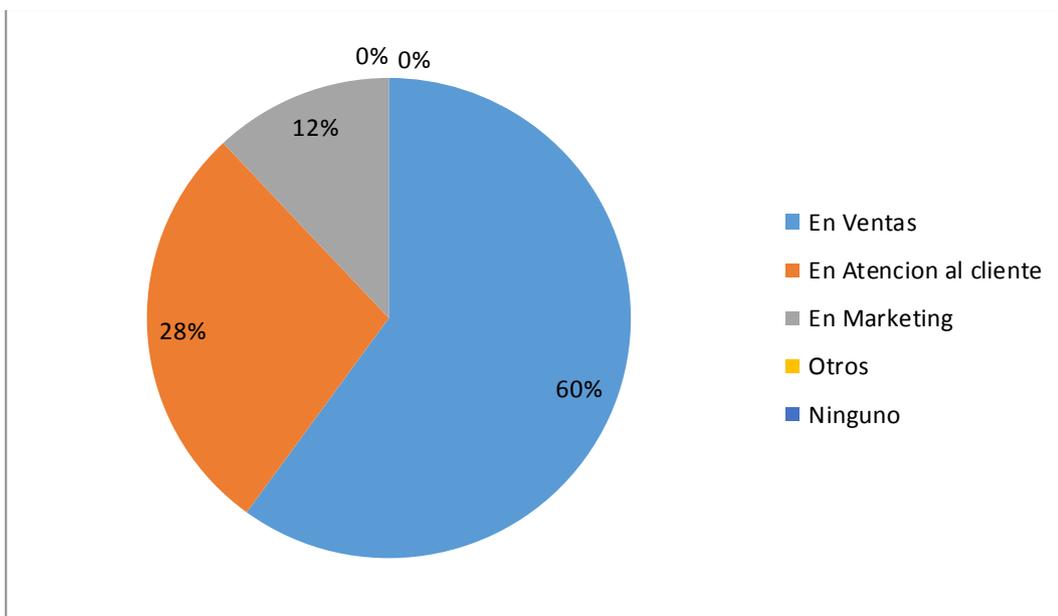


Figura 16: ¿En qué le gustaría ser capacitado?
Fuente: Tabla 4

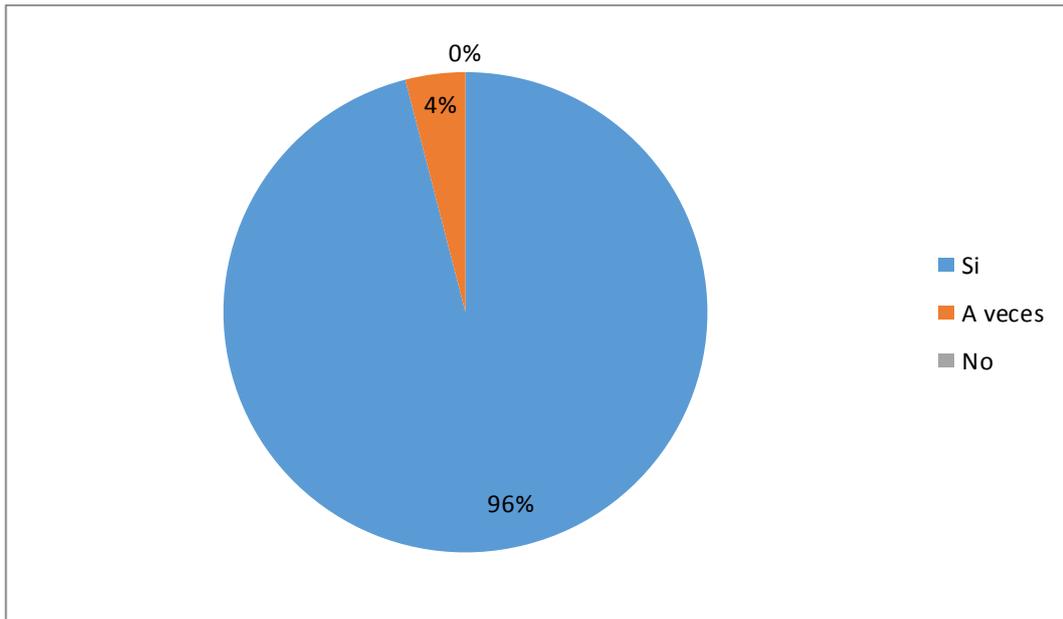


Figura 17: ¿Considera que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa?
Fuente: Tabla 4