



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
RENTABILIDAD MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO
TEXTIL DISTRITO DE TUMBES, 2016”**

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

AUTOR

MORALES HUANCAS, MARIA DEL PILAR

ASESOR

SOSA ORELLANA, CRISTIHAN

TUMBES – PERU

2016

JURADO CALIFICADOR

LIC. ADM. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

PRESIDENTE

MG. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO

SECRETARIO

LIC. ADM. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

MIEMBRO

LIC. ADM. CRITIHAN SOSA ORELLANA

ASESOR

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi madre, que con su demostración de una madre ejemplar, luchadora, me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos, y gracias a ello hoy he logrado uno de mis tantos objetivos.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

iv

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a mis padres,
Que a pesar de todo obstáculo siempre
Estuvieron a mi lado, por su apoyo
Incondicional, para seguir Adelante.

v

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TEXTIL DISTRITO DE TUMBES, 2016”, tuvo como problema general ¿Cuáles son las principales características de la capacitación y rentabilidad de las Mypes sector comercio, rubro textil del Distrito de Tumbes, 2016? El objetivo general del estudio es describir las características de la capacitación y rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro textil en la ciudad de Tumbes, 2016. El tipo de investigación es descriptivo y de enfoque cuantitativo, el diseño que se realizó es no experimental, con una población de 307 MYPES con una muestra de 34 Mypes de una del sector comercio de prendas de vestir en la ciudad de Tumbes. Se utilizaron técnicas, encuestas e instrumentos como un Cuestionario, El tratamiento del cuestionario se ha llevado a cabo a través de métodos estadísticos.

Palabras Clave: Capacitación, Mypes y Rentabilidad.

SUMMARY

This research paper entitled "CHARACTERIZATION OF TRAINING AND PROFITABILITY MYPES SECTOR TRADE ITEM TEXTILE Tumbes District, 2016" had a general problem What are the main features of the training and profitability of MSEs sector, trade, textile industry District Tumbes, 2016? The overall objective of the study is to describe the characteristics of the training and profitability of MSEs in the trade sector textile industry in the city of Tumbes, 2016. The research is descriptive and quantitative approach, the design was done is not experimental, with a population of 307 MSEs with a sample of 34 Mypes a trade of clothing in the city of Tumbes sector. techniques and instruments such as surveys Questionnaire, Treatment of the questionnaire was carried out through statistical methods were used.

Keywords: Training, MSEs and profitability.

vii7 CONTENIDO

| | |
|-------------------------------|-----------|
| Hoja de firma del jurado..... | iii |
| Agradecimiento..... | iv |
| Dedicatoria..... | v Resumen |
| | vi |
| Abstract..... | vii |
| Contenido..... | viii |
| Índice de Tablas..... | ix |
| Índice de gráficos..... | x |

I INTRODUCCIÓN

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 1 |
| 1.1.- Planteamiento del Problema..... | 1 |
| 1.1.1. Caracterización del problema..... | 4 |
| 1.1.2. Enunciado del problema..... | 4 |
| 1.2. Objetivos de la investigación..... | 4. |
| 1.2.1. Objetivo General..... | 4 |

1.2.2. Objetivo específicos.....4

1.3. Justificación de la investigación.....5

II Marco Teórico y Conceptual

| | |
|-------------------------|----|
| 2.1.- Antecedentes..... | 6 |
| 2.2.- Bases Teóricas | |
| 2.1.1 capacitación..... | 12 |
| 2.1.2 Rentabilidad..... | 38 |
| 2.1.2. Mype..... | 51 |

III METODOLOGÍA

| | |
|--|----|
| 3.1. Diseño de Investigación..... | 55 |
| 3.2. El universo o población y muestra | |
| 3.2.1. Universo..... | 56 |
| 3.2.2. Población y muestra..... | 56 |
| 3.3. Técnicas e instrumentos..... | 57 |
| 3.3.1. Plan de Análisis..... | 58 |

IV RESULTADOS

| | |
|----------------------|----|
| 4.1. Resultados..... | 64 |
|----------------------|----|

| | |
|----------------------------------|-----------|
| 4.2. Análisis de resultados..... | 82 |
| V CONCLUSIONES..... | 84 |
| 5.1 Recomendaciones..... | 85 |

ix

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

| | |
|-------------------------------|----|
| Referencia bibliográfica..... | 90 |
| Anexos..... | 93 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS.

GRÁFICOS

Respecto a los Dueños, Gerentes y/o Representantes de las Mypes

| | |
|--------------------|----|
| Gráfico N° 01..... | 64 |
| Gráfico N° 02..... | 65 |

| | |
|--------------------|------|
| Gráfico N° 03..... | 66 |
| Gráfico N° 04..... | 67 |
| Gráfico N° 05..... | 68 |
| Gráfico N° 06..... | 69 |
| Gráfico N° 07..... | 70 |
| Gráfico N° 08..... | 71 |
| Gráfico N° 09..... | 72 |
| Gráfico N° 10..... | 73 |
| Gráfico N° 11..... | 74 |
| Gráfico N° 12..... | 75 |
| Gráfico N° 13..... | 76 x |
| Gráfico N° 14..... | 77 |
| Gráfico N° 15..... | 78 |

Gráfico N° 16.....79

Gráfico N° 17.....80

Gráfico N° 18.....81

TABLAS

Tabla N°64 01..

Tabla N°65 02

Tabla N°66 03.

Tabla N°67 04.

Tabla N°68 05.

Tabla N°69 06.

Tabla N°70 07.

Tabla N°71 08

Tabla N°09.

| | | |
|----------|---------|-----|
| | 72 | |
| Tabla N° |73 | 10. |
| Tabla N° |74 | 11. |
| Tabla N° |75 | 12. |
| | | xi |
| Tabla N° |76 | 13. |
| Tabla N° |77 | 14. |
| Tabla N° |78 | 15. |
| Tabla N° |79 | 16. |
| Tabla N° |80 | 17. |
| Tabla N° |81 | 18. |

TABLAS DE ANEXOS

| | |
|---|----|
| Anexo N°01. Encuesta de la Capacitación y Rentabilidad | 94 |
| Anexo N° 02. Presupuesto de gastos | 97 |
| Anexo N° 03. Cronograma | 98 |
| Anexo N° 04. Evidencias de la aplicación del instrumento | 99 |

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación TITULADO CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TEXTIL DISTRITO DE TUMBES, 2016; Las micro y pequeñas empresas (MYPEs), son un conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos.

Dichos organismos se encuentran constituidos por una “persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización” reconocida por la legislación vigente, basada en la actividad autogestionaria y originada como una alternativa de empleo individual o familiar, con un capital de operaciones, nivel de ventas anuales y un número de empleados. Las Mypes son actualmente empresas de gran trascendencia dentro de nuestro mercado empresarial, puesto que son las que más producen y las que más empleos genera, a razón de que los empleadores obtienen mayores y mejores beneficios por acogerse a este sistema especial, y a los trabajadores les permite acceder a dichos centros sin contar con grandes carreras o preparaciones profesionales, puesto que la mano de obra en su mayoría es artesanal. (Aspilcueta, 2011. p. 67).

A través de la Ley N° 30056, MEDIDAS PARA EL IMPULSO AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL Artículo 10. Modificación de la denominación del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR Modifícase la denominación "Texto Único Ordenado de la Ley

de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE', aprobado mediante

Decreto Supremo 007-2008-TR, por la siguiente: 'Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial' ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial publicada el **02 de julio de 2013 en el Diario Oficial El Peruano**, se han introducido importantes modificaciones en el régimen laboral especial de micro y pequeñas empresas. Se ha eliminado el número máximo de trabajadores como elementos para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización, además se ha creado un nuevo nivel de empresas:

Microempresas: ventas anuales hasta el monto máximo de 150

UIT. Pequeñas Empresas: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT. Dentro del desarrollo productivo y el desarrollo empresarial dentro de las MYPEs, los trabajadores que se encuentren bajo la ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa, hasta el 30 de septiembre de 2008, se mantienen bajo dicho régimen, hasta el 4 de julio de 2016; con fecha posterior, ingresarán al régimen general laboral de la actividad privada; Su acogimiento del régimen laboral regulado en el decreto legislativo N° 1086, permanecerá al régimen especial de la microempresa sin límite temporal.

Okpara y Wynn (2007) afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa 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.

Según el Plan Estratégico Regional de Exportación de tumbes con sus siglas PERX- TUMBES (noviembre 2006). El movimiento comercial de Tumbes genera alrededor del 15% de su PBI, y tiene dos componentes: uno, que es el propio a las necesidades de ciudades pequeñas; y otro, el correspondiente al comercio fronterizo. Entre los factores que limitan un mayor desarrollo del comercio se encuentran el bajo desarrollo de la industria en Tumbes, conformada en su gran mayoría por las micro y pequeñas empresas; y la gran informalidad existente, lo cual origina que el número de transacciones “oficiales” esté por debajo del número de transacciones reales. El comercio fronterizo se hace principalmente a través de las ciudades de Aguas Verdes (Perú) y Huaquillas (Ecuador), separadas por un canal y unidas por un puente internacional que se levanta sobre dicho canal. A través de Aguas Verdes, Perú exporta hacia Ecuador confecciones textiles (jeans, polos, frazadas, camisas, colchas), productos agropecuarios (ajos, cebolla, mandarina, palta, limones, cacao), pescado fresco y seco, artesanía (cerámica, vidrio), aunque en todos los casos en volúmenes poco significativos. Mientras que los productos que se importan son básicamente zapatillas, sábanas, edredones, repuestos, llantas, gas, combustibles, adornos, etc. En cambio, para el comercio local destacan las ciudades de Tumbes, Zarumilla, Corrales, La Cruz, Zorritos, Cancas, Pampas de Hospital, en las cuales se venden y compran abarrotes, productos agrícolas, insumos agrícolas, frutas, productos avícolas, vacunos, combustibles, medicinas, servicios médicos, ropa, calzado, material de construcción, productos industriales, entre otros.

Análisis Regional de Empresas Industriales Región tumbes año 2011 - En la región Tumbes, tenemos que las actividades económicas principales del sector no

manufacturero son Ventas al por menor con 16.8%, Otras actividades empresariales con 14.8%, Venta al por menor de productos textiles con 9.4%; Restaurantes, bares y cantinas con 7.1%, Venta al por menor de productos en almacenes especializados con 6.6%.

Para definir el **problema** se planteó la siguiente pregunta **¿Cuáles son las características de la capacitación y rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir del distrito de Tumbes, 2016?** La **Variable:** caracterización de la capacitación **Variable:** Rentabilidad. Así mismo de identifiqué el **objetivo general: Describir las Características de la Capacitación y Rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro textil en la ciudad de Tumbes, 2016.** Siendo los **Objetivos específicos** son

Describir las competencias de capacitación de las MYPES del sector comercio rubro textil en el Distrito de Tumbes , 2016

Describir los métodos de capacitación de las MYPES del sector comercio rubro textil en el Distrito de Tumbes , 2016

Determinar las estrategias de rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro textil en el Distrito de Tumbes , 2016

La presente investigación se justifica teóricamente porque permite ampliar el conocimiento y aumentar las capacidades y habilidades con la finalidad de lograr identificar las características de la capacitación y rentabilidad de las MYPES rubro textil en el distrito de Tumbes ya que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción

de la pobreza en los países en desarrollo. Respaldo en **Okpara y Wynn (2007)**.
Metodológica: porque proporciona un instrumento (cuestionario) para el recojo de información de la población en base a una muestra con la aplicación de herramientas estadísticas, que conllevan a un resultado cuantitativo y de utilidad.
Práctica: porque permitirá conocer las características de las variables capacitación y rentabilidad materia de la unidad de investigación.

Para el desarrollo de la investigación se ha utilizado el diseño no experimental. De corte transaccional o transversal. No experimental porque la investigación se realiza sin manipular deliberadamente la variable, transaccional “porque se recolectaron los datos en un sólo momento y en un tiempo único” (Hernández, Fernández, Baptista. 2006) y descriptiva: porque se buscó identificar y describir las características de las variables: capacitación y rentabilidad. El **nivel** de la investigación es cuantitativo. **El universo** estará constituido por todas las MYPEs sector comercio rubro textil Región de Tumbes **La población** estará constituida por todas las MYPEs sector comercio rubro textil distrito de Tumbes.

Esta investigación beneficia a los propietarios de las MYPEs y a sus colaboradores ya que desarrolla “el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados generando por consiguiente mayores niveles de rentabilidad”.

María del Pilar Morales Huancas.

II. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes

Según Murillo Condo & Mendoza (2006) en su tesis: “Análisis de

Rentabilidad de una Empresa Distribuidora de Telefonía Celular” localidad Riobamba (Ecuador) al 2006, al realizar el análisis de la rentabilidad en la mencionada empresa con cobertura nacional e internacional que ofrece telefonía móvil celular, venta de celulares y accesorios, logro identificar los principales acontecimientos que se dieron en cada mes con el fin de mejorar su imagen corporativa y aumentar la participación en el mercado.

Se cita la investigación de **Vaca (2009)** presentó la tesis denominada “Propuesta de un plan de capacitación para el personal que maneja los recursos hospitalarios del Hospital Metropolitano de Quito” perteneciente a la Universidad Tecnológica equinoccial de Quito – Ecuador; cuya finalidad fue elaborar un plan de capacitación para el personal del área de servicios ambientales que maneja los desechos hospitalarios, con el propósito de preparar a los empleados para la ejecución eficiente de sus funciones, y de esta manera prevenir enfermedades y mantener buenas condiciones de salud en los empleados del Hospital Metropolitano. La investigación se va a sustentar en la observación a cada empleado en las técnicas de manipulación de los desechos hospitalarios. La población de la presente investigación son las 40 personas del área de servicios ambientales son hombres y mujeres cuyas edades fluctúan entre 20 a 50 años, con estudios secundarios. El recojo de información utilizó la técnica de la entrevista y la encuesta. Dentro de las conclusiones se determinó que el plan de capacitación propuesto conlleva el aprendizaje del manejo interno y externo de los recursos hospitalarios, incorporando tecnologías apropiadas, que incluye un sistema de recolección, transporte, tratamiento, y disposición final, cumpliendo con la normativa vigente, lo que permite la disminución de los riesgos de contaminación ambiental y los riesgos en la salud del personal involucrado directamente en cada una de las fases 16 de manipulación de recursos; se estableció el presupuesto de

capacitación, y se elaboró la programación de cada proyecto y sus respectivos costos; se estableció el número de empleados que se va a capacitar, las actividades antes, durante y después de la ejecución de la capacitación; los temas en los que se capacitará al personal se organizaron en seminarios, talleres, y conferencias respectivamente; se estableció como política la formación de un banco de instructores internos y externos, que contribuyan a formar recursos humanos altamente calificados el tipo de capacitación que se ha realizado para el personal que maneja los desechos hospitalarios, no se adapta a las necesidades reales del personal, porque previamente no se ha realizado la detección de necesidades de capacitación respectiva, por lo cual los programas de capacitación se han establecido sin análisis previo, y su realización se ha efectuado solo porque así lo indican las normas y reglamentos de la institución.

Lezama (2010), realizó una investigación sobre “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio-rubro servicios xerográficos del distrito de nuevo Chimbote (Perú), periodo 2008-2009” en el departamento de Chimbote, concluye que dado que la capacitación de los microempresarios de las MYPE es casi nula, se deberían programar una serie de charlas para explicar la importancia que tiene la capacitación en el desarrollo de las MYPE. Asimismo, se deberían empezar a realizar estudios correlacionales entre capacitación y rentabilidad empresarial, así como también estudios explicativos para determinar las causas del por qué los microempresarios no se capacitan. Y también de deben realizar estudios más profundos y completos para establecer la correlación entre financiamiento y capacitación con la rentabilidad micro empresarial; así como también determinar las causas de la baja o nula rentabilidad de las MYPE.

Bach. RENGIFO SILVA, Jefferson (2011) en su tesis “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-provincia de

Coronel Portillo, periodo 2009 2010” de la universidad católica los Ángeles de Chimbote. En el presente trabajo de investigación se propuso describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería llegando a las siguientes conclusiones.

Respecto a la capacitación

Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus Mypes son: el 86% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 71% tuvieron un curso de capacitación, Con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 43% ha recibido alguna capacitación, El 57% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 50% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa.

Respecto a la rentabilidad

El 93% cree que el financiamiento otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa, el 57% cree que la capacitación mejoro la rentabilidad de su empresa y el 86% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoro en los 02 últimos años.

Yessica Isaura Vilchez Bautista (2011) “Caracterización del Financiamiento, Capacitación y la Rentabilidad de las Mypes del sector comercio, rubro tubérculos del Mercado la Perla distrito de Chimbote, periodo 2011” Este trabajo de Investigación se propuso describir las principales características del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Mypes del sector comercio, rubro tubérculos del distrito de Chimbote, período 2011 llegando a las siguientes conclusiones.

Respecto a la Capacitación de las Mypes:

El 42.86% de los empresarios encuestados si recibieron capacitación y el 57.14% no recibió capacitación.

El 100% de los representantes legales de las Mypes opinaron que la capacitación es una inversión

El 85.71% de los representantes encuestados no capacitaron a su personal y el 14.29% si capacitó a su personal.

Respecto a la Rentabilidad de las Mypes:

El 100% de los empresarios de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de su negocio ha mejorado.

El 71.43% de los empresarios de las Mypes encuestadas dijeron que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido y el 28.57% dijo que el financiamiento no mejoro la rentabilidad de su negocio.

El 7.14% de los representantes encuestados dijeron que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia ellos y su personal.

Guerrero (2013) en su tesis presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Huaraz, realizó una investigación referida al tema tratado denominada “El Financiamiento y la Capacitación en la Rentabilidad de las MYPE del Sector Servicio - Rubro Librerías de la Provincia De Huaraz, Año 2011”. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 14 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Llegó a las siguientes conclusiones: En relación a las principales

características de la capacitación del personal de las MYPE, el 78% de las empresas 17 encuestadas afirman que el personal se capacita constantemente; así mismo el 63% recibió capacitación previa para la administración del crédito recibido y solo el 38% recibió capacitación dos veces en el 2011. En relación a las principales características de la Rentabilidad de las MYPE , el 60% de los encuestados dijo que las políticas de atención de las entidades financieras si contribuyo al incremento de la rentabilidad del negocio; con el 36% los representantes manifestaron que el microcrédito contribuyó en un 30% en la rentabilidad del negocio; así mismo el 64% de los propietarios manifestaron que la rentabilidad de su negocio ha mejorado; el 84% de los representantes de las MYPE afirmaron que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido .

Gaona (2013) realizó una investigación titulada “Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las MYPE del Sector Comercio – Rubro Librerías de la Ciudad de Paita, Periodo 2012”, tesis presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La investigación es de tipo descriptivo, con un diseño transversal y no experimental, presentando un enfoque cuantitativo, la población estuvo conformada por los representantes de las MYPE, y sus respectivos trabajadores. Siendo las conclusiones: Respecto a la capacitación: El 85.71% de los trabajadores de la MYPE del sector comercio del rubro librerías reciben capacitación por cuenta de la empresa y el 14.29% por cuenta de ellos mismos, esto demuestra que los empresarios si se interesan en capacitar a sus trabajadores teniendo en cuenta a lo manifestado por Ibáñez y Chiavenato que dice la capacitación se considera como un proceso a corto plazo, con el fin de propiciar mejores niveles 18 de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual

sirve. El 57.14% del personal de las MYPES participaron en el curso de capacitación, el 28.58% en 2 cursos, y solo el 14.28% en tres cursos. El 100% de los administradores de las MYPE del sector comercio en el rubro librerías dice que el nivel de su empresa si se eleva con las capacitaciones mejorando su posición e identificándose como una organización con presencia en la comunidad. Respecto a la Rentabilidad Empresarial: La mayoría de los empresarios dice que la rentabilidad obtenida en su empresa ha incrementado sus activos y solo el 14.30% tiene menos deudas y ya no recurre a préstamos. El 71.40% de las MYPES si han recibido visitas de las entidades financieras ofreciendo servicios crediticios, demostrando que en la ciudad de Paita, estas si se interesan por el desarrollo de la MYPES. El 42.90% dice que las políticas de las transacciones de las entidades financieras si está motivando el incremento de rentabilidad de sus MYPE y el 57.10% dice que no, coincidiendo con los resultados obtenidos por Vásquez donde el 60% de las MYPE encuestadas manifiestan de que las políticas de atención de créditos han incrementado la rentabilidad de éstas.

Luis Martínez Pérez Lozana según Sosa M. (2007) realizo una investigación “La capacitación se ofrece como un modelo de perfeccionamiento – Profesionales Constituidos a escala individual cuyos efectos se reflejan posteriormente en la calidad del trabajo ejecutado.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Capacitación.

La Capacitación es un proceso a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas

necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña. Mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual. La capacitación proporciona a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Es un proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo. **Helbherth (2006)**.

Según **(Drucker, Peter. 1986)** “en el trabajo que realizo nos dice: el trabajo de estudio teórico e investigación que realicé me permite describir observaciones obtenidas mediante el análisis de las teorías y técnicas correspondientes a la disciplina administrativa y las observaciones de la práctica empresarial. Seguidamente enunciaré las mismas un elemento que se puede observar es la participación del cliente como parte integral de la evaluación. El nivel de exigencia de medición de resultados para los servicios internos, como lo es la capacitación, es sustancialmente menor de lo que lo es para los procesos productivos o centrales de la organización”. "Estamos entrando en la sociedad del conocimiento. El recurso económico básico ya no es el capital, ni los recursos naturales, ni el trabajo, sino que es y seguirá siendo el conocimiento. En esta sociedad el trabajador del conocimiento tendrá un papel protagónico".

Entre 1901 y 1921, Taylor despertó el interés por las personas (principios de la gerencia estratégica), preparando el desarrollo del comportamiento organizacional; Henry Fayol inicio el estudio de la conducta humana en el trabajo; Hugo Muensterberg profundizó en la psicología y eficiencia industrial; dos décadas después (1921–1942) Henry Fayol, Elton Mayo y Fritz Rothlisberger, concluyeron que una organización es un sistema social y el trabajador es sin duda el recurso más importante.

Flores, (2007) considera que “la capacitación del empleado consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro, aumentando su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos, habilidades y actitudes”.

Para **Mathis y Jackson, (2008)** el capital intelectual refleja el pensamiento o inteligencia, conocimiento, creatividad y toma de decisiones que contribuyan a la organización. Por ejemplo, una empresa con elevado capital intelectual puede tener técnicos y empleados investigadores capaces de crear nuevos dispositivos, elaborar fórmulas farmacéuticas que pueden ser patentadas, o desarrollar nuevos software para usos especializados. Todo ese conocimiento que adquiere el talento humano a través del tiempo en la Organización se transforma en valor para la organización, y si bien es intangible la misma se evidenciará como tangible en la calidad de sus servicios y productos, que son los resultados esperados. De allí que cuando una organización no invierte en su talento humano obviamente no podrá esperar calidad de productos o servicios; por lo tanto, no se debe ver como un gasto sino como una inversión, afirmación muy evidente y que en muchas organizaciones tanto públicas como privadas no es considerada, justificando que si invierte en capacitarlo luego se van o exigirá mejor sueldo. En consecuencia, la respuesta de exitosos talentos humanos en Latinoamérica es capacitarse, pagando sus propios estudios de Especialidad, Maestría o Doctorado (aun cuando los mismos no sean los requeridos para la organización), con la esperanza de mejores sueldos, o buscar otras oportunidades de trabajo dentro o fuera del país.

La teoría de las inversiones en capital humano.

“La teoría dominante en cuanto a inversiones en capacitación de la mano de obra es la teoría del capital humano planteada por Becker (1964). Esta teoría ha evolucionado en el tiempo, pues fue concebida inicialmente para explicar aspectos del ciclo de vida de las personas, pero recientemente tiende a enfocarse en decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas” (Leuven, 2001). En lo básico, esta teoría concibe a la capacitación como una inversión para el empleador y los trabajadores: esta puede incrementar la productividad del trabajo esperada en la firma pero se tiene que incurrir en costos. Es decir, como en toda inversión las inversiones en capital humano producen tasas de retorno, los cuales tienen que ser comparados con sus costos. Estos costos pueden ser costos directos o costos de oportunidad. Los costos directos incluyen gastos en materiales educativos, tutoría, transporte, etc. Los costos de oportunidad incluyen una más baja productividad durante el periodo de entrenamiento, tiempo del capacitado y su supervisor durante el proceso de entrenamiento.

“El problema principal analizado en esta teoría se refiere a los derechos de propiedad de los beneficios de la inversión en capacitación. El punto en realidad es bastante simple: si una empresa invierte en maquinaria esta puede ser vendida luego en cualquier momento de manera que parte de esta inversión puede ser recuperada. En el caso del capital humano, en cambio, el empresario no puede “revender” el capital humano para recuperar sus inversiones. Más aun, parte de los beneficios de estas inversiones se quedan con el trabajador y en otros casos, pasan a otros empleadores futuros de esos trabajadores. Este fenómeno, apropiabilidad de los retornos, configura que el problema central de estas inversiones no sólo sea su nivel – que tiene que

ver con la eficiencia de la inversión sino también con los derechos de propiedad, es decir, **¿quién debe invertir en capacitación de los trabajadores?** Los modelos originales de Becker (1964). En las inversiones en capital humano hay dos períodos bien marcados: aquellas inversiones en educación básica (*schooling models*) y aquellas que se dan posterior a ellas (*post schooling*)”.

“La capacitación técnica o profesional forma parte de inversiones en educación “post escuela”. Mincer (1988), asumían condiciones de competencia perfecta para responder a estas preguntas; sin embargo, en tiempos recientes, la constatación de que los mercados son imperfectos, ha llevado a la creación de modelos basados en estas condiciones de competencia” (Stevens, 1994). **a teoría estándar: capacitación en condiciones de competencia perfecta**

“El modelo estándar sobre inversiones en capacitación de la mano de obra, fue propuesto en uno de los trabajos pioneros de Becker (1964). El modelo básico asume que los mercados de trabajo y de bienes finales son competitivos. La idea general del modelo - en el que se comparan los beneficios con los costos de la capacitación. Aquí se grafican ingresos y costos asociados a inversiones en capital humano, a lo largo de la vida, específicamente a partir de cierta edad mínima como los 18 años. Existe un perfil de ingresos, sin capacitación, que se inicia en un nivel bajo pero que va creciendo a lo largo de la vida gracias a ganancias en experiencia. Este perfil es comparado con otro perfil, el cual tiene un periodo de capacitación, durante el cual los ingresos son negativos (se realiza la inversión)”.

Abrahan Pain, (2004) expone una temática central de nuestra realidad presente: la capacitación laboral. Un campo donde impera el desconocimiento y la fragmentación. Hacer referencia a la problemática de la capacitación laboral demanda incluirla en la angustiante realidad de nuestros jóvenes y adultos que hoy son el producto de un sistema educativo injusto y selectivo.

Enrique Vásquez Garatachea, (1997) Este autor nos dice que los procesos productivos no sólo requieren de equipos y tecnología de punta compatibles con el aprovechamiento productivo de la mano de obra, sino también de nuevas formas de gestión, organización y capacitación para el trabajo productivo, las cuales, además de propiciar un uso racional y eficiente de los recursos disponibles en las empresas, así como el respeto al medio ambiente, sean capaces de estimular la capacidad de innovación, el potencial creativo y la superación intelectual de los trabajadores. Nos habla de las teorías que han influido en las corrientes de la capacitación como son: Teoría neoclásica, Teoría conductista, Teoría sistemática, Teoría clásica, Teoría humanista, Teoría estructuralista.

Según **Vizcarra (2008)**, investigo y concluyo que la capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas, dentro de la empresa, las habilidades que necesitan para realizar su trabajo. Este es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo, la gran, mediana, pequeña o micro empresa que lo adopte generará un valor agregado. Al empresario de la Micro y Pequeña Empresa le falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para los que ya están en este camino empresarial, pues requieren de información y conocimiento a través de la capacitación, para el mejor manejo de su negocio.

Plan de capacitación

Según Amaya, 2003 un plan de capacitación es la traducción de las expectativas y necesidades de una organización para y en determinado periodo de tiempo. Éste corresponde a las expectativas que se quieren satisfacer, efectivamente, en un determinado plazo, por lo cual está vinculado al recurso humano, al recurso físico o material disponible, y a las disponibilidades de la empresa.

Además este autor afirma que capacitación es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal y que la necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente.

Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño.

Según Gonzáles (2007) “el plan de capacitación es aquel que se elabora incluyendo los temas en los que los empleados necesitan instrucción para mejorar su desempeño y afirma que las etapas del proceso de capacitación” son las siguientes:

Etapas del proceso de capacitación

a) Análisis de las necesidades

Identificar las habilidades, conocimientos y actitudes específicas para el desempeño del trabajo con la finalidad de mejorar el rendimiento y la productividad.

Evaluar a los participantes para asegurar que el programa se ajuste a sus niveles específicos de educación, experiencia y competencias así como a sus actitudes y motivaciones personales.

Establecer los objetivos de un programa formal de capacitación. **b) Diseño de la instrucción**

Reunir objetivos, métodos, recursos, descripción y secuencia del contenido, ejemplos ejercicios y actividades de la instrucción.

Organizarlos en un programa.

Asegurarse de que todos los materiales como guías del instructor y cuadernos del trabajo de los participantes se complementen entre sí, estén escritos con claridad y se combinen en una capacitación unificada que se oriente directamente a los objetivos de aprendizajes que se establecieron.

Elaborar un programa formal de capacitación.

c) Validación

Presentar y validar previamente la capacitación.

Basar las revisiones finales en resultados piloto para garantizar la eficacia del programa.

d) Aplicación

Cuando sea aplicable, impulsar el éxito con un taller para capacitar al instructor que se centre en el conocimiento y las habilidades para la presentación, además del contenido mismo de la capacitación.

e) Evaluación y seguimiento

Evaluar el éxito del programa de acuerdo con:

Reacción, documentar las reacciones inmediatas de los apéndices ante la capacitación.

Aprendizaje, usar tanto los recursos tanto para la retroalimentación como las pruebas previas y posteriores para medir lo que se aprendió en el proceso.

Comportamiento, una vez terminada la capacitación anotar las reacciones que tienen los supervisores ante el desempeño de las personas que se entrenan.

Resultados, determinar el grado de mejoría en el desempeño laboral.

Determinación de necesidades de capacitación

Según Reza (2006) la determinación de necesidades de capacitación es una de las preguntas que aparecen de manera constante por parte de los empleadores que tienen la preocupación de hacer más productivo el trabajo de su organización. Además este autor nos presenta:

Medios para la determinación de necesidades de capacitación.

Los principales medios utilizados para la determinación de necesidades de capacitación son:

a. Evaluación de desempeño

Mediante la evaluación de desempeño es posible descubrir no sólo a los empleados que vienen efectuando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino también averiguar qué sectores de la empresa reclaman una atención inmediata de los responsables del entrenamiento.

b. Observación

Verificar donde haya evidencia de trabajo ineficiente, como excesivo daño de equipo, atraso con relación al cronograma, pérdida excesiva de materia prima, número acentuado de problemas disciplinarios, alto índice de ausentismo, etc.

c. Cuestionarios

Investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación (checklist) que pongan en evidencia las necesidades de entrenamiento.

d. Entrevistas con supervisores y gerentes

Contactos directos con supervisores y gerentes, con respecto a posibles problemas solucionables mediante entrenamiento, por lo general se descubren en las entrevistas con los responsables de diversos sectores.

Métodos de capacitación

Eduardo Martínez E.Francisca Martínez A.(2009)

Entre los métodos más comunes son los siguientes:

Método de comparación por pares.

Consiste en comparar a cada trabajador con los demás de su misma categoría o cargo, por pares, con relación a determinados factores de desempeño, por ejemplo, calidad del trabajo, laboriosidad y autonomía. Para esto se construye una planilla de doble entrada para cada factor, con los nombres de las personas en las columnas y en las líneas, lo que permite comparar a cada trabajador con el resto. Para cada factor se asigna una marca positiva (por ejemplo, el signo +) al mejor de los dos trabajadores de cada par. Finalmente, los trabajadores evaluados se ordenan según el número de veces que cada uno resultó elegido mejor en cada factor.

Método de comparación persona a persona.

Consiste en comparar a cada trabajador con "trabajadores modelo" que se han seleccionado previamente como representativos de desempeño sobresaliente, desempeño promedio y desempeño deficiente, con respecto a distintos factores a los cuales se les asigna un rango de puntaje (por ejemplo, laboriosidad: de 10 a 40 puntos; iniciativa: de 10 a 50 puntos, y disciplina: de 10 a 30 puntos). Por lo general, conviene considerar sólo unos pocos factores: no más de 3 o 4.

Método de escalas gráficas.

Consiste en evaluar el desempeño del trabajador calificando su trabajo según los factores de desempeño que se consideran relevantes.

Tanto la escala como los factores deben ser definidos previamente, lo que contribuye a la objetividad de la evaluación. Para calificar el desempeño se pueden usar distintos tipos de escalas: puede ser una escala numérica (por ejemplo, de 1 a 10 puntos), una escala de categorías, o una escala de grados predefinidos.

Método de lista de verificación.

Consiste en evaluar el desempeño del trabajador mediante las respuesta que da su jefe inmediato a un cuestionario con preguntas de respuesta alternativa (si/no o verdadero/falso). Los trabajadores evaluados son calificados después considerando categorías o una escala de puntajes que no conocen los jefes que evalúan.

Método de elección forzada.

Consiste en evaluar el desempeño del trabajador a través de las respuestas de su jefe inmediato a una serie de frases que describen determinados aspectos del comportamiento en el trabajo. Las frases narran comportamientos cuyos méritos o demé- ritos son desconocidos por el evaluador, lo que elimina algunos de los problemas que afectan la objetividad de los métodos de evaluación del desempeño.

Método de incidentes críticos.

Consiste en registrar incidentes favorables o desfavorables en el desempeño de cada trabajador durante un periodo, por ejemplo, un semestre. Al final del periodo un comité de evaluación califica a los trabajadores haciendo un balance de las con- ductas positivas y negativas registradas para cada uno.

Método de la administración por objetivos.

Consiste en definir objetivos específicos y cuantificables para cada trabajador, y luego evaluar periódicamente su progreso hacia esos

objetivos. Este método enfoca la evaluación del desempeño en términos de resultados y logros en el puesto de trabajo. Aunque hay algunas semejanzas entre los enfoques metodológicos de la evaluación de competencias y la evaluación del desempeño, en cuanto al objeto del análisis y los métodos e instrumentos para colectar información, conviene señalar algunas diferencias.

Métodos de presentación

Uno de los métodos más antiguos y tradicionales de capacitación es la conferencia. Muchos de nosotros estamos familiarizados con esta forma de aprendizaje, ya que es una manera muy común. Se utilizan varias herramientas de apoyo, desde tablas y pizarras hasta diapositivas de PowerPoint y reuniones virtuales.

Los asociados de recursos humanos aprenden y toman notas mientras los instructores presentan información y aplican exámenes. Los materiales se proporcionan como referencia, y los estudiantes suelen aprender en las aulas tradicionales.

Métodos de formación en equipo

Los métodos de capacitación de equipos también son técnicas tradicionales de formación para los asociados de recursos humanos. El objetivo de estos métodos es construir relaciones de equipo, lo que garantiza un mayor éxito para el departamento y para el aprendiz. Las actividades incluyen juegos, simulaciones y desafíos creados por la interacción de grupo. Utilizando un facilitador experto, los participantes aprenden e interactúan juntos, forjando relaciones importantes y duraderas. Los asociados aprenden a trabajar en equipo y transfieren ese conocimiento a los lugares de trabajo. Las

variaciones de los métodos de trabajo en equipo también se extienden a las aventuras al aire libre y juegos de construcción de confianza.

Competencias de capacitación

En el nuevo contexto económico y laboral existen cada vez nuevas exigencias que obligan a las empresas, a buscar alternativas que les permita desarrollar los conocimientos y habilidades del capital humano con que cuentan. Esa nueva alternativa se presenta a través de la capacitación basada en competencias, la cual tiene como propósito desarrollar una fuerza de trabajo competente en términos de conocimientos, habilidades, destrezas y comportamientos. Este tipo de capacitación basada en competencias al igual que la tradicional, tiene un enfoque preventivo, correctivo y predictivo de acuerdo con las necesidades. Capacitación preventiva Es el entrenamiento aplicado para preparar al personal a fin de que se enfrente a situaciones futuras de cambio tecnológico, operacional, administrativo o de actitudes, que solucionen en forma anticipada la aptitud del personal. Capacitación correctiva Se aplica a la solución de problemas manifestados o para corregir las desviaciones en los estándares de rendimiento. **Pinto**

Roberto, Planeación Estratégica de Capacitación, 2000:123- 124

Capacitación predictiva Se aplica para mantener los estándares de rendimiento sin que exista una desviación en cuanto a los rangos de eficiencia. Sirve para asegurar la continuidad de la capacidad de respuesta y para evitar posibles desviaciones.

Primero, la evaluación de las competencias está enfocada en los factores del desempeño que son modificables mediante la capacitación, en tanto que la evaluación del desempeño, ofrece una visión más amplia, referida a todos

los factores de la conducta - innatos (como los rasgos de personalidad) y adquiridos- que pueden influir en el desempeño del trabajador.

Segundo, para la evaluación de competencias las condiciones técnicas y organizacionales del trabajo constituyen un dato fijo, no modificable; en cambio la evaluación del desempeño reconoce la influencia de dichos factores y la posibilidad de actuar sobre ellos para corregir eventuales discrepancias entre el desempeño efectivo y el desempeño deseado de las personas.

Tercero, la evaluación de las competencias se usa especialmente para selección de personal y detección de necesidades de capacitación; la evaluación del desempeño tiene, en cambio, aplicaciones más amplias relacionadas principalmente con el diseño de políticas de remuneraciones e incentivos, rediseño de puestos y formulación de planes de movimientos de personal (promociones, traslados y desvinculaciones).

En cuarto lugar, la evaluación de competencias es un instrumento de aplicación ocasional e individual, en tanto que la evaluación del desempeño es, por lo general, una función regular, estructurada y de aplicación masiva entre el personal de la empresa. En la evaluación del desempeño,

Características de competencia

Mertens (1997), el enfoque de La Capacitación por Competencias es más personalizado, y el individuo podrá acoplar sus atributos y sus capacidades personales con las necesidades de la empresa. Como resultado, las principales características de un programa de capacitación por competencias son:

Las competencias que el trabajador tendrá que cumplir son identificadas por el personal encargado de la capacitación.

Los criterios de evaluación son derivados del análisis de competencias, sus condiciones explícitamente especificadas.

La instrucción se dirige al desarrollo de cada competencia y a una evaluación por cada competencia

La evaluación toma el conocimiento, las actitudes y el desempeño como principal fuente de evidencia.

El progreso de los trabajadores es a un ritmo que ellos determinen y según las competencias demostradas.

La instrucción es individualizada al máximo.

Las experiencias de aprendizaje son guiadas por una frecuente retroalimentación

. El énfasis es en el logro de resultados concretos.

El ritmo de avance de la instrucción, es individual y no por tiempo

La instrucción se hace con material didáctico que refleja las situaciones de trabajo reales, y experiencias en el trabajo.

El programa en su totalidad es cuidadosamente planeado y la evaluación sistemática es aplicada para mejorar continuamente el programa.

Debe evitarse la instrucción frecuente en grupos grandes.

La enseñanza debe ser menos dirigida a exponer temas, y más al proceso de aprendizaje del individuo.

Hechos, conceptos, principios y otro tipo de conocimiento debe ser parte integral de las tareas y funciones.

La mejor forma para que una capacitación por competencias sea efectiva a la hora de su implementación es que esté regida por resultados no por aportes deseables.

Pasos para implementar una capacitación por competencias

Son los siguientes **Martha Alles**,

- 1) Definir cuáles son las competencias que necesita la empresa o los cargos en estudio. Posteriormente, se debe definir el grado requerido para los diferentes puestos de la organización.
- 2) Realizar un inventario de competencias de personal, relevando las competencias de conocimientos y gestión.
- 3) De la comparación de los pasos 1 y 2, surgirán las necesidades de capacitación por competencias.

Objetivos de la capacitación:

Robbins (1998), nos plantea que establecer objetivos de la capacitación concretos y medibles es la base que debe resultar de la determinación de las necesidades de capacitación:

Preparar al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.

Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, no solo en su cargo actual, sino también en otras funciones en las cuales puede ser considerada la persona.

Cambiar la actitud de las personas, bien sea para crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación o hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.

Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.

Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.

Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

Programas de capacitación

Según Dessler (2001) “los programas de capacitación son un instrumento de planificación que permite al instructor establecer el conjunto de actividades, estrategias didácticas, criterios de evaluación, tiempos y recursos implicados en el desarrollo del curso, además comunica la propuesta programática tanto a las personas involucradas en el curso como a los instructores, administradores y evaluadores de la capacitación. Para elaborar estos programas se debe tomar como punto de partida la planeación anual de la empresa, en la que usualmente aparecen los siguientes datos”:

Datos de identificación (nombre del responsable, jefe de área, instructor, departamento, entre otros)

Objetivos generales

Horas, temas y subtemas

Rangos porcentuales asignados al rubro de evaluaciones parciales y finales

La organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de sus hombres. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite ver si hay otras tareas de nivel similar que puede realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa.

Beneficios de capacitar

Reza (2006) “nos ilustra acerca de los beneficios de capacitar y afirma que la capacitación, permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal, que ocurre generalmente entre los empleados más antiguos si no han sido reentrenados. También permite adaptarse a los rápidos cambios sociales, como la situación de las mujeres que trabajan, el aumento de la población con títulos universitarios, la mayor esperanza de vida, los continuos cambios de productos y servicios, el avance de la informática en todas las áreas, y las crecientes y diversas demandas del mercado. Disminuye la tasa de rotación de personal, y permite entrenar sustitutos que puedan ocupar nuevas funciones rápida y eficazmente. Por ello, las inversiones en capacitación redundan en beneficios tanto para la persona entrenada como para la empresa que la entrena. Y las empresas que mayores esfuerzos realizan en este sentido, son las que más se beneficiarán en los mercados competitivos que llegaron para quedarse”.

Para complementar lo expuesto, citamos a **Dessler (2001)**, “quien cita los siguientes beneficios del proceso de capacitación”:

Ayuda a prevenir riesgos de trabajo.

Produce actitudes más positivas entre los trabajadores.

Aumenta la rentabilidad de la empresa reflejada en los estados financieros.

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 jefe-subordinados.

Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.

Proporciona información sobre necesidades futuras de personal a todo nivel.

Ayuda a solucionar problemas.

Facilita la promoción de los empleados.

Incrementa la productividad y calidad del trabajo.

Promueve la comunicación en la organización.

Objetivos y funciones de la capacitación

El objetivo general de la capacitación es lograr la adaptación de personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea específica, en una organización.

Entre los objetivos principales de la Captación se encuentran los siguientes:

Incrementar la productividad

Promover un ambiente de mayor seguridad en el empleo

Facilitar la supervisión del personal

Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimientos habilidades y actitudes para el eficiente desempeño del trabajador.

Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.

Lograr que se perfeccionen los ejecutivos y empleados en el desempeño de sus puestos tanto actuales como futuros.

Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología

Lograr cambios en el comportamiento del empleado con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa, logrando condiciones de trabajo más satisfactorias.

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

Si bien es cierto que la capacitación no es el único camino por medio del cual se garantiza el correcto cumplimiento de tareas y actividades, si se manifiesta como un instrumento que enseña, desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia a cualquier persona.

Bajo este marco, la función de la capacitación es:

Promover el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.

Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.

Perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo

Tipos de capacitación

Capacitación para el trabajo

Capacitación de pre ingreso
Inducción

Capacitación promocional

Capacitación en el trabajo

Adiestramiento

Capacitación específica humana

Desarrollo de personal

Educación formal para el adulto

Integración de la personalidad

Actividades recreativas y culturales

Capacitación para el trabajo

Está dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva función, se divide en:

Capacitación de pre ingreso:

Se realiza con fines de selección, concentrándose en proporcionar al nuevo personal, los conocimientos necesarios y desarrollar sus habilidades.

Inducción:

Conjunto de actividades, que informan al trabajador sobre la organización, los planes, los objetivos y las políticas para apresurar su integración al puesto, al grupo de trabajo y a la organización.

Capacitación promocional:

Conjunto de acciones de capacitación que dan al trabajador, la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel de autoridad, responsabilidad y remuneración.

Capacitación en el trabajo:

Es un programa de capacitación individualizado, diseñado y llevado a cabo en el lugar de trabajo real; el candidato recibe la capacitación en las habilidades específicas necesarias, para conservar su puesto de trabajo.

Se divide en:

Adiestramiento

Capacitación específica y humana.

Desarrollo de personal

En el desarrollo de personal, se considera a los empleados como el recurso más valioso del programa y se invierte en ellos, proporcionándoles continuamente oportunidades para mejorar sus habilidades, incluyendo actividades designadas a capacitar y motivar al empleado para ampliar sus responsabilidades dentro de la organización.

La educación formal para el adulto forma parte del desarrollo de personal y en este tipo de educación el personal puede recibir becas para diversos grados escolares, atendidos por instituciones educativas en convenio con la empresa, asistencia a congresos o reuniones científicas o técnicas, así como a cursos, seminarios y conferencias.

La capacitación como un proceso continuo

Es de vital importancia para una organización lograr la calidad de sus productos a través de su gente. Para tener gente productiva es indispensable brindarles capacitación, si ésta se imparte de manera continua se generará en el individuo un interés hacia el conocimiento y la

actualización que son los mejores aliados para el progreso de todo ser humano, porque a lo largo de su vida lo único que no perderá valor será el conocimiento acumulado.

Este cúmulo de conocimientos de los trabajadores es lo que realmente puede llevar a las empresas al éxito o al fracaso, ya que, para quienes todavía lo dudan, las personas son lo más importante en una organización y son ellas precisamente las que generan el resultado de las operaciones. El personal bien capacitado es capaz de ofrecer continuamente un valor adicional a todo lo que produce, sin embargo, en buena parte de nuestras organizaciones no se le da la importancia debida al factor humano, muchas veces por la oferta excesiva de mano de obra.

Es necesario darle un giro a esta situación debido a que el nuevo ambiente de negocios no permite que las empresas operen con empleados que no desarrollen su creatividad y a quienes no se les permita innovar para contribuir a mejorar su empresa. Un empleado sin motivación permanecerá en la empresa mientras consigue otro trabajo que cubra sus expectativas. De tal manera que para medir la calidad del personal en una empresa es importante considerar el nivel de desempeño que obtiene a través de la capacitación y si ésta es continua, impulsará al individuo a ser mejor cada día. Por lo tanto, tendrá mayor capacidad para adecuarse a las nuevas necesidades de los negocios y ayudará a su empresa a poder competir en un mercado cada vez más amplio.

La capacitación debe ser un proceso que se inicia con los trabajadores de nuevo ingreso o los recientemente promovidos, independientemente que cuenten con experiencia previa o no. Es indispensable aprovechar su

motivación para que pueda aprender conocimientos y habilidades nuevas, y que conozcan los nuevos objetivos organizacionales para que se familiarice con ellos.

Para que esta capacitación sea continua, la organización debe realizar la tarea de detectar constantemente las necesidades de capacitación que presenta el personal. Estas se pueden determinar a través de la evaluación del desempeño. Esta función es una de las más significativas de la administración de recursos humanos, pues por medio de ella, podemos saber si las demás funciones previas fueron diseñadas correctamente. Es decir: con la evaluación del desempeño se verifica si los programas de capacitación han dado resultados, si los programas de inducción son correctos, o bien si las áreas de reclutamiento y selección son eficaces. Otra forma de detectar las necesidades de capacitación es verificando o actualizando el análisis de puestos y los documentos informativos de la planeación de recursos humanos.

Una vez detectadas las necesidades de capacitación, se procede a iniciar un plan que defina los objetivos a alcanzar con el programa de capacitación así como los criterios para la evaluación del desempeño. Hecho esto se procede a elaborar el contenido del programa en forma específica con el apoyo de las diversas técnicas de capacitación que pueden aplicarse dentro del lugar de trabajo (instrucción directa sobre el puesto, rotación de puestos, etcétera), y las que se aplican fuera del mismo (conferencias, videos, actuación, simulación de condiciones reales o lecturas), y elegir cuál o cuáles de ellas son las más indicadas para lo que se requiere.

Finalmente, se debe llevar a cabo el seguimiento y la evaluación de estos programas de capacitación para verificar su eficacia. Esto se puede realizar estableciendo, en primer lugar, las normas o criterios de evaluación, después debe realizarse un examen previo a la capacitación para determinar el nivel de conocimientos. Para verificar los resultados del programa se debe realizar una evaluación posterior a la capacitación. Si los resultados son mejores en forma significativa que el examen previo a la capacitación y si el trabajador logra emplear los conocimientos adquiridos en su lugar de trabajo, entonces el programa logró sus objetivos. **Ventajas de la capacitación en cuanto a productividad y calidad**

Una capacitación bien administrada puede producir diversas ventajas, el incremento en la productividad es una de ellas. Cualquier empresario desea elaborar bienes o servicios con las características suficientes para ser líder en el mercado local y después, poder competir en los mercados internacionales, para ello se necesitan productos y servicios de calidad, que sean diferentes o bien elaborar la cantidad suficiente de productos de tal manera que pueda generar utilidades, para lograr esto se necesita gente productiva. La productividad se refiere a la utilización eficiente de los recursos (insumos) al producir bienes y/o servicios (productos). Por lo tanto la productividad en una organización mejora en la medida que se emplean menos insumos, obteniendo mejores productos y de mayor calidad que sean adquiridos por el mercado.

En la medida que una organización avance en materia de productividad reduce sus costos y aumenta sus utilidades, esto debido a que evita desperdiciar recursos. Como lo muestra David Sumanth en su libro

Ingeniería y administración de la productividad (1990) el mejorar la productividad de un producto o servicio genera una disminución en el costo total por unidad. Por lo tanto, la consecuencia del mejoramiento de la productividad total son dos estrategias administrativas favorables:

- 1) Reducir el precio de venta de un producto o servicio sin sacrificar el margen de utilidad actual;
- 2) Aumentar el margen de utilidad sin reducir el precio de venta.

Si se adopta la primera estrategia se tienen los siguientes beneficios: los consumidores ahorran al comprar el producto o servicio a menor precio con la misma o mejor calidad; la empresa se beneficiará ganando un mayor porcentaje de mercado y esto a su vez, puede crear oportunidades que generen ingresos mayores; los empleados se beneficiarán con un aumento a su salario real (si es que la organización hace un reparto de utilidades honesto entre sus empleados). Si se sigue la segunda estrategia el beneficio que se obtiene es el siguiente: los accionistas o dueños de la empresa se beneficiarán a través de mayores dividendos sobre sus acciones. También la empresa tendrá mejor oportunidad de reinvertir las utilidades en nuevos productos, servicios, procesos y negocios. La productividad debe estar directamente relacionada con la calidad. Es importante que si se persigue la productividad en una empresa, ésta esté encaminada a lograr productos con calidad. Es más factible que un empleado capacitado realice su

trabajo con calidad que uno que no ha sido entrenado en sus funciones. La calidad genera una mayor aceptación del producto en relación con los de la competencia y por lo tanto, se obtiene una mayor participación en el mercado. Por otra parte, la falta de calidad puede provocar a la compañía dos situaciones: pérdida de ventas y costo directo de garantía.

Por lo tanto, los proyectos para mejorar la calidad deben presentarse con el propósito de enfrentar cualquiera de las situaciones anteriores, es decir; para aumentar las ventas o evitar pérdidas en ventas, o bien, para disminuir el costo directo de la garantía.

Factores que provocan necesidades de capacitación:

Expansión de la empresa o ingreso de nuevo empleados

Trabajadores transferidos o ascendidos

Implantación o modificación de métodos y procesos de trabajo

Actualización de tecnología, equipos, instalaciones y materiales de la empresa

Producción y comercialización de nuevos productos o servicios

Los cambios que efectúe la empresa provocarán futuras necesidades de capacitación, a ésta se le reconoce como capacitación proactiva, ya que se adelanta a los problemas y trata de prever resultados que fortalecerán a la organización.

Sin embargo, independientemente del tipo de necesidad, momento y situación que la genera, los beneficios y resultados a obtener son, entre otros:

Localización de necesidades reales a satisfacer

Determinación de perfiles de puesto y/o actualización de los mismos.

Identificación clara del universo a capacitar, número de trabajadores, áreas y puestos.

Definición de objetivos y metas concretas factibles de alcanzar

Estructuración de un programa de trabajo con tareas definida

Determinación de los recursos que serán necesarios para la realización de las acciones que se programen.

2.2.2.-Rentabilidad

Según Lizcano (2007), la rentabilidad es un concepto amplio que admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las empresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural. Desde el punto de vista económico o financiero, la rentabilidad puede considerarse, a nivel general, como la capacidad o aptitud de la empresa de generar un excedente a partir de un conjunto de inversiones efectuadas. Por lo tanto, se puede afirmar que la rentabilidad es una concreción del resultado obtenido a partir de una actividad económica de transformación, de producción y/o de intercambio.

Arturo Komiya, La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; crecimiento económico sometido a constante innovación y mejora de calidad por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Según Tanaka (2005), para poder determinar si la situación de una empresa ha mejorado o no respecto de un período a otro, o simplemente para evaluar si la situación de una empresa es buena o no, debemos de hacerlo evaluando dos aspectos: la situación económica y la situación financiera. La situación financiera está compuesta por la liquidez y el endeudamiento. Si una empresa está en una buena situación financiera no tendrá problemas de pago de sus obligaciones y tendrá altas posibilidades de conseguir financiamiento en el momento que lo desee. Una empresa está en buena situación de endeudamiento cuando en algún momento necesita un préstamo y tiene cierta facilidad para conseguirlo. Esto se relaciona con el concepto de solvencia. La empresa es solvente cuando es sujeto de crédito, es decir, solicita un crédito y se lo conceden. La situación económica está compuesta por el análisis de la utilidad y la rentabilidad de la empresa. Una empresa está en una buena situación económica cuando ha generado beneficios, utilidades y ha realizado buenas inversiones (rentables). Se dice que una empresa ha logrado utilidad cuando al restar del total de ingresos el total de egresos (gastos y costos) le queda un saldo remanente por distribuir. Una empresa logra rentabilidad cuando realiza buenas inversiones.

Gonzales (2002), la rentabilidad es un factor esencial para la supervivencia de las mypes a largo plazo, que favorece la creación de un elevado número de empleos e

ingresos para el Estado. Es un indicador financiero más habitual a la hora de medir el nivel de acierto o fracaso en la gestión empresarial. Posibilita evaluar, a partir de los valores reales obtenidos, la eficacia de las estrategias implementadas y efectuar, por tanto, comparaciones sobre la posición competitiva de una organización en el entorno socioeconómico en el que actúa.

Jose Rigoberto Parada Daza (1988) perspectiva propia de Gestión de Empresas y se hace uso de una variedad de conceptos que se han tomado del Análisis Financiero Tradicional, Teoría Económica, Teoría Financiera y Estadística. Se Analizan las implicancias teórico-prácticas de hacer análisis económico-financiero considerando aspectos internos y propios de cada empresa, así como factores externos a ella. Se presentan enfoques modernos respecto al tema de la rentabilidad y un modelo de valoración muy útil para la pequeña y mediana empresa.

El término rentabilidad también es utilizado para determinar la relación que existe entre las utilidades de una empresa y diversos aspectos de ésta, tales como las ventas, los activos, el patrimonio, el número de acciones, etc.

Normalmente las fórmulas de ahorro ofrecidas en las instituciones financieras entregan Renta Fija o Renta Variable.

La Renta Fija

Corresponde a los sistemas de ahorro en que desde el momento en que se lleva el dinero al banco, se conoce la tasa de interés que se pagará regularmente, de acuerdo con el plazo que se haya fijado. Los depósitos a plazo y de las cuentas de ahorro funcionan de esta manera y son preferidas por quienes desean tener un riesgo bajo en sus ahorros, aunque reciban una rentabilidad menor.

La Renta Variable

Se refiere a los casos en que la rentabilidad dependerá de varios factores, tales como el comportamiento del mercado o la inflación de un período, por lo que nunca se puede asegurar el monto en que variará, la que incluso puede llegar a ser negativa, es decir, constituir una pérdida para quien ahorra. El mejor ejemplo de este tipo de rentabilidad son las acciones, las cuales son preferidas por quienes desean una rentabilidad mayor, aunque deban experimentar un riesgo más alto.

En la literatura económica, aunque el término de rentabilidad se utiliza de forma muy variada, y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina a la rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo produce los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medio utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o a juzgar por la eficiencia de la acciones realizadas, según que el análisis sea a priori o a posteriori (Sánchez, 2001). **Rentabilidad Económica.**

La Rentabilidad Económica (Return on Assets) es el rendimiento promedio obtenido por todas las inversiones de la empresa. También se puede definir como la rentabilidad del activo, o el beneficio que éstos han generado por cada sol invertido en la empresa.

Rentabilidad Financiera.

La Rentabilidad Financiera o rentabilidad del capital propio, es el beneficio neto obtenido por los propietarios por cada unidad monetaria de capital invertida en la empresa. Es la rentabilidad de los socios o propietarios de la empresa.

Tipos de rentabilidad Según Sánchez J.

Análisis de la rentabilidad de la empresa.

Existen dos tipos de rentabilidad:

La rentabilidad económica La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio.

$$RE = \text{Resultado antes de intereses e impuestos} / \text{Activo total a su estado medio}$$

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad

La rentabilidad financiera La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. Para el cálculo de la rentabilidad financiera, a diferencia de la rentabilidad económica, existen menos divergencias en cuanto a la expresión de cálculo de la misma.

La más habitual es la siguiente:

$$RF = \text{Resultado neto} / \text{Fondos Propios a su estado medio}$$

Como concepto de resultado la expresión más utilizada es la de resultado neto, considerando como tal al resultado del ejercicio.

Ferruz: “la rentabilidad es el rendimiento de la inversión medido mediante las ecuaciones de equivalencia financiera. Es por ello, que nos presenta dos teorías para el tratamiento de la rentabilidad”.

Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de Markowitz

Markowitz avanza con una nueva teoría, indicando que el inversor diversificará su inversión entre diferentes alternativas que ofrezcan el máximo valor de rendimiento actualizado. Para fundamentar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado a la rentabilidad media esperada. La observancia de esta teoría asume que la existencia de una hipotética cartera con rentabilidad máxima y con riesgo mínimo que, evidentemente sería la óptima para el decisor financiero racional. Es por

ello, que con esta teoría concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene por qué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por lo tanto, el inversor financiero puede incrementar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de riesgo o, lo que es lo mismo, puede disminuir su riesgo cediendo una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado

Sharpe (1963) “surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que, a su vez, fue el resultado de un proceso de simplificación que Sharpe realizó del modelo pionero de su maestro Markowitz. Sharpe consideró que el modelo de Markowitz implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos. Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente. Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas sólo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título. Como se ha indicado, el modelo de mercado es un caso particular del diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores”.

Rigoberto Parada Daza "Rentabilidad Empresarial: Un enfoque de Gestión”, este autor ofrece un planteamiento sobre la rentabilidad desde una

perspectiva propia de Gestión de Empresas y se hace uso de una variedad de conceptos que se han tomado del Análisis Financiero

Tradicional, Teoría Económica, Teoría Financiera y Estadística. Se Analizan las implicancias teórico-prácticas de hacer análisis económico-financiero considerando aspectos internos y propios de cada empresa, así como factores externos a ella. Se presentan enfoques modernos respecto al tema de la rentabilidad y un modelo de valoración muy útil para la pequeña y mediana empresa.

Adrian J. Slywotzky, David J. Morrison, & Bob Andelmon, Estos autores consideraron que cuando se trata de negocios, contar con una buena porción de mercado lo es todo. Es decir, la compañía que tenga una mayor porción de mercado generará las mayores ganancias. Sin embargo, según la filosofía de la “zona rentable”, las mayores ganancias son obtenidas por quien domine el área del mercado que concentre la mayor cantidad de valor añadido, independientemente del tamaño de la porción de mercado con la que cuente. En este texto, los autores presentan las nociones fundamentales de la técnica de la “zona rentable”. Algunos de los temas tratados son: rudimentos, principios y ejemplos prácticos.

Harry Markowitz, el autor partió de la premisa de que, a partir de la observación y de la experiencia, se pueden establecer expectativas relevantes acerca de los rendimientos futuros que puede ofrecer una determinada inversión. Por esto, “el análisis de la rentabilidad de una cartera comienza con el estudio de las inversiones individuales que la conforman para, posteriormente y a partir de los convenientes desarrollos, terminar con

la formación de una determinada cartera que el decisor financiero pueda considerar como óptima”.

Indicadores de Rentabilidad

“Los indicadores referentes a rentabilidad, tratan de evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea considerando en su cálculo el activo total o el capital contable” (Guajardo, 2002). “Se puede decir entonces que es necesario prestar atención al análisis de la rentabilidad porque las empresas para poder sobrevivir necesitan producir utilidades al final de un ejercicio económico, ya que sin ella no podrán atraer capital externo y continuar eficientemente sus operaciones normales”.

Con relación al cálculo de la rentabilidad, Brealey y Myers (1998): “describen que los analistas financieros utilizan índices de rentabilidad para juzgar cuan eficientes son las empresas en el uso de sus activos”. “En su expresión analítica, la rentabilidad contable va a venir expresada como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado”. A este respecto, según Sánchez (2002), “es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado”:

“Las magnitudes cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria”.

“Debe existir, en la medida de lo posible, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados”.

“En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un periodo, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable stock que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo”. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.

También es necesario definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una periodificación incorrecta.

Guajardo (2002) “dice que el estado de resultados es el principal medio para medir la rentabilidad de una empresa a través de un periodo, ya sea de un mes, tres meses o un año. En estos casos, el estado de ganancias y pérdidas debe mostrarse en etapas, ya que al restar a los ingresos los costos y gastos del periodo se obtienen diferentes utilidades hasta llegar a la utilidad neta. Esto no quiere decir que se excluirá el balance general a la hora del hacer un análisis financiero, puesto que para evaluar la operación de un negocio es necesario analizar conjuntamente los aspectos de rentabilidad y liquidez, por lo que es necesario elaborar tanto el estado de resultados como el estado de cambios en la posición financiera o balance general”.

La empresa debe utilizar por lo menos una (o todas) las estrategias siguientes para determinar su política de calidad que determinará su rentabilidad:

Cumplimiento de las especificaciones. El grado en que el diseño y las características de la operación se acercan a la norma deseada. Sobre este punto se han desarrollado

Características

- Intensidad de la inversión
- Productividad
- Participación de Mercado
- Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores
- Calidad de producto/servicio
- Tasa de crecimiento del mercado

Intensidad de la Inversión

“Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición”.

Productividad

“Para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad es aumentando su productividad y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos el estudio de tiempos y un sistema de pago de salaries”

“La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento del recurso material y humano”.

“Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos”.

“La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas. No así con el recurso humano o los trabajadores. Deben de considerarse factores que influyen. Al disminuir la ineficiencia, la productividad aumenta. La eficiencia es el límite de la productividad. La productividad óptima, es el nivel de eficiencia para el cual fue pretendido el proceso”.

Participación de Mercado

“Este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales”.

“De manera similar que los estudios de penetración y tamaño del mercado, las empresas contratantes de este tipo de estudios son principalmente negocios que venden a otras empresas en el área industrial, así como mercados donde no se dispone de investigaciones sectoriales”.

Desarrollo de Nuevos Productos O Diferenciación de los Competidores.

Un nuevo producto puede ser creado o hecho "nuevo" de muchas maneras. Un concepto enteramente nuevo se puede traducir en un nuevo artículo y/o servicio. Simples cambios secundarios en un producto existente pueden

convertirlo en otro "nuevo" o se puede ofrecer un producto existente a nuevos mercados que lo considerarán "nuevo". Sólo podemos considerar nuevo un producto durante un período limitado. Esto corresponde a la actitud de innovación que es una filosofía paralela a la del concepto de mercadotecnia ;Cuando se incluye un nuevo producto debe tomarse en consideración la innovación y la calidad del producto/servicio, sin dejar a un lado la diferenciación del producto en el mercado y superando siempre a los competidores del mercado que son un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, que además de ofrecer productos similares, igualmente tienen libertad absoluta para sus actividades inherentes y no hay control sobre los precios ni reglamento para

fijarlos.

Estudios han demostrado que las industrias en crecimiento son aquellas que están orientadas a productos nuevos.

Calidad De Producto/Servicio.

El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente, sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.

Tasa De Crecimiento Del Mercado

La tasa de crecimiento es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período

determinado. Esto tiene que ver también, con el ciclo de vida del producto, que se define por ser el clásico ciclo de nacimiento, desarrollo, madurez y expiración, aplicado a las ventas de un producto.

2.2.3. Mype.

La Micro y Pequeña Empresa – MYPE, es la unidad económica constituida por persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que genera rentas de 3º categoría conforme a la Ley del Impuesto a la Renta, con finalidad lucrativa.

Comprende a cualquier forma asociativa o societaria prevista en la Ley, incluidas las cooperativas y otras formas autogestionarias.

Tiene por objeto “ desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

La Ley excluye a las MYPE que desarrollan al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines, y por definición a las asociaciones, fundaciones y comité.

Microempresa:

Trabajadores (promedio al año: De 1 hasta 10 Ventas anuales (Rus, Rer y Rg):

Hasta el monto máximo de 150 UIT.

Pequeña empresa:

Trabajadores (promedio al año: De 1 hasta 100 Ventas anuales (Rus, Rer y Rg):

Hasta

1,700 UIT

Importancia de las Mype

La importancia de las MyPE en la economía se basa en que:

Asegurar el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra cumple un papel esencial en el correcto funcionamiento del mercado laboral. Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.

Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado favoreciendo las conexiones laborales ya que, en general, sus orígenes son unidades familiares.

Presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura. Obtienen economía de escala a través de la cooperación inter empresaria, sin tener que reunir la inversión en una sola firma.

La importancia de las Mype como unidades de producción de bienes y servicios, en nuestro país y el mundo justifica la necesidad de dedicar un espacio a su conocimiento.

Debido a que desarrollan un menor volumen de actividad, las Mype poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultaran una buena fuente generadora de empleo, sobre todo profesionales y demás personal calificado.

En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, incluidos los micro emprendimientos, constituyen una parte sustancial de la economía. Igualmente, cuando se refiere a las fortalezas de las

MyPE se enfatiza en lo siguiente:

Espíritu emprendedor

En grupos solidarios cumplen sus compromisos mejor.

Tienen mucha iniciativa

Tienen deseos de superación

Tienen capacidad para la cultura del ahorro

Son muy creativos

Son flexibles a los cambios

Mi Empresa – Ministerio de la Producción.

Sistema cofinanciado de servicios de desarrollo empresarial:

a) capacitación y

b) asistencia técnica.

Ejecución a través de entidades proveedores de servicios

Recursos corresponden a las utilidades del Fideicomiso del FONDEMI

Principales características de Las Mypes.

Diversos autores, entre ellos Fernando Villarán, destacan que hay elementos característicos en el común de las micro y pequeñas empresas que las han llevado a ser negocios exitosos. Por ejemplo: una intuitiva percepción de las necesidades de los clientes, lo que sugiere enfocarse en el mercado y, puesto su tamaño, lograr flexibilidad a fin de adaptarse a las nuevas circunstancias; la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, aún de experiencias negativas o limitaciones que les impidieron continuar con normalidad; la creatividad y desarrollo gradual de habilidades personales que les permiten establecer soluciones de negocios que corresponden a su capacidad de recursos; el trabajo y la persistencia, dedicando en muchos casos cerca de 15 horas diarias al negocio y no dejarse vencer por los problemas, y el apoyo de grupos de referencia, especialmente de los familiares más cercanos, durante el inicio o las crisis del negocio.

Entre las características comerciales y administrativas de las Mypes encontramos:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o que goce de estabilidad laboral.
- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios es decir son finanzas compartidas.
- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

HIPOTESIS

Según el autor Hernández Fernández y Bautista, (2003) una investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice **por lo tanto no lleva hipótesis.**

III. METODOLOGIA

3.1. Diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de investigación

“La investigación de acuerdo a la técnica de contratación es de tipo descriptiva, Porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables”. **Sánchez Carlessi H. y Reyes Meza C. (2006)** manifiestan que Tiene como objetivo la descripción de los fenómenos a investigar, tal como es y como se manifiesta en el momento (presente) de realizarse el estudio y utiliza la observación como método descriptivo, buscando especificar las propiedades importantes para medir y evaluar aspectos, dimensiones o componentes. Se sitúa en el primer nivel de conocimiento científico. Se incluyen en esta modalidad gran variedad de estudios (estudios correlacionales, de casos, de desarrollo, etc.).

REPRESENTADA

M----- O

Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPEs encuestadas.

O = Observación de las variables: Capacitación y rentabilidad.

3.1.2.- Nivel de Investigación

El nivel es cuantitativa porque se evaluara mediante gráficos y estadísticas, lo cual nos permitirá obtener resultados de los puntos más resaltantes a evaluar. Según Fernández & Díaz (2012) la investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el

estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada.

3.1.3.- Diseño de la investigación

Diseño: “No Experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto”. (Hernández, S., 2010).

3.2.- El universo o población y muestra.

Universo.

Se encuentra conformado por todas las Mypes sector comercio, rubro tiendas de prendas de vestir de la Región de Tumbes.

Población

La población de estudio está conformada por un total de 307 Mypes del sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir las mismas que se encuentran ubicadas en el Distrito de Tumbes, constituyendo la población de 307 personas identificando a los gerentes de cada Mype.

Muestra.

Para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

N = Población

q = Riesgo o nivel de significación (1-p) = 0.10
Z = Representación de Nivel de confianza = 95% = 1.96

p = Probabilidad = 90% = 0.90

e = Error Permitido = 5% = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.90 * 0.10 * 307}{0.05^2(307 - 1) + 1.96 * 0.90 * 0.10}$$

n = 34 Mypes

3.3.- Técnicas e Instrumentos

Dada las variables e indicadores de investigación, para obtener todos los datos de sus dominios y necesarios para contrastarlas; se requerirá aplicar o recurrir a las siguientes técnicas e instrumentos:

Análisis documental:

Utilizaremos como **instrumentos**: fichas textuales y de resumen; recurriendo como **fuentes** a libros e Internet.

Encuesta:

Se aplicará una encuesta elaborado por el investigador la misma que se validará, recurriendo como informantes a los directivos de las MYPEs en estudio en la que utilizaremos como **instrumento** el cuestionario el mismo que ha sido prediseñado, y no modificará el entorno ni controlará el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas

a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

El cuestionario se ha obtenido a partir de la Operacionalización de las variables, utiliza un listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

3.4.- Plan de análisis

La recolección de datos es muy importante en el proceso de investigación ya que de ésta proviene del objeto a investigar; el procesamiento de los datos recolectados a través de una encuesta aplicada a los directivos y/o dueños de las MYPEs Sector Comercio Rubro Tiendas De Prendas de vestir Distrito De Tumbes se realizó utilizando los programas informáticos EXCEL Y WORD 2010.

Para el análisis cuantitativo de los datos se utilizó la estadística descriptiva, presentando los resultados obtenidos de la investigación a través de cuadros estadísticos donde se muestra la distribución de frecuencias absolutas y relativas de las variables en estudio.

Se identificaron los comportamientos que agrupan las declaraciones, posteriormente se analiza la confiabilidad interna de la escala, para determinar de acuerdo a las necesidades de esta investigación

MATRIZ DE INVESTIGACIÓN: COHERENCIA DE ELEMENTOS DE LA ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE TESIS

| TITULO DE LA INVESTIGACION | ENUNCIADO DEL PROBLEMA | OBJETIVO GENERAL | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | METODOLOGÍA |
|--|---|---|---|--|
| Caracterización de la Capacitación y Rentabilidad de las Mypes Sector Comercio Rubro Textil Distrito De Tumbes , 20016 | ¿Cuáles son las características de la capacitación y rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir del distrito de Tumbes, 2016? | Describir las características de la capacitación y rentabilidad de las MYPEs del sector comercio rubro textil en la ciudad de Tumbes, 2016. | Describir las competencias de capacitación de las MYPEs des sector comercio rubro textil en el Distrito de Tumbes , 2016 Describir los métodos de capacitación de las MYPEs des sector comercio rubro textil en el Distrito de Tumbes , 2016 Determinar las estrategias de rentabilidad de las MYPEs del sector comercio rubro textil en el Distrito de Tumbes , 2016 | TIPO: Descriptiva NIVEL: Cuantitativo DISEÑO: No experimental POBLACION: 307 MYPES MUESTRA: 34 Mypes Técnicas Instrumentos Cuestionario |

MATRIZ OPERACIONALIZACION

TITULO: CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TEXTIL DISTRITO DE TUMBES, 2016

| VARIABLES | DEFINICION DE LA VARIABLE | DIMENSIONES | PREGUNTAS |
|---------------------|--|-------------------|--|
| Capacitación | <p>“La capacitación es un proceso educativo a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña”.</p> <p>Helbherth (2006)</p> | Sistemático | 1.- ¿Conoce usted la aplicación de sistemas para proceso productivo? |
| | | | 2.- ¿Abarca usted sistemas de control de tiempos? |
| | | Conocimiento | 3.- ¿cada que tiempo aplica la capacitación para tener mayores resultados? |
| | | | 4.- ¿Qué conocimientos le permite funcionar con mayor efectividad? |
| | | Habilidades | 5.- ¿su personal desarrolla sus labores bajo presión? |
| | | | 6.- ¿sabe utilizar la Pc? |
| | <p>se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas, dentro de la empresa, las habilidades que necesitan para realizar su trabajo, que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo que adopte y generará un valor agregado Vizcarra (2008)</p> | Mejora continua | 7.- ¿conoce y domina procesos de su producto? |
| | | | 8.- ¿su personal administra el tiempo para una mejor producción? |
| | | Formas de trabajo | 9.- ¿El personal es generador de aportes para mejorar los procesos? |
| | | | 10.- ¿El cliente siempre está en primer orden y se es flexible con él? |
| | | Valor agregado | 11.- ¿Cuál es el valor agregado de su empresa para resolver problemas? |
| | | | 12.- ¿El valor agregado hace posible generar más dinero? |

| VARIABLE | DEFINICION DE VARIABLE | DIMENSIONES | PREGUNTAS |
|---------------------|---|-------------|---|
| Rentabilidad | <p>“Es la capacidad que se tiene para generar suficiente utilidad o ganancia logrando el crecimiento económico sometido a constante innovación y mejora de calidad , relación que existe entre las utilidades de una empresa y diversos aspectos de ella”</p> <p>(Arturo Komiya Jose Rigoberto Parada Daza (1988)</p> | Innovación | <p>1.- ¿Diseña productos de oportunidades?</p> <p>2.-¿El personal desarrolla sus actividades por convicción</p> |
| | | Utilidad | <p>3.- ¿El volumen de ventas es clave para su utilidad?</p> <p>4.- ¿Establece volumen unitario para el margen de utilidad?</p> |
| | | Calidad | <p>5.- ¿La calidad cubre los deseos de su público objetivo?</p> <p>6.- ¿Qué tipo de dialogo tienen con su público sobre calidad de su producto?</p> |

PRINCIPIOS ETICOS:

El presente trabajo tiene como finalidad demostrar los efectos que produce la propuesta en “determinar la caracterización de la capacitación y la rentabilidad de las MYPES” utilizando el enfoque colaborativo mediante la utilización de cuestionarios y encuestas que nos dan un resultado obtenido que no serán manipulados respetando las opiniones de los participantes en el trabajo de investigación, así mismo se respetara el derecho de autor de los textos utilizados en el desarrollo de la investigación ya que la investigación ofrece un acercamiento teórico, conceptual de la “caracterización de la capacitación rentabilidad de las MYPES” además se respetara el proceso metodológico en el que se sustentara la investigación y el análisis de los resultados planteamos el objetivo de Determinar las características de la capacitación y rentabilidad de las MYPES y trabajo.se propone como una propuesta en la mejora del proceso .

PREGUNTA

IV. RESULTADOS

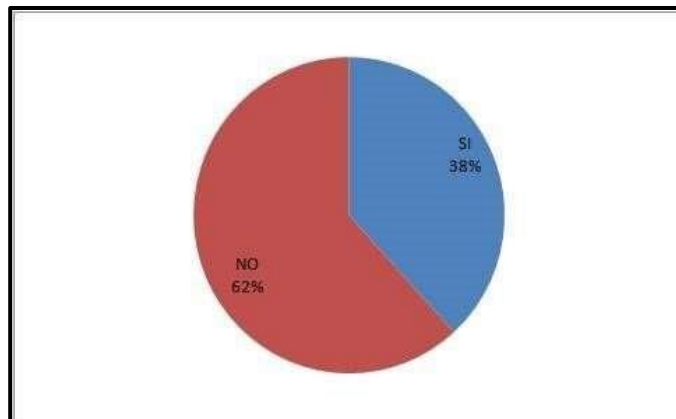
CAPACITACION

1.- ¿Conoce usted la aplicación de sistemas para proceso productivo?

| Escala | Frecuencias | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Si | 13 | 38% |
| No | 21 | 62% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

FIGURA N 01



Fuente: Encuesta

realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 62% no conocen de la aplicación de sistemas para el proceso productivo y el 38% responde que sí. **N 02**

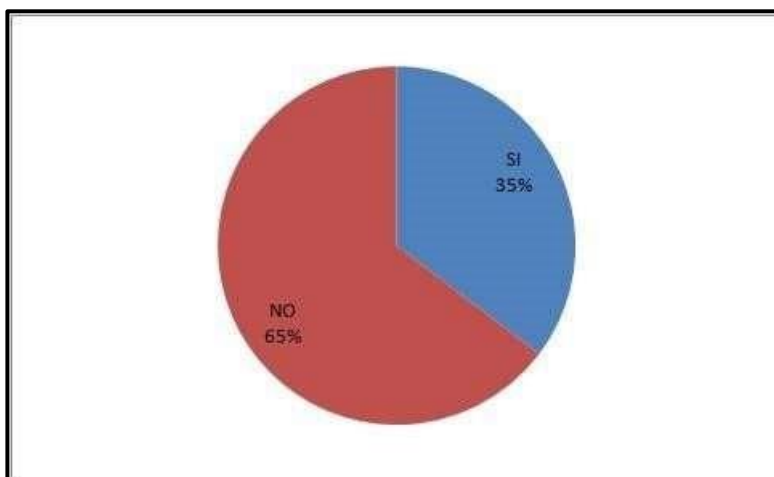
2.- ¿Abarca usted sistemas de control de tiempos?

65

| Escala | Frecuencias | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Si | 12 | 35% |
| No | 22 | 65% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 02



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 65% no abarca los sistemas de control de sus tiempos y el 35% responde que si.

PREGUNTA

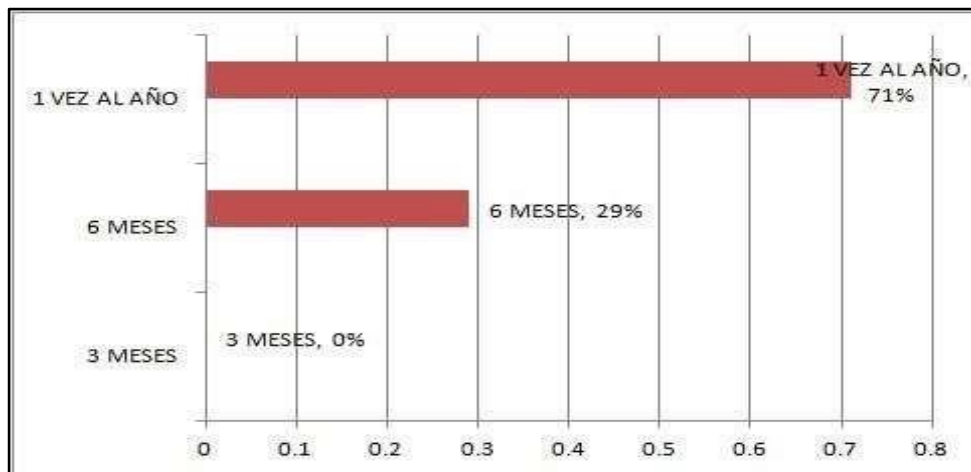
N 03

3.- ¿Cada qué tiempo aplica la capacitación para tener mayores resultados?

| ESCALAS | FRECUENCIAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Cada 3 meses | | 0% |
| Cada 6 meses | 10 | 29% |
| 1 vez al año | 24 | 71% |
| TOTAL | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 03



PREGUNTA

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 71% aplican la capacitación una vez al año para tener mayores resultados y los otros 29% cada seis meses. **N 04**

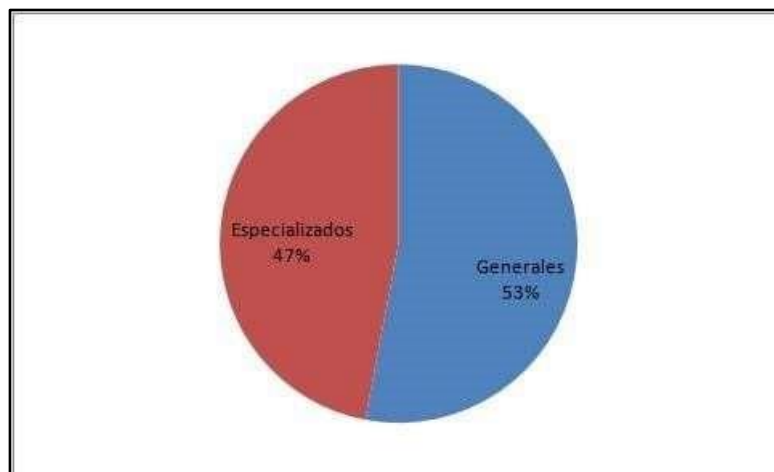
4.- ¿Qué conocimientos le permite funcionar con mayor efectividad?

| Escala | Frecuencias | % |
|----------------|-------------|-------------|
| Generales | 18 | 53% |
| Especializados | 16 | 47% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 04

PREGUNTA



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 53% respondió que utilizan conocimientos generales para poder funcionar con efectividad y el otro 47% utilizan conocimientos especializados.

N 05

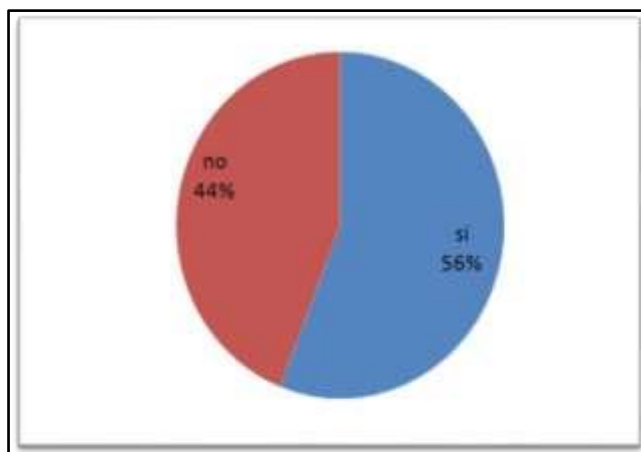
5.- ¿Su personal desarrolla sus labores bajo presión?

| Escala | Frecuencias | % |
|--------------|-------------|-------------|
| SI | 19 | 56% |
| NO | 15 | 44% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

PREGUNTA

GRAFICO N 05



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 56% desarrollan sus labores bajo presión y el 44% respondieron que no.

N 06

6.- ¿sabe utilizar la Pc?

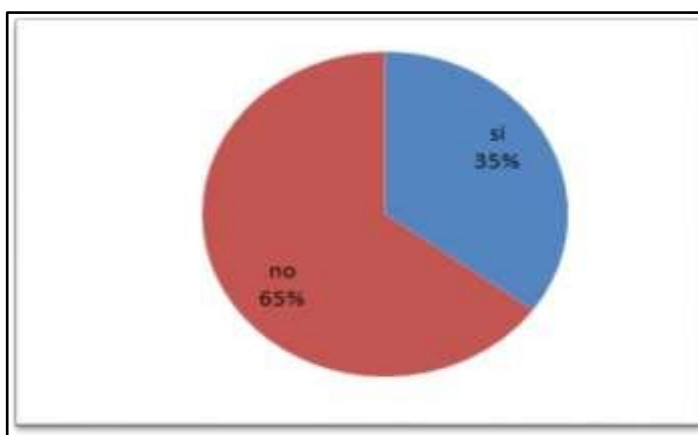
| Escala | Frecuencias | % |
|--------|-------------|-----|
| Si | 12 | 35% |
| No | 22 | 65% |

PREGUNTA

| | | |
|--------------|-----------|-------------|
| Total | 34 | 100% |
|--------------|-----------|-------------|

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 06



realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Fuente: Encuesta

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 62% no conocen de la aplicación de sistemas para el proceso productivo y el 38% responde que si.

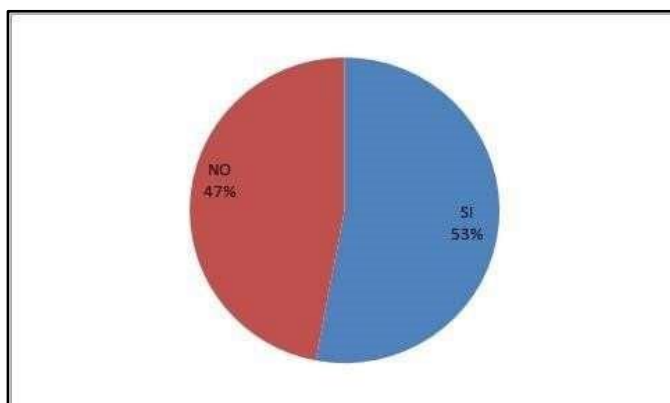
PREGUNTA N 07

7.- ¿conoce y domina procesos de su producto?

| Escala | Frecuencias | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Si | 18 | 53% |
| No | 16 | 47% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 07



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

PREGUNTA

De los 34 encuestados (as), el 53% conocen y domina los procesos de su producto y el 47% respondió que no.

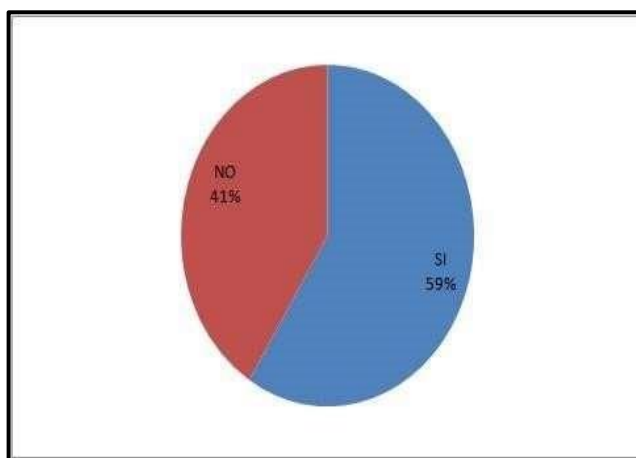
N 08

8.- ¿su personal administra el tiempo para una mejor producción?

| Escala | Frecuencias | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Si | 20 | 59% |
| No | 14 | 41% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 08



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

PREGUNTA

De los 34 encuestados (as), el 59% afirma que su personal sabe administrar el tiempo para una mejor producción y el 47% respondió que no.

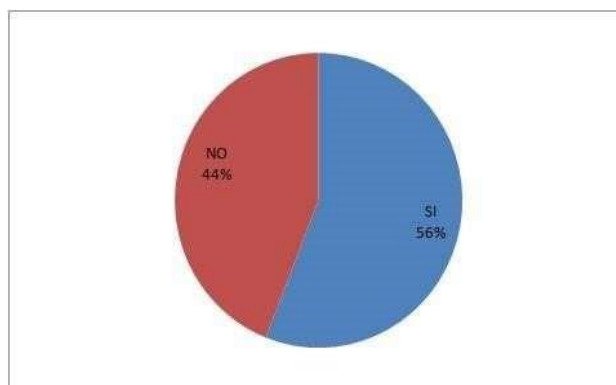
N 09

9.- ¿El personal es generador de aportes para mejorar los procesos?

| Escala | Frecuencias | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Si | 19 | 56% |
| No | 15 | 44% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 09



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

PREGUNTA

De los 34 encuestados (as), el 56% conoce que su personal general aporta para mejorar los procesos y el 44% respondió que no.

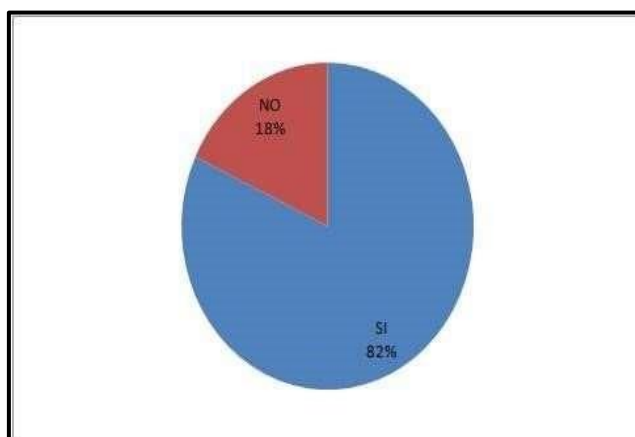
N 10

10.- ¿El cliente siempre está en primer orden y se es flexible con él?

| Escala | Frecuencias | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Si | 28 | 82% |
| No | 4 | 18% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 10



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

PREGUNTA

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 82% afirma que el cliente siempre esta en primer orden y el 18% respondió que no.

N 11

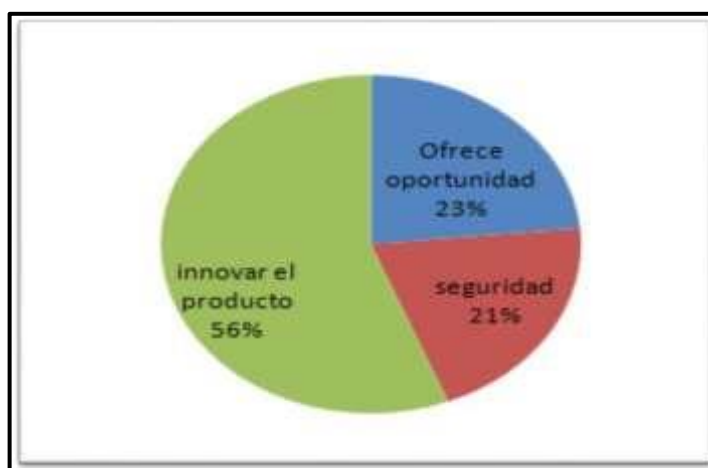
11.- ¿Cuál es el valor agregado de su empresa para resolver problemas?

| ESCALA | FRECUENCIAS | % |
|---------------------|-------------|-------------|
| Ofrece oportunidad | 8 | 23.50% |
| Seguridad | 7 | 20.50 |
| Innovar el producto | 19 | 56% |
| TOTAL | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 11

PREGUNTA



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 56% respondió que el valor agregado de su empresa para solucionar problemas es innovar el producto y el 23% ofrece oportunidad y el otro 21% ofrece seguridad.

N 12

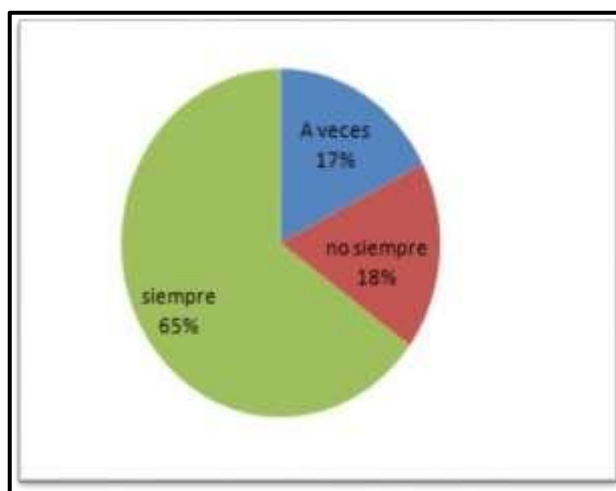
12.-¿El valor agregado hace posible generar más dinero?

| ESCALA | FRECUENCIAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| A VECES | 6 | 17.50% |
| NO SIEMPRE | 6 | 17.50% |
| SIEMPRE | 22 | 65% |
| TOTAL | 34 | 100% |

PREGUNTA

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 12



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 65% respondió que el valor agregado siempre genera más dinero y el 18 % no siempre y el otro 17% a veces

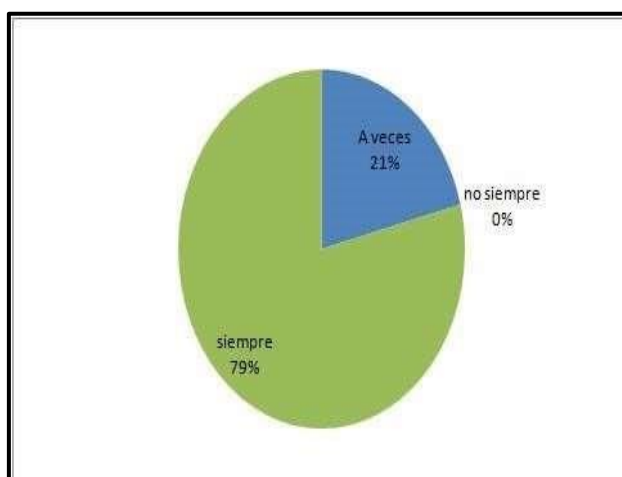
RENTABILIDAD

13.- ¿Diseña productos de oportunidades?

| ESCALA | FRECUENCIAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| A VECES | 7 | 21% |
| NO SIEMPRE | 0 | 0% |
| SIEMPRE | 27 | 79% |
| TOTAL | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 13



Fuente: Encuesta

realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 79% respondió que siempre diseña productos de oportunidades y el otro 21% que a veces.

N 14

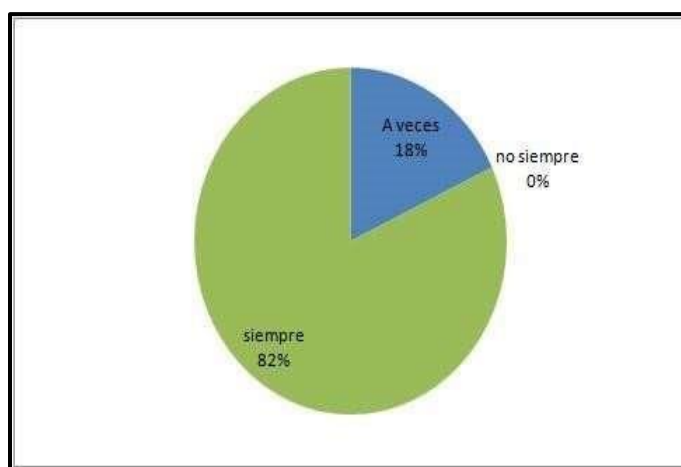
14.-¿El personal desarrolla sus actividades por convicción

| ESCALA | FRECUENCIAS | % |
|--------|-------------|---|
|--------|-------------|---|

| | | |
|--------------|-----------|-------------|
| A VECES | 6 | 18% |
| NO SIEMPRE | 0 | 0% |
| SIEMPRE | 28 | 82% |
| TOTAL | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 14



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 82 % respondió que personal desarrolla sus actividades por convicción y el otro 18% a veces.

PREGUNTA

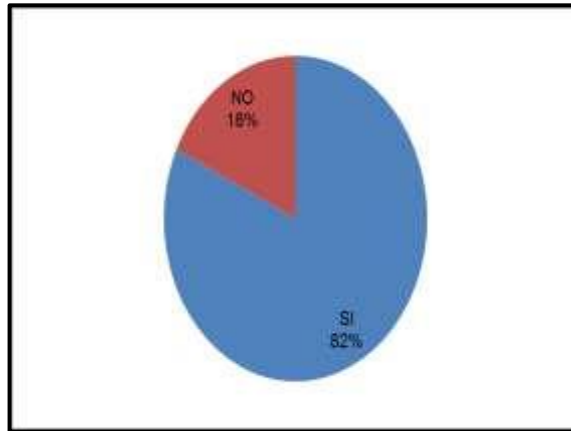
PREGUNTA 15

15.- ¿El volumen de ventas es clave para su utilidad?

| Escala | Frecuencias | % |
|--------|-------------|------|
| Si | 34 | 100% |

GRAFICO N 15

Fuente: Encuesta realizado Mypes sector comercio



a Directivos y/o Dueños de rubro tiendas de prendas de

De

los 34 encuestados (as),

No

0

0%

Total

34

100%

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

vestir

Interpretación:

el 100% el volumen de ventas es clave para su utilidad

respondió que el

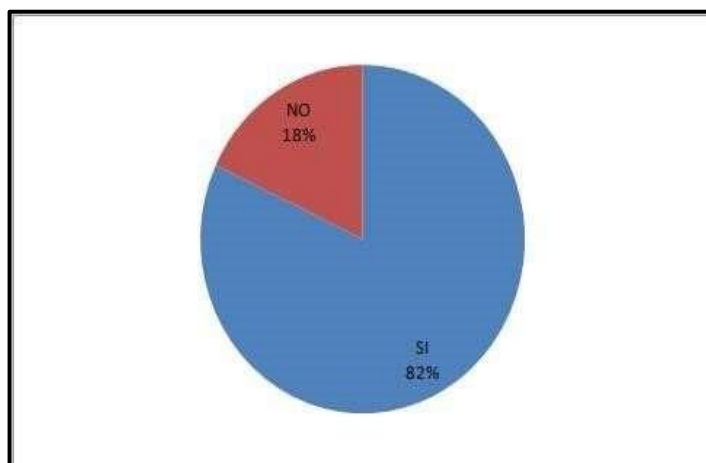
N 16

16.- ¿Establece volumen unitario para el margen de utilidad?

| Escala | Frecuencias | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Si | 28 | 82% |
| No | 6 | 18% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 16



Fuente: Encuesta

realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 82% respondió que si establecen un volumen unitario para su margen de utilidad y el otro 18% que no .

PREGUNTA 17

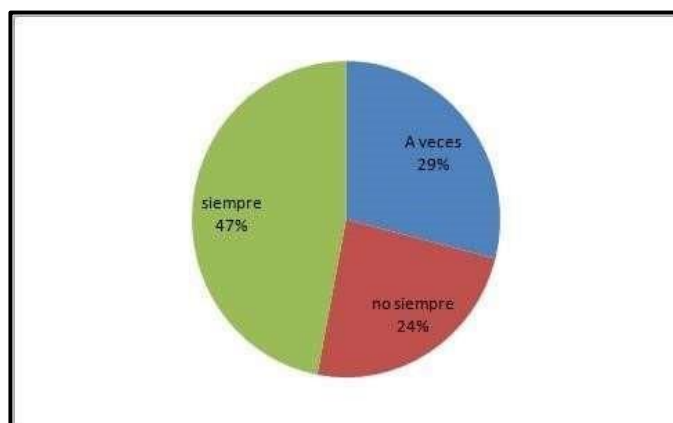
17.- ¿La calidad cubre los deseos de su público objetivo?

| ESCALA | FRECUENCIAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| A VECES | 10 | 29% |
| NO SIEMPRE | 8 | 24% |
| SIEMPRE | 16 | 47% |
| TOTAL | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

PREGUNTA

GRAFICO N 17



Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 47% respondió que siempre la calidad cubre los deseos de su público objetivo y el 29% dice a a veces y el otro 24% no siempre.

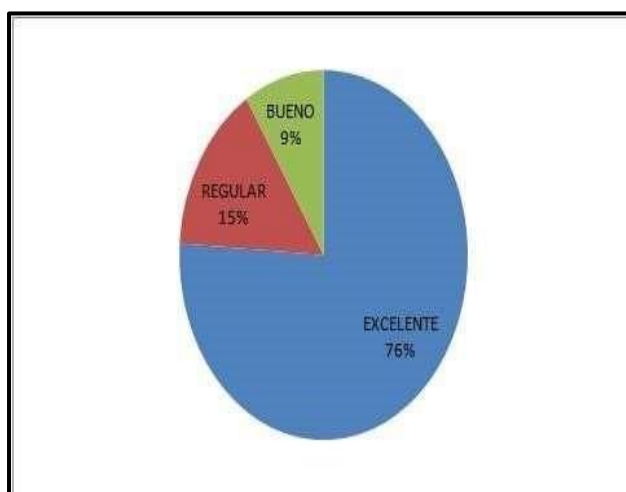
PREGUNTA N 18

18.- ¿Qué tipo de dialogo tienen con su público sobre calidad de su producto?

| ESCALA | FRECUENCIAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| EXCELENTE | 26 | 76% |
| REGULAR | 5 | 15% |
| BUENO | 3 | 9% |
| TOTAL | 34 | 100% |

Fuente: Encuesta realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

GRAFICO N 18



Fuente: Encuesta

realizado a Directivos y/o Dueños de Mypes sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir

Interpretación:

De los 34 encuestados (as), el 76% respondió que tienen un excelente dialogo con su público sobre la calidad de su producto y el 15% es regular y el otro 9% dijo que era bueno.

4.2. Análisis de Resultado

Tal como se definieron en el marco teórico de este trabajo, las variables de las caracterización de la capacitación y rentabilidad en las MYPES del rubro textil Distrito Tumbes, por ello se les formuló a las unidades investigativas 2 instrumentos, de los cuales observamos en el gráfico N° 01, Que el 62% no conocen de la aplicación de sistemas para el proceso productivo y el 38% respondió que si. Observamos en el gráfico N° 02; Que el 65% no abarca los sistemas de control de sus tiempos y el 35% responde que si. Observamos en el gráfico N° 03, Que el 71% aplican la capacitación una vez al año para tener mayores resultados y los otros 29% cada seis meses. Observamos en el gráfico N° 04, Que el 53% respondió que utilizan conocimientos generales para poder funcionar con efectividad y el otro 47% utilizan conocimientos especializados. Observamos en el gráfico N° 05, Que el

56% desarrollan sus labores bajo presión y el 44% respondieron que no. Observamos en el gráfico N° 06, Que el 62% no conocen de la aplicación de sistemas para el proceso productivo y el 38% respondes que sí. Como dice Gonzales (2007) la capacitación es un plan que se elabora incluyendo temas y procesos en los que los empleados necesitan instrucción para mejorar su desempeño. Observamos en el gráfico N° 07, Que el 53% conocen y domina los procesos de su producto y el 47% respondió que no. Observamos en el gráfico N° 08, Que el 59% afirma que su personal sabe administrar el tiempo para una mejor producción y el 47% respondió que no. Observamos en el gráfico N° 09,Que el 56% conoce que su personal general aportes para mejorar los procesos y el 44% respondió que no. Observamos en el gráfico N° 10, Que el 82% afirma que el cliente siempre está en primer orden y el 18% respondió que no. Observamos en el gráfico N° 11, Que el 56% respondió que el valor agregado de su empresa para solucionar problemas es innovar el producto y el 23% ofrece oportunidad y el otro 21% ofrece seguridad Observamos en el gráfico N° 12, Que el 65% respondió que el valor agregado siempre genera más dinero y el 18 % no siempre y el otro 17% a veces. Flores (2007) “considera que la capacitación del empleado consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro, aumentando su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos y actitudes”. Observamos en el gráfico N° 13, Que el 79% respondió que siempre diseña productos de oportunidades y el otro 21% que a veces. Observamos en el gráfico N° 14, Que el 82 % respondió que personal desarrolla sus actividades por convicción y el otro 18% a veces. Observamos en el gráfico N° 15,Que el 100% respondió que el volumen de ventas es clave para su utilidad Observamos en el gráfico N° 16 ,Que 82% respondió que si establecen un volumen unitario para su margen de utilidad y el otro 18% que no . Observamos en el gráfico N° 17,Que el 47% respondió que siempre la calidad cubre los deseos de su

público objetivo y el 29% dice a a veces y el otro 24% no siempre. Observamos en el gráfico N° 18, Que el 76% respondió que tienen un excelente dialogo con su público sobre la calidad de su producto y el 15% es regular y el otro 9% dijo que era bueno. Gonzales(2002)La rentabilidad es un factor esencial para la supervivencia de las Mypes a largo plazo , posibilita evaluar a partir de valores reales obtenidos de una estrategia y mejora de calidad implementadas y a efectuar por tanto ,se pone en una posición competitiva de una organización .

V. CONCLUSIONES GENERALES

Respecto a la capacitación se concluyó que la gran mayoría de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir del Distrito de Tumbes tienen una Falta de cultura para capacitarse y existe a la vez Carencia de capacitación, es decir que no le toman interés o importancia por capacitación.

Así mismo con respecto a los métodos y competencias desconocen que existen para efectuar una correcta capacitación De esta manera también observamos que no se encuentran presentes las Organizaciones comprometidas en el desarrollo de las MYPES así tenemos como el Ministerio de Industrias, Adex, Crecemypes, y otros que deberían efectuar mayores cursos de emprendimiento.

Con relación a las estrategias, nos indica que la capacitación de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de prendas de vestir del Distrito de Tumbes tiene una estrecha relación con respecto a la rentabilidad, dado que según el estudio los mismos propietarios de las Mypes confirman esta aceptación. La capacitación son todos “los métodos que se usan para proporcionar a las personas, dentro de la empresa, las habilidades que necesitan para realizar su trabajo que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo”. “Al empresario de la Micro y Pequeña Empresa le falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para

los que ya están en este camino empresarial, pues requieren de información y conocimiento a través de la capacitación, para el mejor manejo de su negocio. Como consecuencia expandirían su mercado generando más trabajo a su personal y por lo tanto se reflejaría en el incremento de su rentabilidad". **Vizacarra (2008)**

5.1. Recomendaciones

A las Organizaciones tanto públicas como privadas del Distrito de Tumbes comprometidas en el desarrollo de las Mypes realizar un trabajo de Concientización sobre la importancia de la capacitación como un proceso de mejora para su Microempresa generando de esta manera más trabajo y rentabilidad para su negocio.

Sensibilizar a los propietarios de las MYPEs que la capacitación no es un gasto sino más bien una inversión que se vería reflejado en el crecimiento de sus utilidades.

Darle importancia necesaria a la capacitación; ya que la misma daría como resultado que tanto los propietarios de las MYPEs y sus trabajadores sean eficientes, eficaces y por lo tanto como consecuencia obtendríamos organizaciones con mayores índices de rentabilidad.

Las MYPEs deben comprender que para mantenerse vigente en el mercado deben tener capacitado a todo su personal; ya que en el ámbito empresarial sobrevive la MYPEs que logre adaptarse a los nuevos cambios y por ende obtener lo más deseado que es la rentabilidad.

La capacitación es un factor importante que inciden en la rentabilidad entendida a esta como un proceso mediante el cual generan mayores ingresos en forma eficiente para recuperar la inversión en el menor tiempo posible en consecuencia un recurso humano capacitado asegura a la MYPEs incremento su productividad, competitividad y como efecto la Rentabilidad.

5.2. Aspectos Complementarios

5.2.1. Caracterización de la capacitación

Puede señalarse que, la capacitación, debidamente organizada, constituye una vía para canalizar ideas y soluciones hacia el primer nivel de dirección a través de proyectos concretos referidos a temas de la empresa o del entorno, que afectan su desempeño.

Un primer elemento a considerar es que el sujeto al sentir que le brinda la posibilidad de superarse eleva el sentido de pertenencia a la entidad, pues aprecia que este esfuerzo empresarial le permite mejorar su desempeño y progresar en ésta, al mismo tiempo que crece como ser humano, lo cual es una justa y necesaria aspiración. Por otra parte, en el orden práctico, incrementa sus potencialidades en el mercado de trabajo, caso que decida laborar en otra institución, alternativa ésta siempre presente y que representa un riesgo para el empresario, pero que está obligado a asumir y, por tanto, valorar lo más acertadamente.

Por otra parte, las actividades de capacitación adicionalmente a la difusión de conocimiento, fomentan las relaciones entre los miembros de la entidad, lo cual tiene como valor agregado una mayor fluidez en el desarrollo del trabajo, ya que contribuye a mejorar la comunicación, en términos de reducción de las barreras que genera la escasa o nula relación directa entre los miembros de la organización favorecida por las tecnologías modernas.

Requisitos para un sistema de capacitación

- 1. Proporcionar los conocimientos que contribuyan a mejorar el desempeño** a través del dominio en profundidad de la actividad, de las herramientas de trabajo y las características de la empresa, con lo cual se convierte en un mecanismo de preparación de potenciales directivos. No

obstante, no debe olvidarse **que «quién más sabe no es quién mejor dirige, pero sí el que puede brindar la asesoría más certera».**

2. **la Amplitud de Visión**, expresa la necesidad de eliminar la tendencia común de los programas de capacitación, que en términos tradicionales, sólo se dirigen hacia aquellos aspectos específicos que tienen que ver con la actividad directa del sujeto y el perfil empresarial. En otros términos, la capacitación no debe ser una **«camisa de fuerza»** que limite el acceso del sujeto a conocimientos indirectos, pues debe recordarse que **«mientras más universal es la preparación del hombre mayor será su profundidad de análisis y más abarcadoras sus valoraciones»**, al aportar un mayor valor agregado al capital humano de la empresa, sin perder de vista, por supuesto, el adecuado balance que impone el incremento en los costos que puede tener asociado este enfoque, y, por tanto, PUEDE convertirse en un lastre financiero para la empresa.
3. Debe garantizar la **«Incorporación creativa de todas las modalidades de capacitación aplicables a una entidad concreta»**. Nótese el subrayado de la palabra creativa, pues es una premisa para alcanzar la motivación y como consecuencia de ésta una participación activa en el mismo de los miembros de la organización

Indicadores para medir la Capacitación

a. Reacciones

¿Alcanzó sus metas de aprendizaje con este programa?

¿Qué sugeriría para mejorar el programa?

¿Piensa que la institución debe seguir ofreciéndolo?.

b. Aprendizajes

Evaluaciones de salida: dominio de contenidos

Pre y post test

c. Comportamiento

Nivel de desempeño.

La aplicación efectiva de la competencia aprendida según requerimientos del puesto.

Enfocarse en los principios generales, establecer un clima para la transferencia (reforzar) y proporcionar a los empleados estrategias para transferir (apoyar).

d. Resultados

Alcanzar los resultados proyectados.

Aumento de la productividad.

Menos quejas de los empleados y usuarios.

Mejores índices en la evaluación del desempeño.

Reducción de costos y desperdicio.

La combinación de éstas medidas provee una base para medir el retorno de la inversión del programa de capacitación, la cual ayuda a identificar las áreas de mejora.

5.2.2. Caracterización de la Rentabilidad.

Según Arturo Komiya, La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando

genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Pero una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.

Harry Markowitz, el autor partió de la premisa de que, a partir de la observación y de la experiencia, se pueden establecer expectativas relevantes acerca de los rendimientos futuros que puede ofrecer una determinada inversión. Por esto, el análisis de la rentabilidad de una cartera comienza con el estudio de las inversiones individuales que la conforman para, posteriormente y a partir de los convenientes desarrollos, terminar con la formación de una determinada cartera que el decisor financiero pueda considerar como óptima.

Referencias Bibliográficas.

1. Arias, Fernando. (1973). Administración de recursos humanos, México, Trillas.
2. Albújar Cruz Haydeé, Janampa Mateo Luis, Renato Odar Juan, Zagaceta, Osorio Frohlich María del Carmen. (2008). Sistema Nacional de Capacitación para la Mype Peruana. Lima Universidad ESAN, 130 p. (serie Gerencia para el Desarrollo 2)
3. Bach. Rengifo Silva, Jefferson. (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-provincia de Coronel Portillo, periodo 2009 2010. Extraído el 07 de mayo, 2014, de:
4. Barreiro, J. (2003). Gestión Científica. Temas de investigación Actuales. Primera edición. Editorial Netbiblio. España.
5. Becker. (1964). Capital Humano.
6. Bonache, J. & Cabrera, A. (2002). *Dirección estratégica de personas*. Madrid: Financial Times Prentice Hall.
7. Cillóniz, F. (2008). Gerenciando una Mype
8. Capacitación y Adiestramiento. Extraído el 5 de junio, 2014, de:
9. Capacitación del Recurso Humano

11. Drucker, P. F. (2001). La Gerencia. Tareas, responsabilidades y prácticas. El ateneo.
12. Dessler. (1996). Administración de personal, México, Prentice Hall.
13. Ferruz L. (2000) La rentabilidad y el riesgo
14. Guzmán, Isaac. (1966). Problemas de la administración, México, Limusa.
15. Haydeé Albújar, Luis Janampa, Renato Odar & María del Carmen Osorio. Edición no venal 2008,130 págs. Serie Gerencia para el Desarrollo 2.
16. Luis Otmaro, Castro Vargas. (2013). Diseño de un Modelo de Auditoría interna para la gestión del Talento Humano en la Administración Pública de la Esma “Cosme Rennella b” Cantón salinas Provincia de Santa Elena año 2013. Extraído el 10 de mayo, 2014, de:
17. Proyecto USAID / PERU / MYPE Competitiva. Extraído el 03 de Julio, 2014, <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/COMPETITIVIDAD.pdfde>
18. Pain Abrahan. (2005). Capacitación Laboral, Editorial Ediciones Novedades Educativas
19. Parada Daza José Rigoberto. (1998). Rentabilidad Empresarial, Editorial Universidad de Concepción.
- 20.- Reporte de Información de Cofide sobre Mypes que obtienen ganancias en sus negocios
- 21.-Renzo Herbert, Domínguez Paulini & Br. Freddy Manuel Sánchez Llerena. (2013). Relación entre la rotación de personal, la Productividad y Rentabilidad de la Empresa Cotton Textil S.A.A. – Planta Trujillo 2013. Extraído el 20 de mayo, 2014,

- 22.- Romero Tapia Ingrid del Pilar. (2012). El Financiamiento en la capacitación del personal de las MYPEs del sector servicio -rubro Restaurantes Cevicherías, ciudad de Piura año 2012. Extraído el 20 de Junio, 2014.
- 23.- Reza, Carlos. (1995). Cómo diagnosticar las necesidades de capacitación en las organizaciones, México, Panorama.
- 24.- Rodríguez, Mauro & Patricia Ramírez. (1991), Administración de la Capacitación, México, McGraw Hill.
- 25.- Reporte del Banco Mundial sobre el emprendimiento en América Latina.
Extraído el 02 de Julio, 2014, de <http://elcomercio.pe/economia/peru/65-todas-empresas-peru-son-informales-noticia-1720484>
- 26.- Rentabilidad en los Negocios. Extraído el 15 de mayo, 2014, de:
<http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>
- 27.- Renta Fija y Renta Variable. Extraído el 16 de mayo, 2014, de:
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>
- 28.-Stevens. (1994). Condiciones de Competencia.
- 29.- Sutton C. (2011) Capacitación del personal. Argentina, extraído el 01 de mayo, 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos16/capacitacionpersonal/capacitacion-personal.shtml>.
30. Vázquez Garatachea Enrique. Gestión Estratégica, extraído el 05 de abril, 2014 de <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc14.htm>
31. Vizacarra Reyna Nilda. Mundo Mype, extraído el 10 de abril, 2014, de <http://www.mundomype.com>
- 32.-Chiavenato (1993). define la capacitación como: Un proceso educativo por medio del cual las personas adquieren conocimientos.
- 33.-Pineda (2001). Factores asociados a la capacitación y la motivación para el trabajo en tres organizaciones diferentes”.
- 34.- Dessler (2001). Los programas de capacitación son un instrumento de planificación.

ANEXOS

Si () **No** ()

3.- ¿cada que tiempo aplica la capacitación para tener mayores resultados?

a) Cada 3 meses () **b) cada 6 meses** ()

c) 1 vez al año () **d) Nunca** ()

4.- ¿Qué conocimientos le permite funcionar con mayor efectividad?

a) Generales () **b) Especializados** ()

5.- ¿Su personal desarrolla sus labores bajo presión?

a) SI () **b) NO** ()

6.- ¿sabe utilizar la Pc?

Si () **No** ()

7.- ¿conoce y domina procesos de su producto?

Si () **No** ()

8.- ¿su personal administra el tiempo para una mejor producción?

Si () **No** ()

9.- ¿El personal es generador de aportes para mejorar los procesos?

Si () **No** ()

10.- ¿El cliente siempre está en primer orden y se es flexible con él?

Si () No ()

11.- ¿Cuál es el valor agregado de su empresa para resolver problemas?

a) Ofrece oportunidad () b) seguridad ()
c) Innovar del producto ()

12.-¿El valor agregado hace posible generar más dinero?

a) A veces () b) No siempre () c) Siempre ()

RENTABILIDAD

1.- ¿Diseña productos de oportunidades?

a) A veces () b) Nunca ()
c) Siempre () d) Casi Nunca ()

2.-¿El personal desarrolla sus actividades por convicción

a) A veces () b) No siempre () c) Siempre ()

3.- ¿El volumen de ventas es clave para su utilidad?

Si () No ()

4.- ¿Establece volumen unitario para el margen de utilidad?

Si () No ()

5.- ¿La calidad cubre los deseos de su público objetivo?

a) A veces () b) No siempre () c) Siempre ()

6.- ¿Qué tipo de dialogo tienen con su público sobre calidad de su producto?

a) Regular ()

c) Bueno ()

d) Excelente ()

AN

EXO N° 02

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| | Actividades | TIEMPO (Semanas) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|------------------|---|---|---|---|------|---|---|---|----|-------|----|----|----|-------|----|---|---|
| | | ABRIL | | | | | MAYO | | | | | JUNIO | | | | JULIO | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | | |
| 1 | Planteamiento del problema, objetivos y justificación | x | x | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Construcción del marco teórico, conceptual. | | | x | x | x | x | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Formulación de hipótesis y marco metodológico | | | | | | | x | x | | | | | | | | | | |
| 4 | Elaboración y prueba de instrumentos. | | | | | | | | | x | | | | | | | | | |
| 5 | Aplicación de encuestas. | | | | | | | | | | x | | | | | | | | |
| 6 | Tabulación de los datos (encuestas). | | | | | | | | | | | x | | | | | | | |
| 7 | Análisis de resultados | | | | | | | | | | | | x | | | | | | |
| 8 | Formulación de conclusiones y recomendaciones | | | | | | | | | | | | | x | | | | | |
| 9 | Redacción del informe | | | | | | | | | | | | | | | | x | | |
| 10 | Presentación del informe | | | | | | | | | | | | | | | | | x | |
| 11 | Sustentación del informe del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | x |

AN

Leyenda:

Elaboración del proyecto.

Ejecución de la investigación.

EXO N° 03

Elaboración del informe final.

PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

| Partidas | Costo unitario (S/.) | Total (S/.) |
|---|-----------------------------|--------------------|
| 1. COMPRAS DE MATERIAL DIDÁCTICO | | |
| | 250.00 | 335.00 |
| Libros | 50.00 | |
| Revistas | | |
| Periódicos | 35.00 | 111.00 |
| 02. BIENES | | |
| | 40.00 | 588.00 |
| Papel | 40.00 | |
| CDs, USB | 3.00 | |
| Lapiceros | 28.00 | |
| Calculadora | | |
| | 70.00 | |
| | 110.00 | |
| 03. SERVICIOS | 130.00 | |
| Fotocopias | | |
| Internet | 250.00 | |
| Impresiones | 28.00 | |
| Pasajes | | |

AN

| | | |
|---------------|--|--|
| Tiempo | | |
|---------------|--|--|

TOTAL S/. :

1034.00

EXO N° 04

Foto realizando una encuesta a un gerente y/o administrador de una Mype del



sector textil en el Distrito De Tumbes

Foto realizando una encuesta a un propietaria de una Mype del sector textil en
AN

el Distrito De Tumbes



