



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES
DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOSPEDAJES DE LA
URBANIZACIÓN JORGE CHÁVEZ, DEL
DISTRITO DE CALLAO, LIMA 2018

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

AUTORA:

HAYDEE IRENE CALLUPE INCHE

ASESOR:

MG. LIC. ADM. SIMÓN POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2019

I. TÍTULO

Capacitación y Competitividad en las Mypes del sector servicio - rubro hospedajes
de La Urbanización Jorge Chávez, del Distrito de Callao, Lima 2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
DAR

Lic. Adm. Victor Hugo Espinosa Otoyá
Miembro

Mg. Juan Pablo Meza de los Santos
Miembro

Mg. Simón Poma Anccasi
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por su infinito amor y misericordia al permitirme seguir con la gracia de la vida, salud y fuerza para poder realizar mi anhelado sueño y una de las metas. Así mismo a la memoria de mi padre por contar siempre con su apoyo, a mi madrecita y mis queridas hermanas de mi congregación.

DEDICATORIA

Al coordinador de carrera por su apoyo y paciencia, al asesor por su constancia y motivación, a mis profesores que me ayudaron a cumplir con este objetivo brindándome sus conocimientos con entusiasmo, a mis compañeros por la acogida, empatía y alegría que hicieron más amena esta experiencia de estudios universitarios

RESUMEN

La investigación propuesta, responde al título de: Capacitación y Competitividad en las Mypes del sector servicio - rubro hospedajes de La Urbanización Jorge Chávez, del Distrito de Callao, Lima 2018, con el objetivo de determinar las principales características de la capacitación y la competitividad en las Mypes del sector servicio, rubro hospedajes de la Urbanización Jorge Chávez, del Distrito del Callao, 2018. La importancia del estudio recae en el reconocimiento e intenta de determinar si las Mypes del sector se han admitido en la gran parte a la formalización e investigar aquellas que a un no están, identificadas que se estaría impidiendo a los emprendedores dar paso a esta posibilidad de crecimiento de su servicio. El estudio de enfoque cuantitativa, según Villegas et. al. (2017) . La investigación es de nivel descriptiva – correlacional. El diseño de la investigación corresponde a no experimental – transversal. La población corresponde a los Hospedajes de la Urbanización Jorge Chávez, del Distrito de Callao.

Palabras clave: *Capacitación - Competitividad - Mypes – Hospedajes.*

SUMMARY

The proposed research, answer to the title of: Training and Competitiveness in the Mypes of the service sector - lodging sector of the Urbanization Jorge Chávez, District of Callao, Lima 2018, with the objective of determining the main characteristics of the training and competitiveness in the mypes of the service sector, lodging category of the urbanization Jorge Chávez, of the District of Callao, 2018. The importance of the study lies in the recognition and the attempt to determine if the mypes of the sector have been admitted in the great part to the formalization and information. that to one they are not, the identified ones that are preventing the entrepreneurs to give way to this possibility of growth of their service. The study of quantitative approach, according to Villegas et. Alabama. (2017). The investigation is descriptive level - correlational. The design of the research corresponds to a non-experimental - transversal. The population corresponds to the Lodgings of the Urbanization Jorge Chávez, of the District of Callao.

Keywords: *Training - Competitiveness - Mypes - Lodgings.*

CONTENIDO

TITULO DE LA TESIS.....	i
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento de la Investigación.....	2
1.1.1 Caracterización del Problema.....	2
1.1.2 Enunciado del Problema.....	4
1.2 Objetivos de la Investigación.....	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 Justificación de la Investigación.....	6
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
2.1 Antecedentes.....	8
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	8
2.1.2 Antecedentes Nacionales.....	11
2.1.3. Antecedentes Locales.....	12
2.2 Bases Teóricas de la Investigación.....	15

2.2.1 Definición de Capacitación.....	15
2.2.2 objetivo de la capacitacion.....	15
2.2.2.1 Tipos de Capacitación.....	16
2.2.2.2 Niveles de Capacitación	17
2.2.2.3 Ciclo de Capacitación	18
2.2.3 Detección de las necesidades de la capacitación.....	19
2.2.4. Planificación de la capacitación.....	20
2.2.5. Formulación de los objetivos de la capacitación.....	21
2.2.6. Alcance de la capacitación.....	23
2.2.7. Definición de competitividad.....	24
2.2.8. <i>Factores que determinan la competitividad</i>	24
2.2.9. Servicio de Hospedaje.....	26
2.2.9.1. Diferencia entre los conceptos de hotel, hospedaje y albergue.....	29
III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
4.1 Diseño de Investigación.....	30
4.1.1 Tipo de investigación.....	30
4.1.2 Nivel de investigación.....	30
4.2 Población y muestra.....	31
4.2.1 Población.....	31
4.2.2 Muestra.....	31
4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	34
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
4.5 Plan de análisis.....	35
4.6 Matriz de Consistencia.....	37
4.7 Principios Éticos.....	38

IV. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN	39
5.1 Resultados.....	40
5.2 Análisis de resultados.....	60
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
6.1 Conclusiones de la investigación.....	64
6.2 Recomendaciones.....	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
ANEXOS.....	69
Anexo 1 Directorio.....	70
Anexo 2 Encuesta.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Capacitación a personal</i>	39
Tabla 2: <i>Relación compañeros</i>	40
Tabla 3: <i>Nivel de concentración</i>	41
Tabla 4: <i>Cualidades acorde empresa</i>	42
Tabla 5: <i>Capacitación a personal</i>	43
Tabla 6: <i>Relación compañeros</i>	44
Tabla 7: <i>Nivel de concentración</i>	45
Tabla 8: <i>Cualidades acorde empresa</i>	46
Tabla 9: <i>Cualidades acorde empresa</i>	47
Tabla 10: <i>Facilidad de adaptación</i>	48
Tabla 11: <i>Conoce funciones</i>	49
Tabla 12: <i>Criterio de calidad en atención</i>	50
Tabla 13: <i>Grado de responsabilidad</i>	51
Tabla 14: <i>Productos en continua mejora</i>	52
Tabla 15: <i>Mejor calidad y tendencia del mercado</i>	53
Tabla 16: <i>Productos que requiere cliente</i>	54
Tabla 17: <i>Disposición de Servicios</i>	55
Tabla 18: <i>Relaciones horizontales / Competitividad</i>	56
Tabla 19: <i>Relaciones verticales / Competitividad</i>	57
Tabla 20: <i>Innovación / Competitividad</i>	58
Tabla 21: <i>Aspecto Legal /Desarrollo</i>	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Grafico1: <i>Capacitación a personal</i>	39
Grafico 2: <i>Relación compañeros</i>	40
Grafico 3: <i>Nivel de concentración</i>	41
Grafico 4: <i>Cualidades acorde empresa</i>	42
Grafico5: <i>Capacitación a personal</i>	43
Grafico 6: <i>Relación compañeros</i>	44
Grafico 7: <i>Nivel de concentración</i>	45
Grafico 8: <i>Cualidades acorde empresa</i>	46
Grafico 9: <i>Cualidades acorde empresa</i>	47
Grafico 10: <i>Facilidad de adaptación</i>	48
Grafico 11: <i>Conoce funciones</i>	49
Grafico 12: <i>Criterio de calidad en atención</i>	50
Grafico 13: <i>Grado de responsabilidad</i>	51
Grafico 14: <i>Productos en continua mejora</i>	52
Grafico 15: <i>Mejor calidad y tendencia del mercado</i>	53
Grafico 16: <i>Productos que requiere cliente</i>	54
Grafico 17: <i>Disposición de Servicios</i>	55
Grafico 18: <i>Relaciones horizontales / Competitividad</i>	56
Grafico 19: <i>Relaciones verticales / Competitividad</i>	57
Grafico 20: <i>Innovación / Competitividad</i>	58
Grafico 21: <i>Aspecto Legal /Desarrollo</i>	59

I. INTRODUCCIÓN

Es sabido que toda actividad del ser humano dentro de la sociedad requiere de conocimientos previos, de modo tal que se realice con seguridad, calidad y efectividad, con el fin de obtener los resultados esperados, pero sobre todo satisfactorios. En la actualidad las empresas requieren para su adecuado funcionamiento que se integren al buen funcionamiento desde el personal directivo, administrativo, hasta el personal de mantenimiento, todos los niveles en busca de un solo resultado: la calidad.

Los hábitos de los clientes se han modificado con el proceso de globalización, los clientes dan ahora mucha importancia a la calidad de servicio que se les brinda, todo esto determina la necesidad de implementar una adecuada y pertinente capacitación a los colaboradores en las empresa e instituciones público y privadas.

La investigación intenta determinar si las Mypes del sector se han admitido en la gran parte a la formalización e investigar aquellas que a un no están, identificadas que se estaría impidiendo a los emprendedores dar paso a esta posibilidad de crecimiento de su servicio, además de poner de manifiesto teorías de capacitación, motivación y calidad en las actividades entre las cuales se encuentra que la mejor forma de brindar un excelente servicio, es identificando cuáles son aquellos factores ausentes o presentes en la empresa y de qué manera estos se relacionan con la calidad de servicio; asimismo, para que sirvan como base en la toma de decisiones del nivel gerencial, de tal forma que se conozcan las necesidades

de los clientes internos y externos y se puedan satisfacer siempre y cuando sean benéficas tanto para el banco como para ellos mismos.

La capacitación del personal de cualquier empresa, es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las empresas, pues existe la necesidad constante de capacitación en los colaboradores que continuamente se tienen que adaptar a los cambios de los factores externos a los cuales es expuesto.

Como la valoración a la calidad de servicio, el cual ha estado evolucionando en los últimos años ya que actualmente, los clientes toman mucho en cuenta aspectos como la amabilidad, atención, asesoramiento, rápida atención, calidad de los productos, buenos precios entre otros, lo que son valorados dependiendo de las expectativas que tenga el cliente antes de recibir un servicio en alguna empresa.

El estudio se realizó basado en una metodología de diseño no experimental – transversal, de enfoque cuantitativo, de nivel descriptiva correlacional.

1.1. Planteamiento de la Investigación

1.1.1. Caracterización del Problema:

Cuando una empresa se prepara para mejorar a través de la calidad, requiere definir su programa de entrenamiento y desarrollo, de manera que se planea, coordina, implementa, evalúa y mejora, en un proceso continuo; de esta acepción no se escapan los bancos; se requieren nuevos tipos de entrenamiento para apoyar este proceso de implementar enfoques exitosos de mejoramiento a través de todas las personas de la organización. La participación y el entrenamiento deben tener en cuenta que la necesidad de involucrarse, y de la flexibilidad, es el corolario obvio: entrenar y

entrenar sin descanso. En consecuencia, el banco debe: invertir en el capital humano, debe entrenar a los nuevos empleados, debe entrenar a cada persona en las técnicas de solución de problemas, debe entrenar intensamente a las personas siguiendo su promoción hasta el nivel gerencial, utilizar el entrenamiento como medio para desarrollar confianza en la organización y por último, insistir en que el entrenamiento debe ser responsabilidad de línea; todo programa de entrenamiento debe basarse en los problemas que afectan a los jefes de línea.

En la actualidad en la Urbanización Jorge Chávez del distrito de Callao las actividades económicas han cobrado un gran valor y consideración, las MYPE en este caso juegan un papel determinante, ya que cada día están cobrando mayor valor y fuerza en el contexto económico y social de la ciudad, la región y el país. En Perú, este sector denominado MYPE, está siendo revalorado y tomado en cuenta dentro de los distintos escenarios económicos.

En el distrito del Callao la gran parte de las MYPES no cuentan con una apropiada gestión; servicio que impacta en un servicio inapropiado que el cliente espera porque de ellos depende la existencia de la empresa en el mercado constituyera un factor importante y a quienes se brindara nuestros servicios.

Esta misma realidad se podrá venir presentando frecuente mente en los diferentes servicios de hospedaje y también los servicios informales sin documentación.

La investigación que se realizara aborda estos temas para presentarlo como un análisis situacional que ayudara en el desarrollo de las Mypes, siempre que los emprendedores busquen analizarse y buscar la mejora continua.

1.1.2. Enunciado del problema:

Problema Principal

¿Cuáles son las principales características de la capacitación y la competitividad en las Mypes del sector servicios, rubro hospedajes de la urbanización Jorge Chávez, del distrito del Callao?

Problemas Específicos

¿Cuáles son las principales características de los representantes de las Mypes del sector servicio, rubro hospedajes de la urbanización Jorge Chávez, del distrito del Callao?

¿Cuáles son las características de las Mypes del sector servicio, rubro hospedajes, de la urbanización Jorge Chávez, del distrito del Callao?

¿Cuáles son las características de la capacitación en las Mypes del sector servicio, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao?

¿Cuáles son características de la competitividad en las Mypes del sector servicio, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del callao,

2018?

1.2. Objetivos de la investigación:

1.2.1. Objetivo general

Determinar las principales características de la capacitación Y la competitividad en las Mypes del sector servicio, rubro hospedajes de la urbanización Jorge Chávez, del distrito del Callao, 2018

1.2.2. Objetivos Específicos

Describir características de los representantes de las Mypes del sector servicio, rubro hospedajes de la urbanización Jorge Chávez, del distrito del Callao 2018

Describir características de las Mypes del sector servicio, rubro hospedajes de la Urbanización Jorge Chávez, del distrito del Callao 2018

Describir características de la capacitación en las Mypes del sector servicio, rubro hospedajes de la urbanización Jorge Chávez, del distrito del Callao 2018

Describir características de la competitividad en las Mypes del sector servicio, rubro hospedajes de la urbanización Jorge Chávez, del distrito del Callao 2018

Analizar los beneficios de la capacitación combinada sobre la competitividad en las Mypes en el sector servicios, rubro hospedajes de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao

1.3. Justificación de la investigación:

1.3.1. Práctica

El presente trabajo de investigación se justificará porque intenta determinar si las Mypes del sector se han admitido en la gran parte a la formalización e investigar aquellas que a un no están, identificadas que se estaría impidiendo a los emprendedores dar paso a esta posibilidad de crecimiento de su servicio.

Así mismo, ya estarán formalizados, averiguar cómo se gestionará en la administración de la Mype; ¿se gestiona con calidad? Es decir se utilizara herramientas administrativos y técnicas de gestión de calidad.

1.3.2. Teórica

El estudio es relevante, además porque se pone de manifiesto teorías de capacitación, motivación y calidad en las actividades entre las cuales se encuentra que la mejor forma de brindar un excelente servicio, es identificando cuáles son aquellos factores ausentes o presentes en la empresa y de qué manera estos se relacionan con la calidad de servicio; asimismo, para que sirvan como base en la toma de decisiones del nivel gerencial, de tal forma que se conozcan las necesidades de los clientes internos y externos y se puedan satisfacer siempre y cuando sean benéficas tanto para el banco como para ellos mismos. El estudio emplea a la metodología científica al plantear cuestionarios, definir propósitos, generar un instrumento de recolección de datos que facilite la información requerida, a partir de la identificación de variables a evaluar.

Permitirá evidenciar, si las Mypes del sector en estudio, se usara documentos

administrativos, normativos, políticas, estrategias, metas, objetivos y todo que corresponde a la gestión con calidad en base a los principios y fases de la administración (planificación, organización, control y dirección) en sus actividades operativas administrativas, etc.

1.3.3. Metodológica

Finalmente, estamos seguros que la investigación será profunda y la perspectiva será la utilidad y base para futuras investigaciones que realicen los colegas de administración en el tema.

II: REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Se ha considerado estudios e investigaciones más relacionadas al tema y sector seleccionado para nuestro estudio.

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Tene D. (2018) en su tesis: *“Estrategias empresariales y competitividad del hotel Marquez de Rio de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”*, estudio que propuso como principal **objetivo** proponer las estrategias empresariales para mejorar la competitividad, determinar la situación actual del Hotel mediante un análisis FODA, evaluar las estrategias empresariales y diseñar la propuesta de investigación, dando soluciones de mejoras al problema planteado. Se determinó que el principal problema es el mercado, que hoy en día es muy competitivo. En el estado de arte se investigó temas en base a las dos variables de estudio. La metodología aplicada fue exploratoria donde se pudo dar una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad la cual se realizó en la investigación explorar y reconocer. Descriptiva donde conociendo la situación actual del hotel, con la aplicación de este método se propuso proponer una estrategia empresarial para que pueda ser competitiva. Correlacional donde determina si dos variables están correlacionadas o no, en cuanto a la investigación las dos variables están correlacionadas ya que la implementación de estrategias empresariales ayudara a mejorar la competitividad del

Hotel Márquez de Río. El Inductivo se analizó, cuyos resultados son tomados para extraer conclusiones de carácter general, a partir de la observación sistemática y la aplicación de encuestas. Las Técnicas fueron la entrevista y la encuesta mediante un cuestionario que se realizó a 183 personas aplicando una fórmula para extraer la muestra. Se propuso el modelo downsizing con la utilización de un

marco sistemático de trabajo y una metodología adecuada, dirigido hacia los procesos y hacia una verificación de los objetivos de la empresa, se pudo mantener y mejorar el desempeño durante y después del downsizing, además de la determinación de los puestos y tareas a eliminar, fusionar o redefinir

Arcos, A., (2014), en su *tesis “Diseño de un plan de capacitación para las PYME’s en servicio al cliente, para el sector Norte de Quito”* presentada en la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios de la Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito - Ecuador, el **objetivo general** consistió en contribuir a las PYME’s, con una herramienta que sirva de guía para coordinar el proceso de capacitación y a su vez fortalecer el desarrollo profesional del personal. La investigación es de carácter cuantitativo, tipo descriptiva, con base a los métodos inductivo, para la recolección de datos se aplicaron la encuesta como instrumento, las fuentes de información fueron secundarias, documentos estadísticos y estudio de campo. La población fueron todas las pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Quito, quedando la muestra conformada luego de aplicar la fórmula de estimación en 6.571 empresas. Las conclusiones fueron las siguientes:

- Que la mayoría de los empleados de las distintas PYME’s del norte de la Ciudad de Quito, no han recibido ninguna capacitación por parte de las empresas en la cual laboran, siendo esto una gran limitación en el desempeño

laboral, ya que no obtienen un mayor nivel de especialización en las labores que desempeñan, por lo tanto, las consecuencias se evidencian en el precario progreso de sus labores y en el desarrollo de la empresa.

- Se evidencia que la ausencia de un plan de capacitación dentro de las empresas, ya que los trabajadores desconocen en gran parte información relevante de la empresa y limita la atención al cliente, lo cual afecta la imagen de la empresa.
- Que no existen estrategias que permitan ayudar a mejorar los niveles de comunicación entre los clientes internos y externos, generándose ciertas barreras, lo que ocasiona un clima laboral negativo.
- Como resultado de las encuestas aplicadas a los trabajadores se evidencia que la gran mayoría de ellos, están dispuestos a recibir todo tipo de capacitación que les permita reforzar y mejorar su desempeño laboral.

Sandoval, B., Morales, D., y Bascur, B., (2017), en su tesis *“Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas”* presentada en la Escuela de Ciencias y Tecnologías, Departamento de Gestión Empresarial de la Universidad de Concepción, Los Ángeles, Chile, el **objetivo general** consistió en evaluar el impacto de la capacitación en la productividad laboral de las empresas chilenas. La investigación es de tipo no experimental-cuantitativa, descriptiva y de corte transversal, la base de datos que se utilizó para conocer los efectos de la capacitación en la productividad de las empresas chilenas, fue la derivada de la Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE4), publicada en el año 2017 con datos del año 2015 por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. El instrumento aplicado fue el cuestionario, la técnica fue la encuesta, aplicada la población estimada, específicamente a la muestra que resulto ser de 8.084 empresas

que cumplieron la condición o criterios de inclusión. Las conclusiones fueron las siguientes:

- Que, según lo observado en los resultados, la capacitación no tiene un efecto significativo sobre la productividad laboral de las empresas Chilenas, siendo esto una discordancia en comparación con la literatura existente y revisada previamente, donde ciertamente se esperaba que tuviese un efecto muy positivo y significativo con relación a la producción laboral.
- En la búsqueda de justificar los resultados encontrados, fueron descubiertos algunos estudios que respaldan esta conclusión, siendo esto una especie de fenómeno en los países latinoamericanos, donde uno de los autores consultados (Méndez, 2003), hace referencia hacia la mala ejecución de la capacitación, a la vez expone como debería ser una correcta aplicación.
- Además en la procura de documentación externa, se encontró un estudio realizado en Perú, donde afirma que la capacitación tiene impactos positivos en la productividad empresarial, sin embargo actualmente esta perdiendo un alto grado de efectividad, esto a consecuencia del alto nivel de rotación laboral que se esta produciendo en el país, ya que los empleados se capacitan y luego se trasladan a otras empresas, por efectos de las reformas laborales que se suscitan en el país (Chacaltana& García, 2001), con la anuencia que esas reformas también han sido aplicadas en muchos países de Latinoamérica, entre ellos Chile.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Agurto A. (2017) en su estudio: *Caracterización de la competitividad y la*

capacitación de las Mypes del sector hotelero en el distrito de Pariñas, provincia de Talara, año 2016, estudio que tuvo como planteamiento del problema ¿Cuáles son las características de la competitividad y capacitación en las Mypes del sector hostel en el distrito de Pariñas, provincia de Talara,año 2016? y el **objetivo general** fue describir las características de la competitividad y capacitación en las Mype del sector hotelero en el distrito de Pariñas, provincia de Talara, año 2016. En la metodología se utilizó el diseño Cuantitativa – Descriptiva – no experimental, para el recojo de información se escogió una población de 15 gerentes o administradores; como técnica de investigación se utilizó la encuesta, y se aplicó un cuestionario de 32 preguntas, con respecto a los principales resultados se determinaron los siguientes: El 73.3% de los empresarios considera que casi siempre existe la posibilidad de tener nuevos competidores, el 73.3% consideran que casi siempre existen restricciones legales para iniciar en este rubro, el 80.0% consideran que algunas veces los clientes de la competencia pueden dictar nuevas reglas en el servicio, el 53.3% casi nunca determinan cuál es la necesidad de capacitación, cuáles son sus causas y si está asociada a otra necesidad, el 53.3% algunas veces toma en cuenta que debe enseñarse, donde debe enseñarse, quien debe aprender, cuando enseñar, como y a quien enseñar y el 40.0% casi siempre determinan si los contenidos y técnicas aplicadas fueron las apropiadas para transmitir los conocimientos y habilidades, el 33.3% siempre lo determina. Se concluyó que en el proceso de capacitación los empresarios están cometiendo muchos errores, los cuales afectan negativamente a la empresa. Por otro lado, respecto a la competitividad se concluye que los empresarios son conscientes de las 5 fuerzas de Porter y cómo estas afectan a la empresa.

2.1.3. Antecedentes Locales

Nizama, G. (2017) en si estudio denominado: *“La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, área de FrontDesk”*, estudio que reconoce que la calidad del servicio en los hoteles es un elemento indispensable a fin de alcanzar ser competitivos.

Por ello no basta con ofrecer productos físicos óptimos también se tiene que tener en cuenta la materialización de los servicios ya que se busca superar y optimizar las expectativas del huésped. La investigación tuvo como principal objetivo realizar el análisis de la calidad del servicio en Hotel León de Oro Suites & Inn. Se tendrá las dimensiones de confiabilidad, empatía y diligencia. Se usa como instrumento útil al cuestionario que asemeja al modelo de SERVQUAL en la medición de calidad del servicio en cualquier rubro; a través de la brecha entre las expectativas y percepciones de los huéspedes. La presente tesis es mixta, de diseño no experimental, de tipo descriptivo – correlacional, en la cual se ha analizado la variable calidad del servicio. La investigación concluye con que Hotel León de Oro Suites & Inn tiene un óptimo nivel de calidad del servicio, sin embargo, existen ciertos puntos por mejorar, tal como la mejora en la infraestructura y mantenimiento de las instalaciones; siempre tomando en cuenta las expectativas de los huéspedes; obtenidas del análisis de los resultados.

Palomino, J., (2017), en su tesis *“Caracterización de la capacitación en gestión empresarial en las Micro y Pequeñas Empresas del Perú: 2011 – 2013”* presentada en la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad San Martín de Porres, el **objetivo general** determinar las principales características de la capacitación de las capacitaciones en gestión empresarial en las MYPE peruanas del año 2011 al 2013. La metodología aplicada en la investigación fue un diseño descriptivo de tipo cuantitativo, el instrumento utilizado fue el cuestionario y la técnica la encuesta, la población la constituyó una data secundaria, la cual se extrajo del Instituto Nacional de Estadística (INEI), más específicamente la derivada de la encuesta de micro y pequeñas empresas (EMYPE) la cual arrojó 13,305, la muestra luego de aplicar los criterios de inclusión y exclusión, quedó conformada por 11,181 MYPE. Las conclusiones fueron las siguientes:

- Que, en mayor medida, las actividades económicas que mas capacitaron a su personal, fueron los restaurantes, así como otros servicios de comida móviles, en segundo lugar, los fabricantes de prendas de vestir, con excepción de prendas de piel y los prestan servicios de alojamiento.
- Sin embargo, se determinó que el 81% de las MYPE que fueron encuestadas no capacitaron al personal, donde 4 de cada 10 MYPE expusieron que no capacitaban al personal por falta de información, es decir de que no sabían que existían cursos de capacitación en su rubro, otra razón fue por la falta de tiempo, expuesto por el 34% de los encuestados. Otro 25% por razones de falta de recursos, falta de interés o la creencia de que no es necesario.
- Que en los años 2011, 2012 y 2013 las capacitaciones en el área de gestión empresarial que solicitaron las MYPE fueron 15, entre ellas: Atención al cliente 18% promedio de los 3 años, Marketing 17.59%, Calidad 11.67%, Formalización 8.7%, Gestión Financiera 6.7%, Gestión de RRHH 5.92%, Planes de Negocio 5.94%, exportaciones (6.10%, Ventas al Estado 5.22%, Seguridad Laboral 3.89%, Instrumentos Financieros 3.84%, Innovación 2.91%, Negocio por Internet 1.36%, Marcas y Franquicias 1.11% y Cadena de Suministros 1.01%.
- Que los métodos empleados en la capacitación que usaron en el impartir del conocimiento, el método más utilizado fue el expositivo – participativo con un 54.95%, en promedio de los 3 años, seguido por el expositivo con un 34.99%, la dinámica grupal con 5.6%, el asesoramiento personal con un 3.26%, juego de roles con un 0.56% y por último mediante simuladores con un 0.63%.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Definición de Capacitación

Según Chiavenato (2017), la capacitación es un proceso educativo a corto plazo, el cual se aplica de forma sistemática y organizada, por medio del cual personas adquieren conocimientos, logran desarrollar habilidades y competencias, todo en función de objetivos previamente definidos. La capacitación lleva inmerso la transmisión de conocimientos de carácter específico que guardan relación con el trabajo y actitudes frente aspectos de la organización, de las tareas que se desempeñan y el ambiente dentro de la misma. Desde una perspectiva específica, la capacitación viene a ser el acto de aumentar el conocimiento y la pericia de la persona en la ejecución de terminada labor. Ciertamente la capacitación viene a ser una educación especializada que incluye desde la adquisición de habilidades motoras hasta conocimientos técnicos.

2.2.2. Objetivos de la capacitación.

Los principales objetivos de la capacitación son los siguientes: Chiavenato (2017)

- Preparar a las personas para la realización inmediata de diversas tareas en el puesto de trabajo.
- Brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo y no solo en sus puestos de trabajo actual, sino que pueda desempeñar otras funciones de mayor nivel de complejidad.
- Cambiar la actitud de las personas, muy bien sea para crear un mejor clima laboral, o para incrementar la motivación y así transformar el entorno en un espacio mas receptivo, acorde con las nuevas tendencias de la administración.

2.2.2.1. Tipos de Capacitación

A decir de Bohlander, Snell, Morris (2017) existe:

- Capacitación en habilidades básicas: la capacitación remedial o habilidades para adultos se ha desarrollado de tal modo que se han convertido en una industria educativa completa en la que las empresas invierten millones de dólares por cada año. En este tipo de capacitación , los gerentes deben hacer:
 - Explicar a los empleados la ayuda que les brinda la capacitación
 - Relación capacitación – metas de los colaboradores
 - Respeto por las experiencias de los participantes y uso de esos recursos
 - Uso de enfoque centrado en el problema o centrado en la tarea, de manera que los participan aprendan de lo que hacen.
 - Brindar retroalimentación sobre el avance hacia el cumplimiento de objetivos de aprendizaje.
- Capacitación de equipos y capacitación cruzada:: Que busca alcanzar metas estratégicas y operativas, en equipos de trabajo e investigación, reconociendo la contribución de cada integrante y la interacción del resto del grupo.
- Capacitación en ética: Se implementa de manera frecuente en las empresas, después de los escándalos corporativos de alto perfil.

- Capacitación en diversidad; Son diseñados en respuesta al incremento de la globalización, la conciencia de la diversidad demográfica de la fuerza laboral, los desafíos de la acción afirmativa, la dinámica de estereotipo, los valores cambiantes de la fuerza laboral y los posibles beneficios competitivos de reunir a diferentes personas para un propósito común.

2.2.2.2. Niveles de Capacitación

Chiavenato, (2017), reconoce acerca de los niveles de la administración, citando a Kirkpatrick, la medición de resultados en la capacitación se mide en cinco niveles:

- Nivel 1: Reacción y/o satisfacción y acción planeada. Es el nivel de reacción llamada prueba de la sonrisa y muestra la reacción o la satisfacción del personal de los participantes respecto al programa o experiencia de capacitación.
- Nivel 2: Aprendizaje de nuevas habilidades, en la que los aprendices adquieren nuevas habilidades y conocimientos, se les capacita además sobre cambiar de actitudes y comportamientos como resultado de la capacitación.
- Nivel 3: Aplicación en el trabajo de las habilidades aprendidas. Se enfoca en el aprendiz cuando trabaja y en los medios que usa para aplicar lo que aprendió. En este nivel, las personas alcanza habilidades de aprendizaje que debe aplicar en el trabajo.

- Nivel 4: Impacto en los resultados del negocio: En este nivel la capacitación produce un impacto directo en los resultados del negocio al reducir los costos operacionales, aumentar las ganancias, mejorar la calidad del trabajo, disminuir la rotación del personal o acelerar el ciclo de producción.
- Nivel 5: Rendimiento de la inversión, es el nivel más profundo en que la capacitación produce un fuerte impacto monetario en los negocios de la empresa.

2.2.2.3. Ciclo de la Capacitación

Acerca del Ciclo de la capacitación, Chiavenato, (2017), indica que este se realiza de manera similar a un modelo de sistema abierto cuyos componentes son:

- Insumos: Como educadores, recursos de organización, información, conocimiento.
- Proceso u operación: Como procesos de enseñanza, aprendizaje individual, programas de capacitación, etc.
- Productos: Como personal capacitado, conocimiento adquirido, competencias, etc.
- Retroalimentación: Referido a la evaluación de los procedimientos y a los resultados obtenidos en la capacitación, a través de medios informales o por procedimientos sistemáticos.

2.2.3. Detección de las necesidades de la capacitación.

Corresponde a la primera etapa de capacitación y se refiere al diagnóstico que se realiza de manera preliminar a todo el proceso. Para la detección de necesidades de capacitación, es necesario considerar tres niveles en su análisis, Hinrichs, J., citado por Chiavenato (2017).

- 1) *Sistema organizacional*: Nivel de análisis de toda la organización, en este nivel no solo se refiere al estudio que engloba toda la empresa, es decir su misión, visión, objetivos, competencias y recursos, sino que incluye también el ambiente socioeconómico y tecnológico en el cual está inmerso. En este análisis es necesario determinar qué es lo que se debe enseñar y aprender en términos de un verdadero plan, también se establece la filosofía de capacitación para toda la organización.
- 2) *Sistema de capacitación*: Nivel de análisis de los recursos humanos. En esta se procura determinar si la fuerza laboral es suficiente, considerando los factores cuantitativos y cualitativos, donde estas puedan permitir que se cumplan las metas presentes y futuras de la organización, por lo tanto, en este análisis se mide la capacidad de la fuerza de trabajo, determinando si los trabajadores poseen las habilidades, conocimientos y actitudes que la organización requiere.
- 3) *Sistema de adquisición de habilidades*: Nivel de análisis de las operaciones y tareas. Es análisis viene a ser el más restringido de todo el proceso, ya que se enfoca en detectar las necesidades de capacitación en cada trabajador, en cada puesto de trabajo, sustentándose en las exigencias de los requisitos de cada ocupante. Sin embargo, el análisis de las operaciones u ocupacional es

un proceso que consiste en descomponer el puesto en sus partes que lo conforman, permitiendo constatar cuales son las habilidades, conocimientos y competencias que debe poseer la persona para poder desempeñar las funciones.

2.2. 4. Planificación de la capacitación.

Desde un enfoque general, toda actividad de capacitación o formación dentro de la empresa, supone que previamente se haya definido una política general y también un plan en conjunto, el cual debe abarcar todos los niveles y ámbitos de la organización, como ya se planteó en el punto anterior.

En ese orden de ideas, es evidente que toda acción de capacitación debe empezar por determinar de forma precisa y concreta cual será el papel de cada individuo dentro de la empresa, es decir que funciones le son asignadas y que tareas ha de desarrollar para llevar a cabo dichas funciones. El primer enfoque a considerar es el establecimiento del llamado organigrama de estructura de la ocupación de los distintos puestos de trabajo dentro de la empresa, mostrando sus relaciones jerárquicas y funciones. Un segundo enfoque sería la elaboración del llamado manual de la empresa, en forma de documento que especifique las guías de responsabilidades y las definiciones de funciones. Dicho enfoque debe descifrar ciertas preguntas, las cuales abarcan por qué algunos trabajadores no ejecutan las funciones que tienen asignadas: Castanyer (1999)

- Porque no **puede**
- Porque no **sabe**
- Porque no **quiere**

Por lo tanto, lo que el trabajador **puede** hacer dependerá esencialmente de sus aptitudes, lo que **sabe** hacer, de sus conocimientos. Lo que **quiere** hacer es el resultado de sus actitudes, derivado de sus motivaciones más o menos consientes. Castanyer (1999)

2.2.5. Formulación de los objetivos de la capacitación.

Clasificación de los objetivos.

Según Castanyer (1999), la eficacia de toda acción de formación pasa por la previa formación o comprensión de cuáles son los objetivos de dicha capacitación en términos actuación, es decir, **“que es lo que el sujeto de la formación de ser capaz de hacer al termino de aquella”**.

El autor Castanye (op. cit) plantea que entre los objetivos cognitivos de esta clasificación se entiende por conocimientos, la adquisición mental de uno o mas hechos, principios o conceptos.

Tipo I. Objetivos cognitivos

- A. Conocimientos, comprende toda la información específica.
- B. Comprensiones, es la aprehensión de relaciones generales.
- C. Habilidades, la destreza motriz.

Tipo II. Objetivos afectivos

- A. Actitudes, sentimientos hacia las cosas o sucesos.
- B. Intereses.
- C. Valoraciones, deseos expresados.

Tipo III. Objetivos de alto grado de transformación

- A. Procesos mentales.

Tipo IV. Objetivos operacionales

B. Estrategias, resolución de problemas.

Finaliza el autor diciendo que, aunque la resolución de problemas es una situación con la que se puede enfrentar el personal a todos los niveles, ello es especialmente cierto para el personal que por su función en la empresa debe tomar decisiones frecuentes.

Desde otra perspectiva, la capacitación en la empresa, una interpelación al sistema formal, definida por el autor Abraham Pain (2001), en su libro *Capacitación Laboral*, el autor expone que la capacitación en la organización interviene en varios contextos, el económico, organizacional y el de las relaciones sociales de una forma compleja. Considera que los actores son múltiples, siendo estos, los propietarios, los empleados, sindicatos, organizaciones patronales, decisiones gubernamentales, sin olvidar la figura de las multinacionales. Es decir, que la capacitación no es algo totalmente natural, consensual, en muchos casos se da en un entorno turbulento, en los cuales existen conflictos entre los actores, donde probablemente sean escasos los periodos de calma, pero el conflicto siempre estará presente.

En ese orden de ideas, el autor Pain op. cit, infiere que se capacita en la organización en momentos precisos, muchas veces bajo la presión del mercado. Las organizaciones son sistemas inestables, que de forma permanente están sometidos a presión de la competencia, la cual se manifiesta de diferente manera, con la introducción de cambios tecnológicos, con nuevos productos, entre otros. Frente a la variedad de situaciones, la capacitación es un instrumento de cambio, un recurso entre otros de la dirección de la empresa, donde además puede promover, reclutar,

modificar sueldos, así como también despedir; para resolver sus problemas; por lo tanto, todo lo anteriormente expuesto coloca a la capacitación como un elemento altamente útil, conflictivo y riesgoso.

2.2.6. Alcance de la capacitación.

En ocasiones un gran número de empleados llegan a las empresas dotados de conocimientos, habilidades y capacidades para iniciar sus labores, sin embargo, otros requieren mucha capacitación antes de estar listos para contribuir con la empresa. Con mucha frecuencia el término capacitación es utilizado para describir casi cualquier esfuerzo que inicia una empresa con el fin de estimular el aprendizaje entre sus integrantes. Sin embargo, muchos expertos hacen una distinción entre capacitación, la cual tiende a tener un enfoque más orientado hacia temas de desempeño a corto plazo, y desarrollo, el cual se concentra en la ampliación de las habilidades de una persona para responsabilidades futuras. Por otra parte, se tiende a combinar los dos términos en una sola frase, capacitación y desarrollo, para lograr reconocer la combinación de actividades que emplean las organizaciones para incrementar los conocimientos y habilidades de sus empleados. Bohlander, Snell y Morris (2017)

2.2.1.5.1. Indicadores del desempeño laboral.

Al respecto los autores Bohlander, Snell y Morris (2017), configuraron ciertos indicadores que se desprenden de su enfoque de alcance de la capacitación y el desempeño:

- Conocimiento del trabajo, referido al conocimiento necesario sobre temas que se relación con el cargo que ocupa, incluyendo las diferentes etapas que requieren su comprensión.
- Iniciativa, capacidad de crear y poder desarrollar ideas claras en el área que se desempeña, siendo estas voluntarias.
- Dedicación, referida a la atención y compromiso que demuestra frente a las tareas encomendadas, asumiéndolas con mucha responsabilidad.
- Calidad del trabajo, es la dedicación, minuciosidad y precisión con la cual desempeña las labores encomendadas, incluye limpieza y orden.
- Volumen de trabajo, se refiere a la cantidad que solicita de trabajo y las cantidades que logra producir.

2.2.7. Definición de competitividad

Según Porter (1999) en su libro Ser Competitivo, expone que la competitividad es posible determinarla con base a una serie de rasgos, sobre los cuales el autor fundamenta cuatro factores que para el son claves en la determinación de la competitividad.

2.2.8. Factores que determinan la competitividad.

Primero, la dotación del país donde se ubica la empresa, para lo cual es importante determinar cuál es la cantidad y calidad de los llamados factores productivos que se denominan básicos; recursos naturales, infraestructura industrial, también conocer el talento humano, sus habilidades, conocimientos y tecnologías empleadas; siendo todos estos elementos los que alimentaran a la organización.

Segundo, la demanda interna. Es determinante conocer cuál es la verdadera necesidad de los productos o servicios con relación a la oferta existente, siendo completamente necesario que exista una demanda de productos que supere, para luego procurar anticipar esas necesidades.

Tercero, determinar la existencia de una estructura productiva en empresas de todos los tamaños, logrando relaciones horizontales y verticales a fin de estimular la competitividad, creando oferta que activen la innovación.

Cuarto, predisposición social hacia la innovación, incluye los aspectos legales hacia la innovación, considerando las medidas que lo faciliten o limiten, ya que la innovación viene a ser un valor fundamental, a través de ella se generan mejores productos lo cual impulsa las ventas.

Según el autor Estrada (2013), la competitividad viene a ser un término microeconómico, que hace referencia específicamente al ámbito de la empresa y a su capacidad para competir frente a las demás empresas que hacen vida en el mercado, sin embargo, se viene presentando ciertas distorsiones, las cuales se derivan del uso del término en el ámbito macroeconómico, cuando se hace referencia a países o incluso áreas económicas, siendo el caso la Unión Europea. En búsqueda de una diferenciación, es básico considerar que las empresas no como los países, ya que no disponen de una demanda interna, la cual es relevante y puede ser cubierta con demanda propia.

Al respecto el autor Haidar (2012), expone que la competitividad de calidad y en precios, es definida como aquella capacidad de poder generar la mayor satisfacción de los consumidores, cuando se fija un precio conveniente, o también

cuando ese precio que es más bajo porque implica menos calidad. Entonces se podría asumir que las empresas más competitivas pueden asumir una mayor cuota dentro del mercado a expensas de otras empresas menos competitivas, siempre y cuando no existan deficiencias dentro de ese mercado e impidan el proceso.

2.2.9. Servicio de Hospedaje

Definición

El Manual de Buenas Practicas para Establecimientos de Hospedaje (2016) Se reconoce los servicios hoteleros como la “actividad esencialmente intangible, ligada en su prestación de un soporte físico, que se ofrece para satisfacer las necesidades de alojamiento de los turistas y demás tipos de viajeros”.

Este tipo de servicio se divide en Servicio intangible y susceptible a la percepción de quien lo usa el servicio hotelero está determinado por el nivel de satisfacción de cada cliente o usuario.

El servicio hotelero en el campo de los viajes y turismo: Se toma como una actividad intangible que va muy ligado a una prestación con soporte físico que prestan las personas para satisfacer necesidades de turistas y demás viajeros.

Características

La intangibilidad: Que se produce cuando el producto que el cliente compra no lo puede experimentar, ya que aún no lo posee y eso provoca inseguridad, dificultad a la empresa a la hora de la venta. Por ello los hoteles tratan de hacer tangibles sus productos mediante folletos, páginas web, donde otros usuarios que

hayan estado en sus instalaciones puedan dejar sus comentarios y además se ofrezca toda la información explícita del hotel, con fotografías de todas las instalaciones, precios, actividades de ocio y todas las ofertas de promoción.

La inseparabilidad: Que se manifiesta cuando la producción y el consumo se hacen muchas veces en el mismo lugar y en el mismo momento, son simultáneas. Para disfrutar de ese servicio hotelero o producto es requerido un desplazamiento. Uso intensivo de las nuevas tecnologías, con acciones e marketing junto con el medio de transporte.

La variabilidad: Es cuando la calidad de los servicios depende de quién, cuándo, cómo y dónde los proporcione la persona que los suministra, el cliente y las circunstancias del momento.

La estacionalidad: Consiste en la concentración de la demanda turística, de manera desproporcionada, en ciertos periodos del año, es decir, están sujetos a ciclos de demanda muy alta y ciclos de demanda muy baja.

Los hoteles crean ofertas bajando los precios durante las temporadas no estacionales, generando otras ofertas de demanda.

La tabla siguiente muestra las características del producto / servicio de

manera resumida, considerando que los establecimientos de hospedaje prestan servicios que se caracterizan por los siguientes físicos:

Tabla 1: *Características del Producto / Servicio*

Intangibilidad	Los servicios son prestaciones y experiencias más que objetos.
Heterogeneidad	La prestación suele variar de un servicio a otro, de un usuario a otro, y de un día a otro. Lo importante es buscar una estandarización de los servicios mediante parámetros o directivas.
Inseparabilidad	Por lo general, los servicios se generan en el momento de las prestaciones o en los instantes inmediatamente anteriores, requiriendo la mayor prontitud.
Temporalidad	No es posible almacenar los servicios como se almacenan los bienes físicos. Por ejemplo: si una habitación no es ocupada una noche, se habrá perdido un día de venta es decir un tiempo de uso.
Alta interacción	En los servicios, y sobre todo en los de hostelería, la comunicación empleado-cliente es indispensable para el pleno desarrollo de los procesos productivos y de servicios.

2.2.9.1. Diferencia entre los conceptos de hotel, hospedaje y albergue.

El hotel, es reconocido como el establecimiento constituido por un grupo homogéneo e independiente, en el que se presta atención específica con un mínimo de 50 habitaciones y un promedio de 10% de sus habitaciones sean individuales, además tr brindar servicios de restaurante y otros.

Sobre el concepto de hospedaje, que se reconoce como aquel establecimiento en el que la característica principal es la de poseer habitantes en promedio de 12 mínimo y no más de 49.

Finalmente, acerca de un albergue, éste se define como aquel establecimiento en el que se brinda el servicio de hospedaje solo a un grupo determinado de personas con intereses comunes, determinando modalidades como: juveniles, refugios de montaña, campos, etc. La característica principal del albergue es que sus instalaciones conectan al huésped con la naturaleza, algunos lo reconocen como centro vacacional.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño de la investigación

Investigación no experimental – transversal.

4.1.1. El tipo de investigación

Estudio de enfoque cuantitativa, según Villegas et. al. (2017) , reconoce este tipo de investigación como aquella en la que se centra fundamentalmente los aspectos observables y susceptibles de cuantificación de los fenómenos a observar, usando metodología empírica y analítica que sirve de pruebas estadísticas para el análisis de datos. (p. 91)

Este tipo de investigación, a decir de Villegas parte de problemas y objetivos bien definidos, de lo contrario no podrá ser trabajada. Utiliza instrumento de recolección de datos y técnicas de control y medición de variables bien estructuradas, con la finalidad de garantizar la confiabilidad y validez de os datos obtenidos.

4.1.2. Nivel de la investigación de las tesis.

La investigación fue de nivel descriptiva – correlacional

El tipo de investigación es descriptivo correlacional; *descriptivo* porque se analizaran las variables capacitación, descomponiendo en sus elementos

(indicadores), para observar cómo se manifiesta el fenómeno y señalar las propiedades más importantes de las mypes del sector servicio - rubro hospedajes; *correlacional*, porque se vincularon las variables independientes: a fin de determinar el grado de relación y correlación que existe entre dichas variables.

4.2. Población y muestra.

4.2.1. Población

Para la población se consideró al área de Producción en los Hospedajes aledaños a la zona, para Arias (2006) nos dice que se entiende por población es : "(...) conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio". (p. 81).

Los manuales clásicos de epistemología suelen definir la ‘población’ como el conjunto de todas las medidas o personas de un cierto tipo, y la hacen sinónima del concepto más antiguo de ‘universo’ (Jiménez Fernández, 1983; Sierra Bravo, 1988; Gil Pascual, 2004).

4.2.2. Muestra

Sierra Bravo hace hincapié en la generalización de resultados:

“... una parte representativa de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos, también para el universo total investigado”. (Sierra Bravo, 1988: 174)

La población correspondió a los Hospedajes de la Urbanización Jorge Chávez, del Distrito de Callao.

Los mismos que se componen de un promedio de 14 en la zona.

Periodo: 2018

Tabla 2: *Población Hospedajes*

Nº	Denominación	Dirección
1.	Hospedaje Internacional	Bocanegra 395 Urb. Industrial Bocanegra (Alt. Grupo Nº 8 Fap)
2.	Hospedaje Paraíso	Vía Mza. L Lote 11 Urb. Jorge Chávez - 1º Etapa (Entre Av. Tomas Valle Y Prolog. Av. Perú)
3.	Hospedaje La Estación San Francisco	Av. El Olivar 348 Urb. El Cóndor
4.	Hospedaje Las Palmeras	Av. Francisco Forcelledo 420 Mza. J Lote 14 (Alt. Cdra. 34 Av. Colonial)
5.	Hospedaje Acuarios	Vía Mza. T-1 Lote 1 2º Piso
6.	Hospedaje El Caribe	Calle Pons Musso 256-260 Urb. Jorge Chávez Mza. B Lote 10 - 2º Etapa
7.	Hospedaje Los Dominicos	Av. Los Dominicos Mza. L Lote 33 (Cdra. 6)
8.	Hospedaje Oro negro	Av. El Olivar Mza. P Lote 17 Urb. Jorge Chávez - 1º Etapa
9.	Hospedaje Melodi G	Av. Pacasmayo Mza. A Lote 23 2º Piso
10.	Hospedaje el Jinete	Urb. Jorge Chávez 2da etapa Mz L, lote 12. (A 4

N°	Denominación	Dirección
		Cdras. De Comisaria Vipol)
11.	El Dorado	Av. Pacasmayo Mza. A Lote 24 Urb. Jorge Chávez
12.	El Olivar	Vía Mza. C Lote 21 Urb. Jorge Chávez - 2º Etapa
13.	Padama Hotel	Av. El Olivar 1238, Mz. C, lote 12, Urb. Jorge Chávez
14.	El Príncipe	Jr. Gustavo Pons Musso 128-130 Urb. Jorge Chávez
Total		14

4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 3: Operacionalización de variables

Variable		Definición Operacional			Escala de Medición
		Dimensión		Indicador	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Capacitación	Proceso educativo a corto plazo, el cual se aplica de forma sistemática y organizada, por medio del cual personas adquieren conocimientos, logran desarrollar habilidades y competencias, todo en función de objetivos previamente definidos. Castanyer, F., (1999).	Capacitación de inducción	Programa formal de inducción, los empleados adquieren conocimientos, habilidades y actitudes	Conocimiento	Likert
				Relación con compañeros	
				Nivel de concentración	
		Capacitación en habilidades	Referida a la capacitación de equipos y la capacitación de diversidad tienen una importancia fundamental en las organizaciones actuales.	Cualidades del personal	
				Atributos del personal	
				Facilidad de adaptación	
		Capacitación combinada	Consiste en programas de entrenamiento que combinan la experiencia práctica del trabajo, con la educación formal en clases.	Conocimiento en la labor desempeñada	
				Calidad en la atención al usuario	
				Alto grado de responsabilidad	
Competitividad	Rasgos, sobre los cuales el autor fundamenta cuatro factores que para él son claves en la determinación de la competitividad: dotación, demanda interna, estructura productiva, predisposición social. Estrada. (2013).	Dotación del país	Elemento que sirve para determinar cuál es la cantidad y calidad de los llamados factores productivos que se denominan básicos	Cantidad de productos	Likert
				Calidad de productos	
		Demanda Interna	Necesidad de los productos o servicios con relación a la oferta existente	Necesidad de productos	
				Necesidad de servicios	
		Estructura Productiva	Logro de relaciones horizontales y verticales a fin de estimular la competitividad.	Relaciones horizontales	
				Relaciones verticales	
		Predisposición Social	Predisposición social hacia la innovación, incluye los aspectos legales hacia la innovación	Innovación	
				Aspectos legales	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- **Técnica apreciación de fuente documental:** “Esta constituida por aquel análisis que se realiza por medio de la consulta de documentos entre ellos: (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códices, constituciones, entre otros). Los estudios con diseño de campo o investigación directa vendrían a ser aquella que se realiza en un lugar y tiempo determinado en un momento específico donde se dan los fenómenos que serán objeto de estudio y la investigación mixta, vendría a ser aquella en la que la naturaleza está presente en el ejercicio de la investigación documental, así como la de campo”. (Zorrilla ,1993:43).
- **Técnica de entrevista:** Behar, (2008), con relación a la forma de entrevista ubicada en la conclusión del método, vendría a ser el enfoque específico que se da en la interacción social cuyo objetivo es la recolección de los datos en aras de una indagación. En este proceso el investigador plantea preguntas hacia los entrevistados que sean capaces de aportar datos de utilidad, instaurando una plática distintiva, asimétrica, quedando claro alguien realiza la procura y recolecta de información y otra es la fuente. Es obvio que esta técnica solo aplica a seres humanos. (p. 55).

4.5. Plan de análisis

El modelo o guía para las preguntas en la entrevista, plantea que las preguntas se deben elaborar de forma abierta, esto con la finalidad de que el entrevistado se sienta cómodo y exprese libremente su opinión, este enfoque se ha hecho propicio

para la solución de problemas en general y de carácter específico y ofreciendo un horizonte al supuesto del problema.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 4: *Matriz de Consistencia*

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología y Diseño de la Investigación	Instrumento y Procedimiento
<p>General: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación y la competitividad en las Mypes en el sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao, 2018?</p> <p>Específicos: ¿Cuáles son las características de los representantes de las Mypes del sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao, 2018?</p> <p>¿Cuáles son las características de las Mypes del sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao, 2018?</p> <p>¿Cuáles son las características de la capacitación en las Mypes del sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao, 2018?</p> <p>¿Cuáles son características de la competitividad en las Mypes en el sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao, 2018?</p>	<p>General Determinar las principales características de la capacitación competitiva en las Mypes del sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao 2018</p> <p>Específicos Describir características de los representantes de las Mypes del sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao 2018</p> <p>Describir características de las Mypes del sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao 2018</p> <p>Describir características de la capacitación en las Mypes del sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao, 2018</p> <p>Describir características de la competitividad en las Mypes del sector servicios, rubro hospedaje de la urbanización Jorge Chávez del distrito del Callao, 2018</p>	<p>Independiente Capacitación</p> <p>Dependiente Competitividad</p>	<p>Población: Rubro Hospedajes Callao</p> <p>Muestra: Urbanización Jorge Chávez – Callao.</p>	<p>Método -Tipo: Cuantitativo. -Nivel: Correlacional.</p> <p>Diseño: <u>No experimental</u>, Porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, Gestión de Calidad y Beneficios, es decir se observara el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p><u>Transversal</u>, Porque la investigación está centrada en analizar cuál es el nivel o estado de las variables.</p> <p><u>Correlacional</u>, Porque el estudio está basado en la relación de la variable Gestión de Calidad y los Beneficios que se logran con su aplicación.</p>	<p>Técnica: encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario estructurado</p>

4.7. Principios éticos

Por ello la presente investigación se tiene en cuenta los siguientes principios éticos en todo el trabajo de estudio:

Principios de Confidencialidad: Donde se guardará la confidencialidad, no exponiendo los resultados y guardando la intimidad de las personas, así mismo solo se publicará la información que desee se publique el dueño de la micro y pequeña empresa quien proporciona la información.

Principios de Confiabilidad: Los datos que se presenten son reales y contundentes.

Respecto a la Persona Humana: Se respetará las ideas, creencias de las personas, para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.

El Principio de Justicia: Que se cumplirá mediante el trato adecuado antes, durante, después del proceso de recolección de datos.

El Conocimiento Informado: Que se cumplirá informando los elementos de la muestra sobre el objetivo del cuestionario estructurado.

Honestidad: Cuidando que los resultados solamente se utilizarán para los efectos del trabajo de investigación.

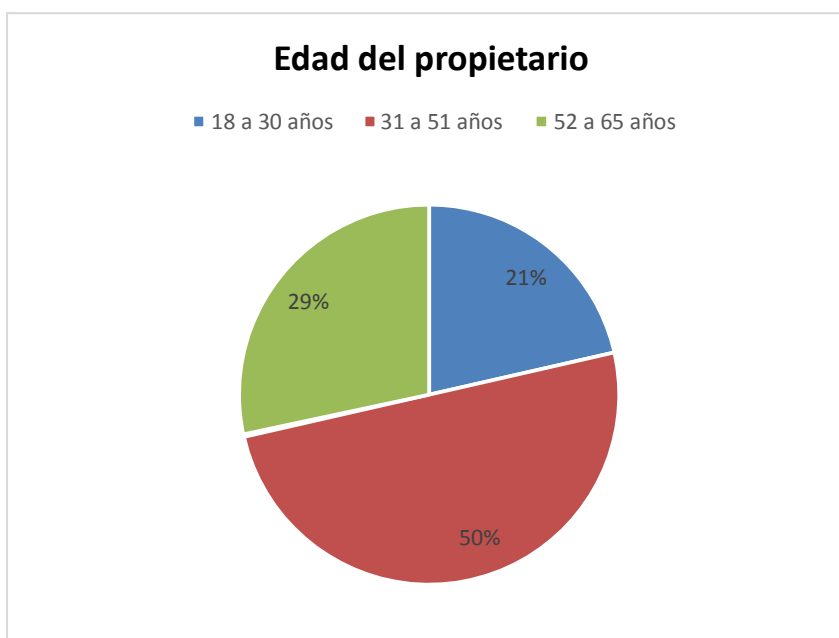
IV: RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Resultados

Tabla 1: *Edad del propietario de la empresa*

	Frecuencia	Porcentaje
18 a 30 años	3	21%
31 a 51 años	7	50%
52 a 65 años	4	29%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta realizada



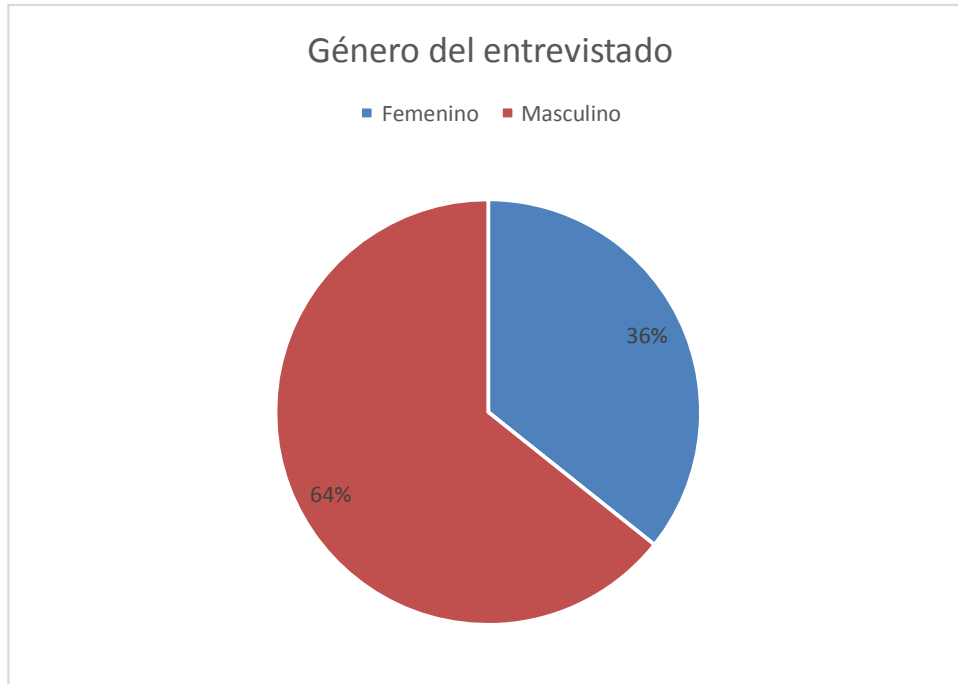
Fuente: Tabla 1

INTERPRETACIÓN: Muestra que 21% varía entre 18 a 30(1), donde el 29% confirma que su edad fluctúa entre 31 a 51 años(2) y el 50% que su edad esta entre 52 a 67 años

Tabla 2: Género del entrevistado

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	1	36%
Masculino		64%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta realizada



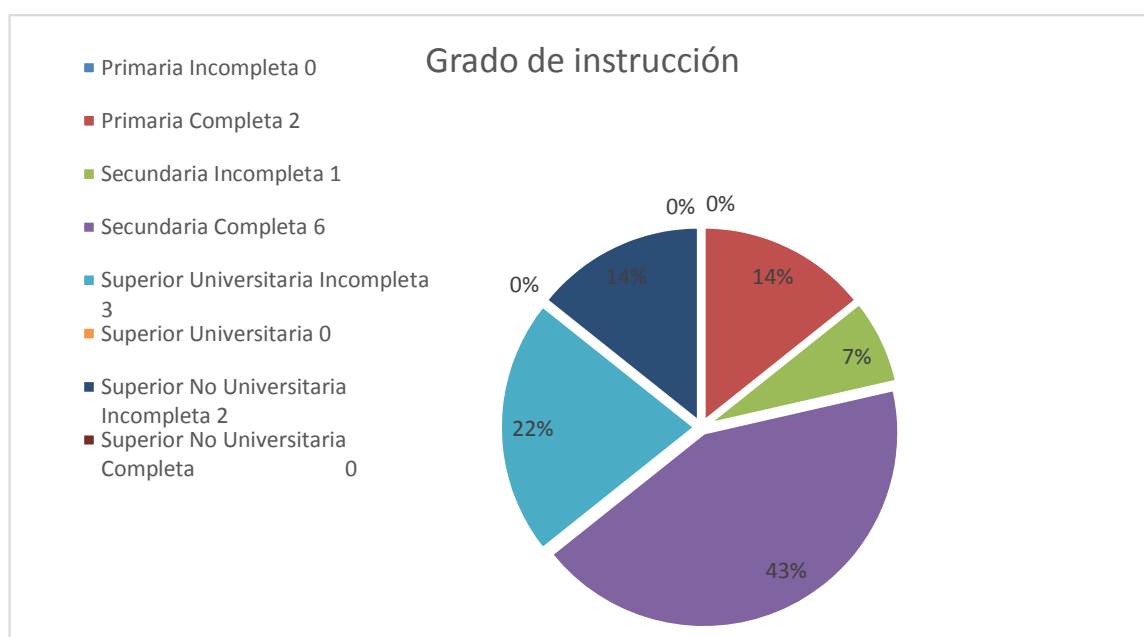
Fuente: Tabla 2

INTERPRETACIÓN: en la tabla 2 se puede observar que el género masculino ocupa el 64% de la utilidad de gerente y /o propietarios de los negocios, mientras que el género femenino ocupa 36%.

Tabla 3: *Grado de instrucción*

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria Incompleta	0	0%
Primaria Completa	2	14%
Secundaria Incompleta	1	7%
Secundaria Completa	6	43%
Superior Universitaria Incompleta	3	22%
Superior Universitaria	0	0%
Superior No Universitaria Incompleta	2	14%
Superior No Universitaria Completa	0	0%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*



Fuente: *Tabla 3*

INTERPRETACIÓN: Se reconoce que el 43%. De los representante del servicio tiene lograda la secundaria complet, también se puede ver que el 22% tiene un grado de instrucción de superior universitaria incompleta, mientras 14% tiene instrucción de superior no universitaria y por ultimo 14% superior no universitaria completa

Tabla 4: *Profesión del Entrevistado*

	Frecuencia	Porcentaje
Contador	4	34%
Analista Financiero	1	18%
Administrador	7	58 %
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*



Fuente: *Tabla 4*

INTERPRETACIÓN: la gráfica número cuatro señala que el 58% son administradores, el 34% tiene conocimiento de contabilidad y por último el 8% es analista financiero práctico.

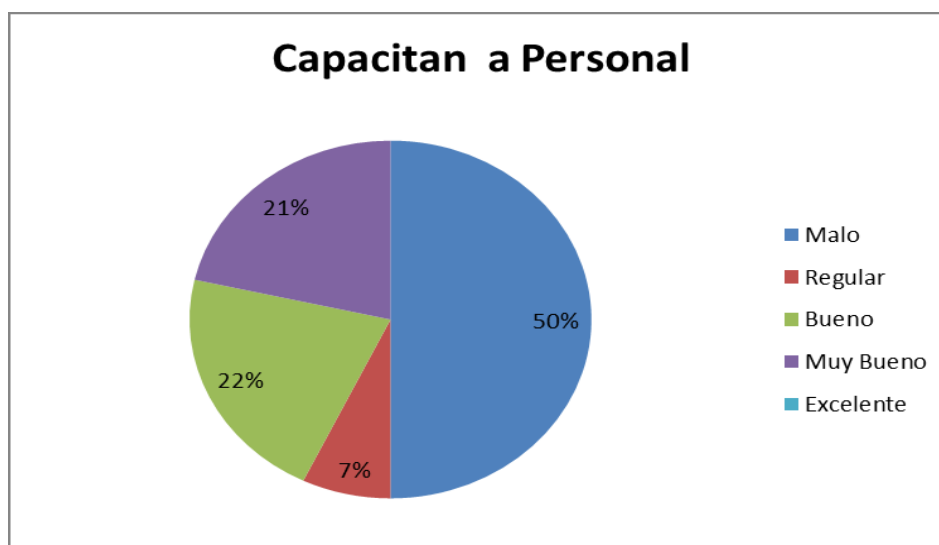
VARIABLE CAPACITACIÓN
CAPACITACIÓN DE INDUCCIÓN

Tabla 5: *Capacitación a personal*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	7	50%
Regular	1	7%
Bueno	3	21%
Muy Bueno	3	22%
Excelente		0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta realizada

Figura 5: *Capacitación a personal*



Fuente: Tabla 5

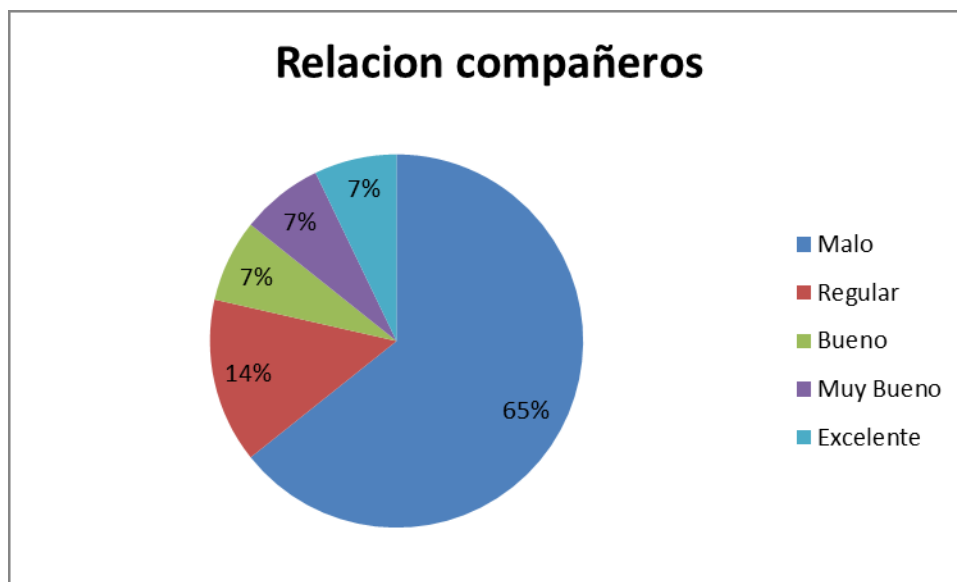
INTERPRETACIÓN: Se reconoce que un 50% del total considera que la capacitación al personal tiene un nivel malo, seguido de 22% que indican que es muy bueno.

Tabla 6: *Relación compañeros*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	9	65%
Regular	2	14%
Bueno	1	6%
Muy Bueno	1	6%
Excelente	1	6%
TOTAL	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 6: *Relación compañeros*



Fuente: *Tabla 6*

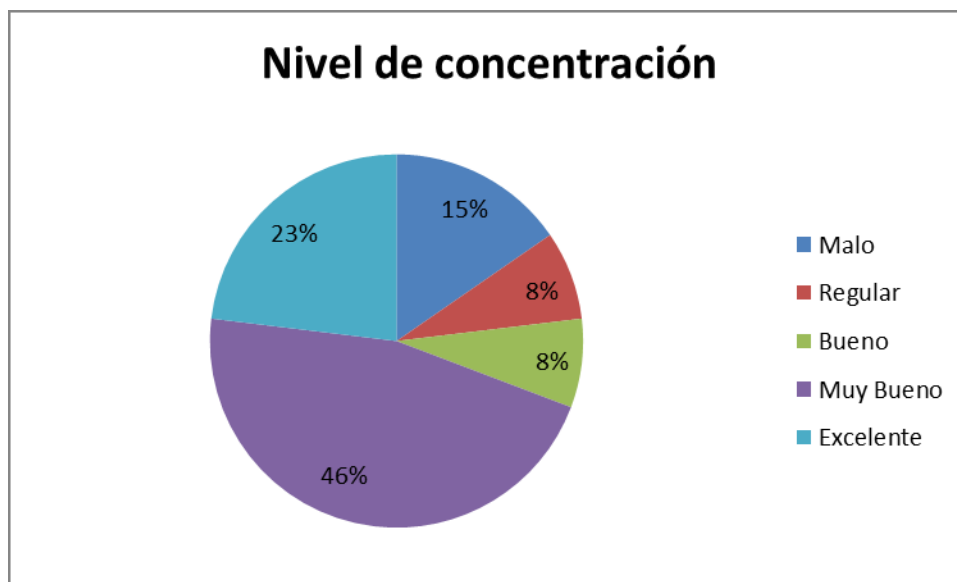
INTERPRETACIÓN: Acerca de la relación con los compañeros se reconoce que el 65% considera que esta es mala.

Tabla 7: Nivel de concentración

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	15%
Regular	1	8%
Bueno	1	8%
Muy Bueno	6	46%
Excelente	3	23%
TOTAL	13	100%

Fuente: Encuesta realizada

Figura 7: Nivel de concentración



Fuente: Tabla 7

INTERPRETACIÓN: Los resultados reconocen que acerca del nivel de concentración el 46% reconoce que este es muy bueno, mientras que el 23% indica ser excelente o de buen nivel.

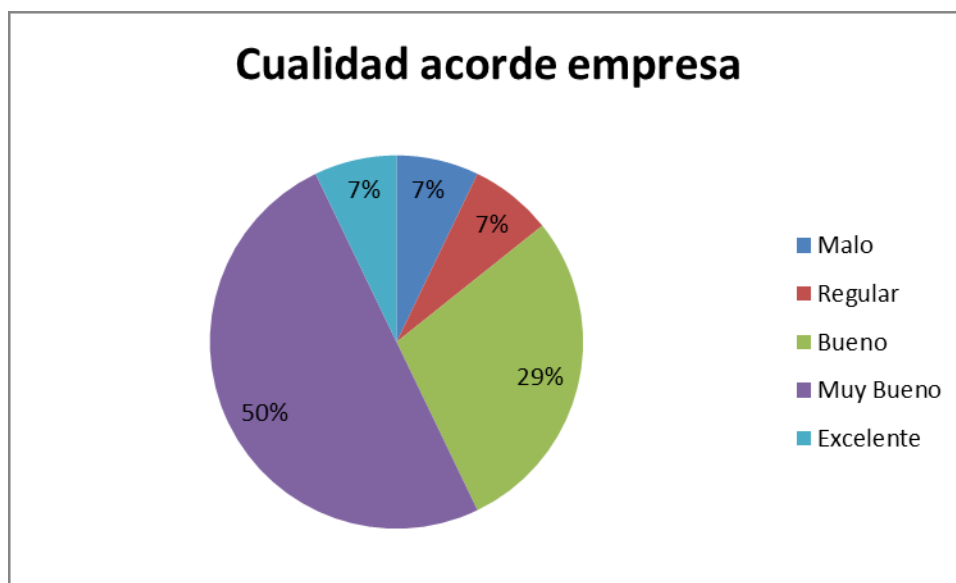
CAPACITACIÓN EN HABILIDADES

Tabla 8: *Cualidades acorde empresa*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	1	7%
Bueno	4	29%
Muy Bueno	7	50%
Excelente	1	7%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 8: *Cualidades acorde empresa*



Fuente: *Tabla 8*

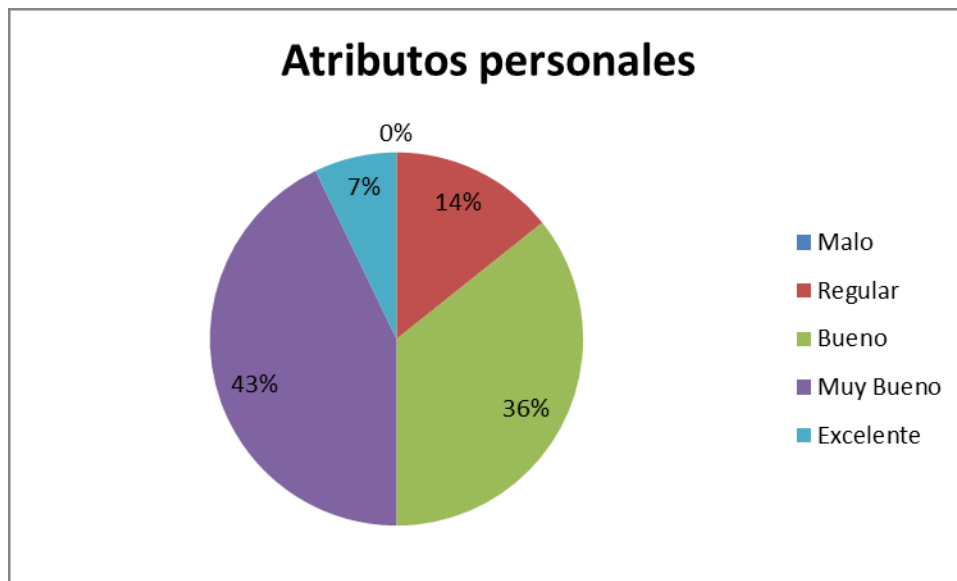
INTERPRETACIÓN: Acerca de que los colaboradores mantienen cualidades acorde con la empresa, el 50% indica que este tiene nivel muy bueno, mientras que para el 29% este es bueno.

Tabla 9: *Cualidades acorde empresa*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	0	7%
Regular	2	7%
Bueno	5	29%
Muy Bueno	6	50%
Excelente	1	7%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 9: *Cualidades acorde empresa*



Fuente: *Tabla 9*

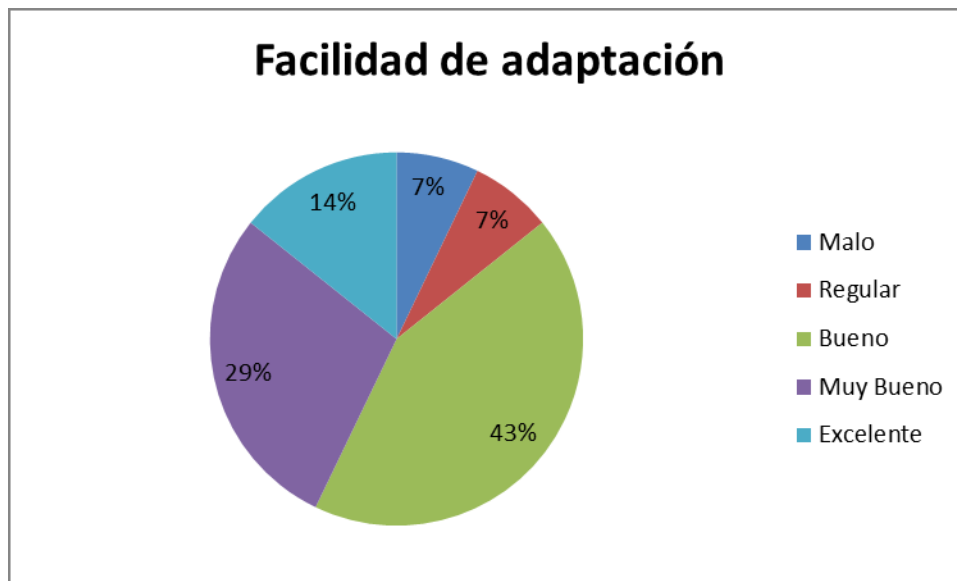
INTERPRETACIÓN: Sobre reconocer los atributos personales, un 43% indica que este es muy bueno, mientras que 36% lo reconoce como bueno.

Tabla 10: *Facilidad de adaptación*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	1	7%
Bueno	6	43%
Muy Bueno	4	29%
Excelente	2	14%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 10: *Facilidad de adaptación*



Fuente: *Tabla 10*

INTERPRETACIÓN: Acerca de la facilidad de adaptación, la muestra indica que 43% lo reconoce como bueno, mientras que 29% lo reconoce como muy bueno.

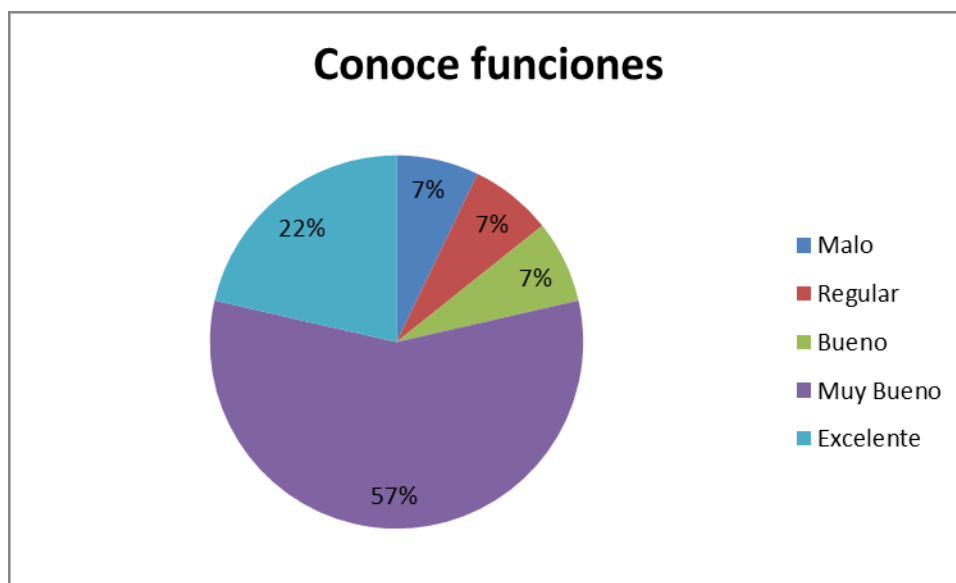
CAPACITACIÓN COMBINADA

Tabla 11: *Conoce funciones*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	1	7%
Bueno	1	7%
Muy Bueno	8	57%
Excelente	3	22%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 11: *Conoce funciones*



Fuente: *Tabla 11*

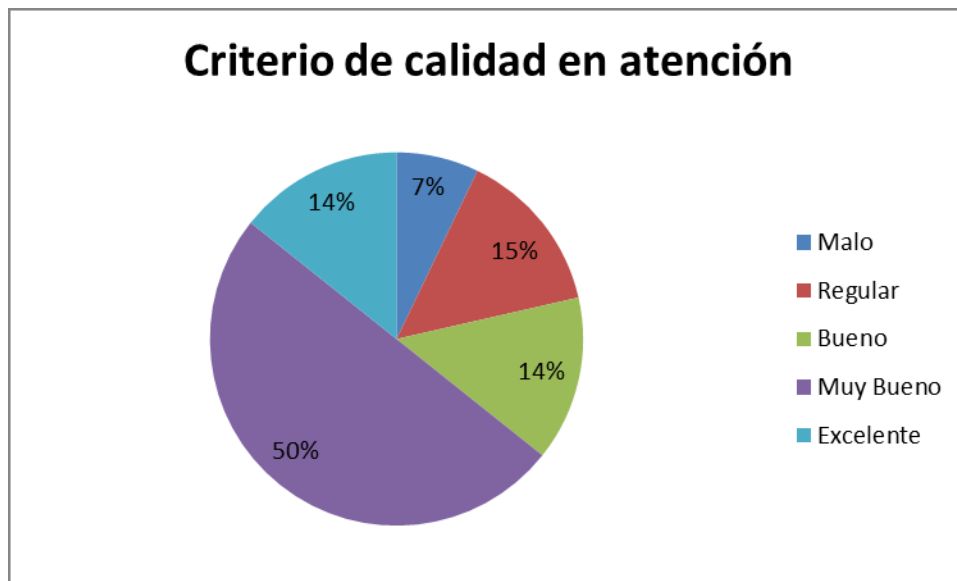
INTERPRETACIÓN: Sobre saber las funciones de los colaboradores dentro de la empresa, se indica que 57% indican que esto es muy bueno, mientras que para el 22% esto es excelente.

Tabla 12: *Criterio de calidad en atención*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	2	15%
Bueno	2	14%
Muy Bueno	7	50%
Excelente	2	14%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 12: *Criterio de calidad en atención*



Fuente: *Tabla 12*

INTERPRETACIÓN: Acerca del criterio de calidad de atención se reconoce entre el 50% de la población que este es muy bueno, mientras que 14% indican que es bueno o excelente.

Tabla 13: *Grado de responsabilidad*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	1	15%
Bueno	3	14%
Muy Bueno	7	50%
Excelente	2	14%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 13: *Grado de responsabilidad*



Fuente: *Tabla 13*

INTERPRETACIÓN: Para medir el grado de responsabilidad la muestra indica en un 50% que este es muy bueno, mientras que 22% reconoce que este es de buen nivel.

VARIABLE Y: COMPETITIVIDAD

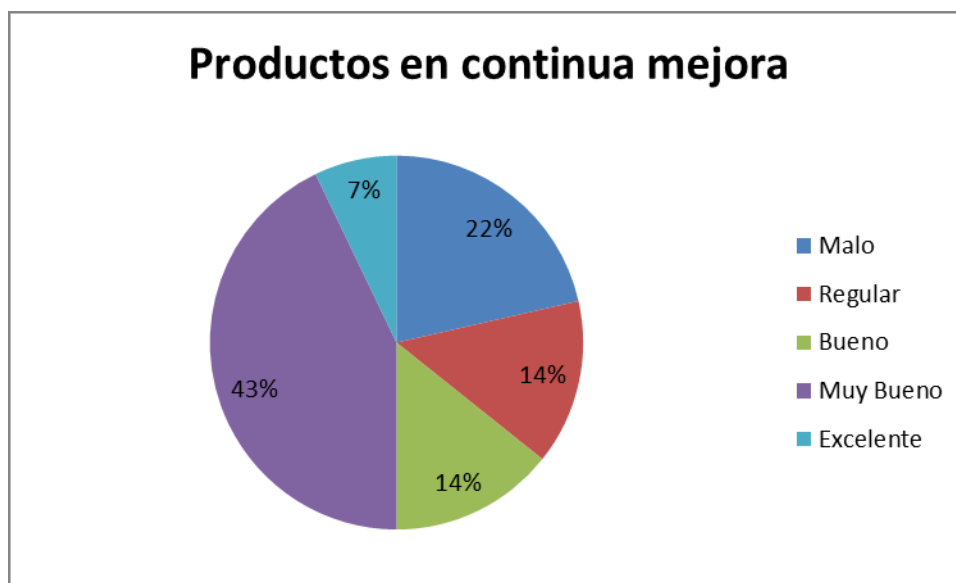
TANGIBLES

Tabla 14: *Productos en continua mejora*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	3	22%
Regular	2	14%
Bueno	2	15%
Muy Bueno	6	43%
Excelente	1	7%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 14: *Productos en continua mejora*



Fuente: *Tabla 14*

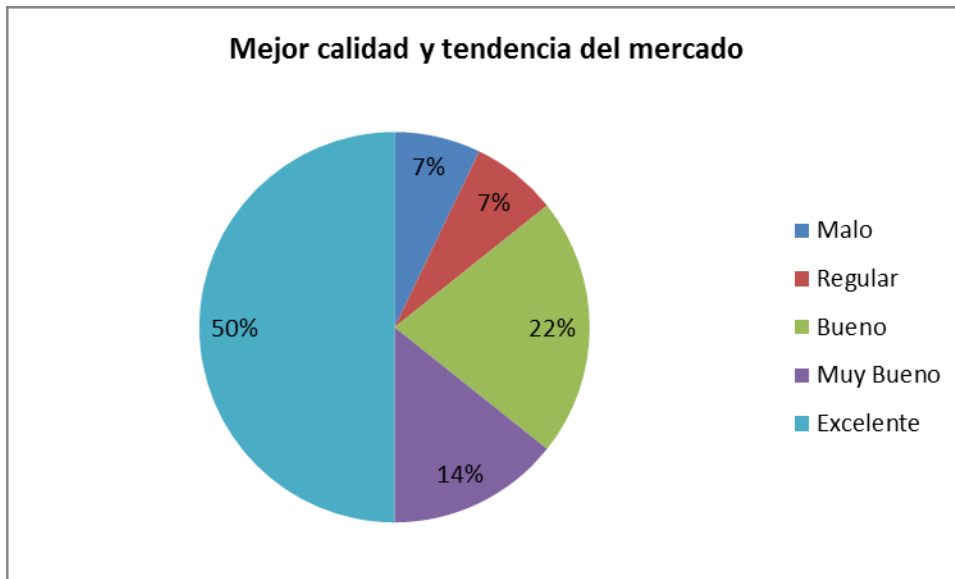
INTERPRETACIÓN: Acerca de los productos en continua mejora 43% indica que esto es muy bueno, mientras que 22% reconoce que es malo.

Tabla 15: *Mejor calidad y tendencia del mercado*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	1	7%
Bueno	3	22%
Muy Bueno	2	14%
Excelente	7	50%
	14	100%

Fuente: Encuesta realizada

Figura 15: *Mejor calidad y tendencia del mercado*



Fuente: Tabla 15

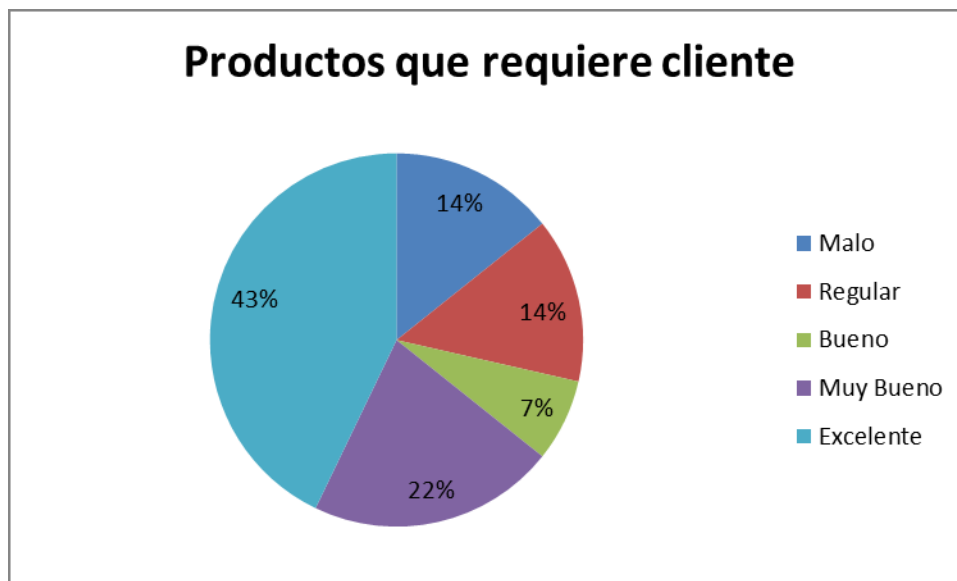
INTERPRETACIÓN: Acerca de la mejor calidad y tendencia del mercado el 50% reconoce que esto es excelente, mientras que 22% es bueno.

Tabla 16: *Productos que requiere cliente*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	7%
Regular	2	7%
Bueno	1	22%
Muy Bueno	3	14%
Excelente	6	50%
	14	100%

Fuente: Encuesta realizada

Figura 16: *Productos que requiere cliente*



Fuente: Tabla 16

INTERPRETACIÓN: Acerca de los productos que requiere cliente, el 43% indican que este indicador es excelente, mientras que solo 22% reconoce que esto es muy bueno.

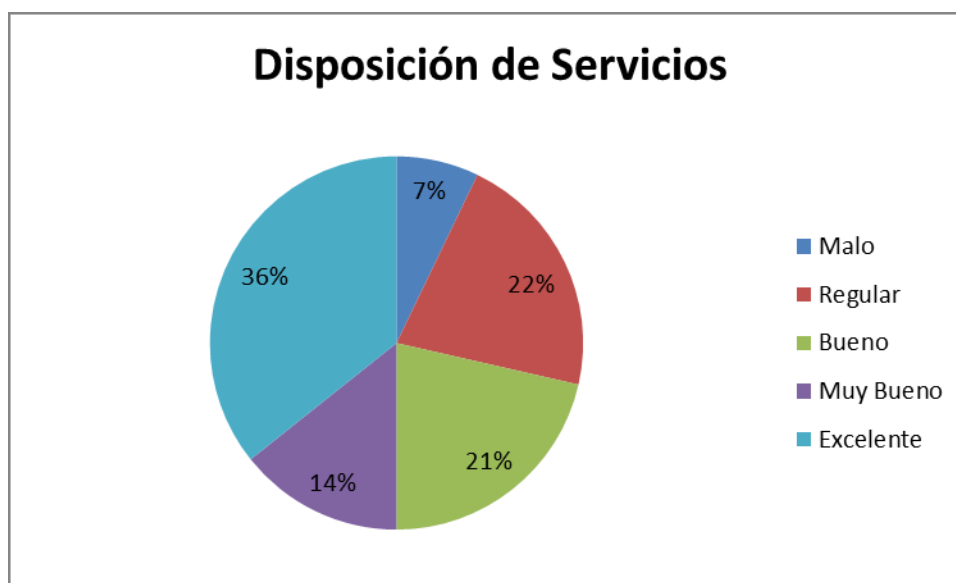
DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD

Tabla 17: *Disposición de Servicios*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	3	22%
Bueno	3	21%
Muy Bueno	2	14%
Excelente	5	36%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 17: *Disposición de Servicios*



Fuente: *Tabla 17*

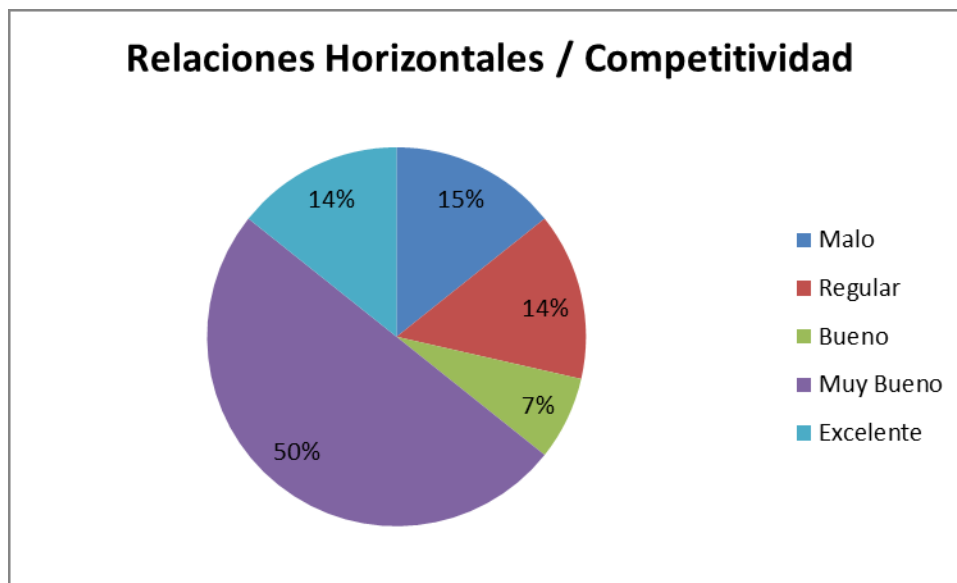
INTERPRETACIÓN: Sobre la disposición de servicios se reconoce que el 36% indica que es excelente, 22% indica que es regular.

Tabla 18: *Relaciones horizontales / Competitividad*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	14%
Regular	2	15%
Bueno	1	7%
Muy Bueno	7	50%
Excelente	2	14%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 18: *Relaciones horizontales / Competitividad*



Fuente: *Tabla 18*

INTERPRETACIÓN: Acerca de las relaciones horizontales / competitividad, se reconoce que para 50% esto es muy bueno, mientras que 14% indica que para ellos es bueno.

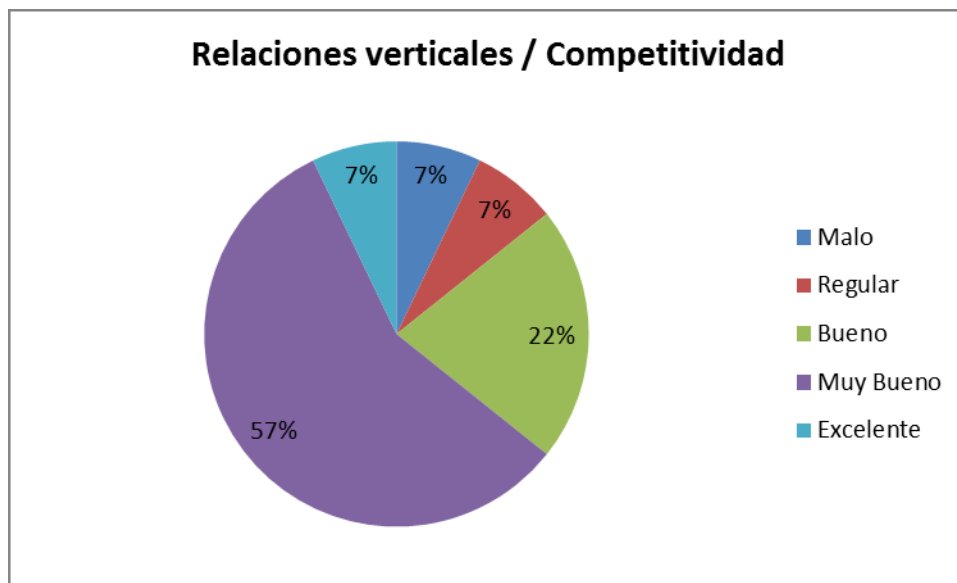
NIVEL DE RESPUESTA

Tabla 19: *Relaciones verticales / Competitividad*

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	1	7%
Bueno	3	22%
Muy Bueno	8	57%
Excelente	1	7%
	14	100%

Fuente: Encuesta realizada

Figura 19 : *Relaciones verticales / Competitividad*



Fuente: Tabla 19

INTERPRETACIÓN: Sobre relaciones verticales / Competitividad, que el 57% indican que esto es muy bueno, mientras que para 22% esto es solo bueno.

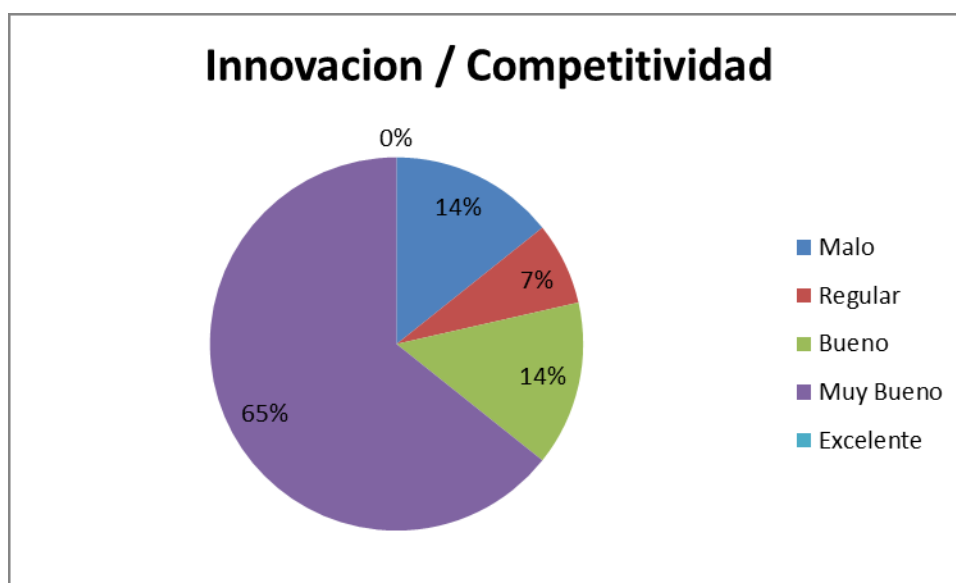
EMPATÍA

Tabla 20: *Innovación / Competitividad*

Innovación / Competitividad	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	14%
Regular	1	7%
Bueno	2	14%
Muy Bueno	9	65%
Excelente	0	0%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 20: *Innovación / Competitividad*



Fuente: *Tabla 20*

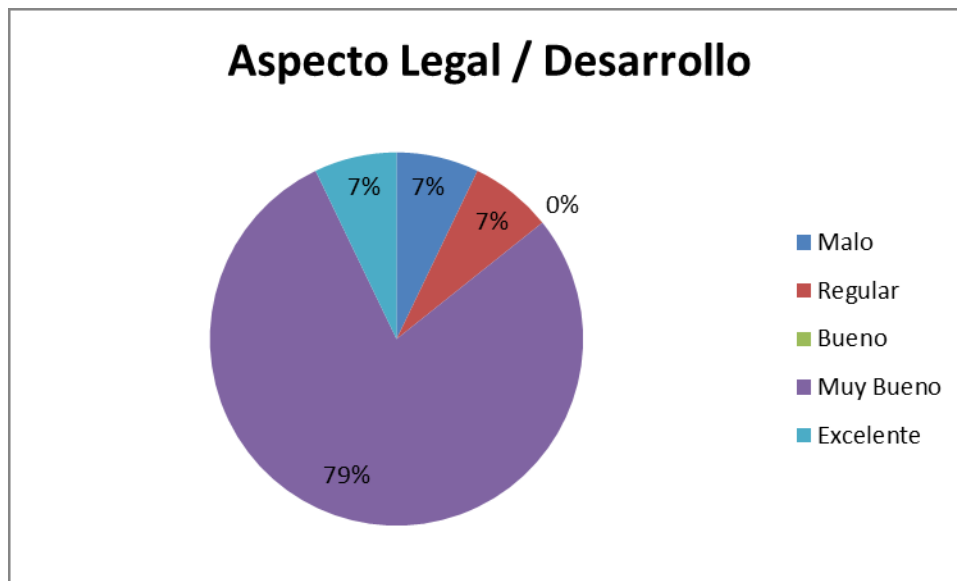
INTERPRETACIÓN: Acerca de la Innovación y la Competitividad, se reconoce que 65% indica que esto es muy bueno, mientras que 14% indica que es bueno.

Tabla 21: *Aspecto Legal /Desarrollo*

Aspecto legal / Desarrollo	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	7%
Regular	1	7%
Bueno	0	0%
Muy Bueno	11	79%
Excelente	1	7%
	14	100%

Fuente: *Encuesta realizada*

Figura 21: *Aspecto Legal / Desarrollo*



Fuente: *Tabla 21*

INTERPRETACIÓN: Sobre conocer el aspecto legal y desarrollo, se obtuvo que 79% indica que esto es un elemento muy bueno.

5.2. Análisis de Resultados

Se reconoce que un 50% del total considera que la capacitación al personal tiene un nivel malo, seguido de 22% que indican que es muy bueno. Además, sobre la relación con los compañeros se reconoce que el 65% considera que esta es mala. Los resultados reconocen que acerca del nivel de concentración el 46% reconoce que este es muy bueno, mientras que el 23% indica ser excelente o de buen nivel, al igual que el estudio de Arcos (2014) que en su estudio concluyó que la mayoría de los empleados de las distintas PYME's del norte de la Ciudad de Quito, no han recibido ninguna capacitación por parte de las empresas en la cual laboran, siendo esto una gran limitación en el desempeño laboral, ya que no obtienen un mayor nivel de especialización en las labores que desempeñan, por lo tanto, las consecuencias se evidencian en el precario progreso de sus labores y en el desarrollo de la empresa, evidenciándose que la ausencia de un plan de capacitación dentro de las empresas, ya que los trabajadores desconocen en gran parte información relevante de la empresa y limita la atención al cliente, lo cual afecta la imagen de la empresa. Desde otra perspectiva, la capacitación en la empresa, una interpelación al sistema formal, definida por el autor Abraham Pain (2001), en su libro *Capacitación Laboral*, el autor expone que la capacitación en la organización interviene en varios contextos, el económico, organizacional y el de las relaciones sociales de una forma compleja. Considera que los autores son múltiples, siendo estos, los propietarios, los empleados, sindicatos, organizaciones patronales, decisiones gubernamentales, sin olvidar la figura de las multinacionales. Es decir, que la capacitación no es algo totalmente natural, consensual, en muchos casos se da en un entorno turbulento, en los cuales existen conflictos entre los actores, donde probablemente sean escasos los

periodos de calma, pero el conflicto siempre estará presente.

Acerca de que los colaboradores mantienen cualidades acordes con la empresa, el 50% indica que este tiene nivel muy bueno, mientras que para el 29% este es bueno. Sobre reconocer los atributos personales, un 43% indica que este es muy bueno, mientras que 36% lo reconoce como bueno. Y sobre la facilidad de adaptación, la muestra indica que 43% lo reconoce como bueno, mientras que 29% lo reconoce como muy bueno. Del mismo modo que el estudio de Sandoval, B., Morales, D., y Bascur, B., (2017), en el que la muestra el 80.0% consideran que algunas veces los clientes de la competencia pueden dictar nuevas reglas en el servicio, el 53.3% casi nunca determinan cuál es la necesidad de capacitación, cuáles son sus causas y si está asociada a otra necesidad, el 53.3% algunas veces toma en cuenta que debe enseñarse, donde debe enseñarse, quien debe aprender, cuando enseñar, como y a quien enseñar y el 40.0% casi siempre determinan si los contenidos y técnicas aplicadas fueron las apropiadas para transmitir los conocimientos y habilidades, el 33.3% siempre lo determina. Se concluyó que en el proceso de capacitación los empresarios están cometiendo muchos errores, los cuales afectan negativamente a la empresa. Por otro lado, respecto a la competitividad se concluye que los empresarios son conscientes de las 5 fuerzas de Porter y cómo estas afectan a la empresa.

Sobre saber las funciones de los colaboradores dentro de la empresa, se indica que 57% indican que esto es muy bueno, mientras que para el 22% esto es excelente. Acerca del criterio de calidad de atención se reconoce entre el 50% de la población

que este es muy bueno, mientras que 14% indican que es bueno o excelente. Para medir el grado de responsabilidad la muestra indica en un 50% que este es muy bueno, mientras que 22% reconoce que este es de buen nivel.

Acerca de los productos en continua mejora 43% indica que esto es muy bueno, mientras que 22% reconoce que es malo. De otro lado sobre la mejor calidad y tendencia del mercado el 50% reconoce que esto es excelente, mientras que 22% es bueno. Y sobre los productos que requiere cliente, el 43% indican que este indicador es excelente, mientras que solo 22% reconoce que esto es muy bueno. En este aspecto Nizama (2017) acerca de la calidad del servicio indica que en su muestra se reconoce un óptimo nivel de calidad del servicio, sin embargo, existen ciertos puntos por mejorar, tal como la mejora en la infraestructura y mantenimiento de las instalaciones; siempre tomando en cuenta las expectativas de los huéspedes; obtenidas del análisis de los resultados.

Acerca de la disposición de servicios se reconoce que el 36% indica que es excelente, 22% indica que es regular. Respecto a las relaciones horizontales / competitividad, se reconoce que para 50% esto es muy bueno, mientras que 14% indica que para ellos es bueno.

Sobre relaciones verticales / Competitividad, que el 57% indican que esto es muy bueno, mientras que para 22% esto es solo bueno. Además, hablar de la Innovación y la Competitividad, se reconoce que 65% indica que esto es muy bueno, mientras que 14% indica que es bueno. Sobre conocer el aspecto legal y desarrollo,

se obtuvo que 79% indica que esto es un elemento muy bueno, a todo esto, Porter (1999) en su libro *Ser Competitivo*, expone que la competitividad es posible determinarla con base a una serie de rasgos, sobre los cuales el autor fundamenta cuatro factores que para él son claves en la determinación de la competitividad. Para Estrada (2013), la competitividad viene a ser un término microeconómico, que hace referencia específicamente al ámbito de la empresa y a su capacidad para competir frente a las demás empresas que hacen vida en el mercado, sin embargo, se viene presentando ciertas distorsiones, las cuales se derivan del uso del término en el ámbito macroeconómico.

V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones de la investigación

En relación a las principales características que nos presentan las Mype que están diversificados de estudios, puede concluir que el 100% de las mismas se dedican al servicio de Hospedajes estando estas vigentes en el mercado.

Los resultados indican que el personal requiere capacitación en diferentes actividades y conocimiento propio de los procesos de tesorería, lenguaje que debe utilizar el personal, vocabulario del servicio, mecánica operativa.

Los empleados que atienden no son proactivos, pero antes deben conocer las actividades propias del área.

Existen obstáculos de carácter de infraestructura, equipos, mobiliario, etc., que no permiten una buena atención a los usuarios.

Los resultados también indican que no existe ambiente de confianza y desarrollo de personal. La alta rotación del personal en el Área obliga a realizar capacitación real en forma permanente.

Finalmente, las conclusiones nos indican que es necesario e importante conocer las necesidades, demandas y diferentes usos de la información que tienen las áreas de tesorería, así como lo que requieren los clientes, por consiguiente, este tipo de

estudios constituyen una herramienta para conseguir el objetivo. Además, ha permitido evaluar la calidad de los servicios que brindan las mypes del sector hospedajes en Callao, para analizar todos los procesos, mejorarlas o innovarlas.

6.2. Recomendaciones

Establecer prioritariamente programas de capacitación del personal para mejorar la atención a los usuarios y mejorará la productividad.

Creación de estándares y un control permanente de los estándares.

Medición de la calidad de servicio, haciendo que los participantes establezcan metas personales.

Evaluar periódicamente el proceso de capacitación logrando obtener elementos que puedan servir de retroalimentación.

Realizar estudios con metodología experimental para ver la relación y el efecto de la competitividad y en la calidad de atención en la muestra elegida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arcos, A., (2014). Tesis “Diseño de un plan de capacitación para las PYME’s en servicio al cliente, para el sector Norte de Quito” Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito – Ecuador.
- Bohlander, G., Snell, S., Morris, S. (2018) Administración de recursos humanos (17ª ed.). México DF: CengageLearning.
- Bohlander, Snell, Morris (2017). Administración de Recursos Humanos. Editorial Cengage Learning. 17ma Edición.
- Burgos, M., (2014). Tesis “La política de capacitación como un mecanismo para la mejora de su competitividad: análisis del sector maderero en el Distrito de Villa el Salvador – Lima Metropolitana” Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Castanyer, F., (1999). La Capacitación Permanente en la Empresa. Editorial ALFAOMEGA, Santafé – Colombia.
- Chiavenato, I., (2017). Administración de Recursos Humanos, El capital humano de las organizaciones. 10^{ma} Edición, Editorial Mc Graw-Hill, DF. México.
- Chiavenato (2017). Administración de Recursos Humanos. El Capital humano de las organizaciones. Editorial Mc Graw Hull. 10ma Edición.
- Estrada. (2013). Qué hacemos con la competitividad. España: Ediciones Akal.
- Haidar J.I., (2012). Impacto de las reformas regulatorias empresariales en el crecimiento económico. Revista de las economías japonesa e internacional 26 (3).
- Huamán, L., Tapia, J., (2017). Tesis “Diseño de un plan de capacitación empresarial

para mejorar la administración del Micro empresariado del Mercado Central de Bambamarca, 2016” Universidad Señor de Sipán.

Mantilla, et. al (2015). Tesis “La innovación tecnológica y la competitividad de las PYMES manufactureras del Cantón Ambato”, Universidad Andina Simón Bolívar, en Ambato – Ecuador.

Maza, J., (2018). Tesis “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales, rubro prendas de vestir sport para damas del Centro Comercial Los Algarrobos en Piura, 2018” Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Mendoza, C. y Giraldo, M., (2016). Tesis “La internacionalización y su relación con la competitividad de las PYMES Exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana” Universidad San Ignacio de Loyola.

Pain, Abraham, (2001). Capacitación Laboral, Buenos Aires, Ediciones Novedades Educativas – Universidad Nacional de Buenos Aires.

Palomino, J., (2017). Tesis “Caracterización de la capacitación en gestión empresarial en las Micro y Pequeñas Empresas del Perú: 2011 – 2013” Universidad San Martín de Porres.

Porter, Michael E. “Ser competitivo”, Ediciones DEUSTO S.A, 1999. España.

Ramos, L., (2017). Tesis “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de MYPES del Sector Comercio de abarrotes del mercado Cerro Colorado del Distrito de Juliaca año 2015” Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.

Sandoval, B., Morales, D., y Bascur, B., (2017). Tesis “Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas” Universidad de Concepción, Los Ángeles, Chile.

Nizama, G. (2017) “La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, área de FrontDesk”. En: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama_rgc.pdf

Agurto A. (2017) “Caracterización de la competitividad y la capacitación de las Mypes del sector hotelero en el distrito de Pariñas, provincia de Talara, año 2016”. En: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10574/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_AGURTO_JIMENEZ_ANDREA_YOLANDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tene D. (2018) “Estrategias empresariales y competitividad del hotel Marquez de Rio de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”. En: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4718/1/UNACH-EC-FCP-GEST-GEST-TUR-2018-0007.pdf>

Manual de Buenas Prácticas para Establecimientos de Hospedaje: Personal Administrativo y Posiciones Operativas (2016) – MINCETUR

Arenas, A. (2009) Sistema de gestión de calidad según ISO - 9000.

Anexos

ANEXO N° 1 DIRECTORIO

N°	Denominación	Dirección	Tamaño de la empresa	RUC
1	Hospedaje Internacional	Bocanegra 395 Urb. Industrial Bocanegra (Alt. Grupo N° 8 Fap)	Micro	10040212138
2	Hospedaje Sol	Mza. L Lote 11 Urb. Jorge Chávez - 1° Etapa (Entre Av. Tomas Valle Y Prolog. Av. Perú)	Micro	10801573873
3	Hospedaje La Estación San Francisco	Av. El Olivar 348 Urb. El Cóndor	Micro	1004060551
4	Hospedaje Las Palmeras	Av. Francisco Forcelledo 420 Mza. J Lote 14 (Alt. Cdra. 34 Av. Colonial)	Micro	10460148591
5	Hospedaje Acuarios	VíaMza. T-1 Lote 1 2° Piso	Micro	10181382941
6	Hospedaje El Caribe	Calle Pons Musso 256-260 Urb. Jorge ChávezMza. B Lote 10 - 2° Etapa	Micro	10040276284
7	Hospedaje Los Dominicos	Av. Los Dominicos Mza. L Lote 33 (Cdra. 6)	Micro	10566565365
8	Hospedaje Oro negro	Av. El Olivar Mza. P Lote 17 Urb. Jorge Chávez - 1° Etapa	Micro	10648997999
9	Hospedaje Melodi G	Av. Pacasmayo Mza. A Lote 23 2° Piso	Micro	10587945632
10	Hospedaje el Jinete	Urb. Jorge Chávez 2da etapa Mz L, lote 12. (A 4 Cdras. De Comisaria Vipol)	Micro	10257743051
11	El Dorado	Av. Pacasmayo Mza. A Lote 24 Urb. Jorge Chávez	Micro	10250003019
12	El Olivar	VíaMza. C Lote 21 Urb. Jorge Chávez - 2° Etapa	Micro	10703668084

13	Padama Hotel	Av. El Olivar 1238, Mz. C, lote 12, Urb. Jorge Chávez	Micro	10256899559
14	El Príncipe	Jr. Gustavo Pons Musso 128-130 Urb. Jorge Chávez	Micro	10255539464
Total	14			

ANEXO N° 2

ENCUESTA ESTRUCTURADO



ENCUESTA APLICADO A LOS PROPIETARIOS DELAS MYPES DEL AMBITO DE ESTUDIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micros y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación en la que denomina

CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOSPEDAJES DE LA URBANIZACIÓN JORGE CHÁVEZ, DEL DISTRITO DE CALLAO, LIMA 2018.

PROPUESTA DE ENCUESTA

Buenos días, con fines de investigación le solicito por favor me brinde 2 minutos de su tiempo, con la finalidad de medir los indicadores de capacitación en la empresa en la que labora.

La información es confidencial, por lo que no se solicita ningún dato personal.

Marque con una “x” en el casillero que usted considere.

El número debe ser entre el 1 y el 5, siendo el 1 la mínima satisfacción y el 5 la máxima.

- (1) Malo
- (2) Regular
- (3) Bueno
- (4) Muy Bueno
- (5) Excelente

Datos Generales

Edad del entrevistado

18 a 30 años ()

31 a 51 años ()

52 a 65 años ()

Género del entrevistado

Femenino ()

Masculino ()

Grado de Instrucción del entrevistado

Primaria

Incompleta ()

Completa ()

Secundaria

Incompleta ()

Completa ()

Superior Universitaria

Incompleta ()

Completa ()

Superior No Universitaria

Incompleta ()

Completa ()

Profesión del Entrevistado

Contador ()

Analista Financiero ()

Administrador ()

VARIABLE X: CAPACITACIÓN

Capacitación de inducción

	1	2	3	4	5
1. 1. La capacitación a su personal, brindando nuevos conocimientos, redundo en la mejora de su empresa.					
2. Existe una relación favorable con sus compañeros de trabajo.					
3. El empleado tiene un buen nivel de concentración para realizar un servicio eficiente al cliente.					

Capacitación en habilidades

	1	2	3	4	5
4. El personal cuenta con cualidades acordes a las necesidades de la empresa.					

5. Los trabajadores tienen atributo personal demostrando confianza en la organización..					
6. Los empleados tienen facilidad de adaptación en el puesto al que es asignado.					

Capacitación combinada

	1	2	3	4	5
7. El personal conoce adecuadamente sus funciones para su desempeño laboral.					
8. Los empleados consideran importante el criterio calidad en la atención a sus clientes.					
9. Considera que todo el personal de su empresa debe desempeñarse con un alto grado de responsabilidad.					

VARIABLE Y: COMPETITIVIDAD

Tangibles

	1	2	3	4	5
10. Considera los servicios y productos que brinda su empresa siempre tiene que estar en continua mejora.					
11. Se preocupa que los productos y servicios siempre sean de la mejor calidad y de acuerdo a la tendencia del mercado.					
12. Se interesa por contar con todos los productos que requieren los clientes.					

Confiabilidad

	1	2	3	4	5
13. Considera necesario disponer con todo los servicios que requieren los clientes.					
14. Las relaciones horizontales entre sus colaboradores ayudan a mejorar la competitividad de su empresa.					

Nivel de respuesta

	1	2	3	4	5
15. Las relaciones verticales dentro de su organización están siempre dirigidas a ser más competitivos.					

Empatía

	1	2	3	4	5
16. Considera que la innovación es factor primordial para ser más competitivo en el mercado					
17. usted que el aspecto legal es base primordial para el desarrollo, crecimiento y ser competitivo.					

Muchas Gracias