

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y  
RENDIMIENTO LABORAL EN LAS MYPE RUBRO  
HOTELES DE LA CATEGORÍA TRES ESTRELLAS DEL  
CENTRO DE PIURA, AÑO 2018**

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

**AUTORA:**

**MORÁN GARCIA, HEYDI LUCILA**

**ORCID: 0000-0002-1292-920X**

**ASESORA:**

**PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENÉ**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Moran Garcia, Heydi Lucila

ORCID: 0000-0002-1292-920X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Piura, Perú

### **ASESOR**

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Piura, Perú

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

## HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

---

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

**Presidente**

---

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

**Secretario**

---

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

**Miembro**

---

Dra. Mercedes R. Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, por brindarme la oportunidad para lograr mis metas; a mis padres, por todo su apoyo y esfuerzo que realizan para que yo pueda estudiar*

## **DEDICATORIA**

*A Dios, por acompañarme en cada paso que doy. A mis padres, que siempre me apoyan incondicionalmente en la parte moral y económica para poder llegar a ser una excelente profesional. A mis hermanos y a mi sobrina, por ser mi mayor motivación para poder llegar a ser un ejemplo para ellos*

## **RESUMEN**

La concurrente investigación pertenece a la línea de investigación de caracterización de competitividad, capacitación, rentabilidad y financiamiento de las MYPE asignada por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Definió como objetivo general determinar las características de la competitividad y rendimiento laboral en las MYPE, rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018. Para las variables en estudio se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño es no experimental y de corte transversal. Las organizaciones de estudio fueron 3 MYPE; es decir 3 propietarios y 30 trabajadores, se diseñó un instrumento de recojo de información denominado el cuestionario que constó de 19 preguntas, en los resultados se observó que el 90% de los clientes encuestados manifiestan conocer de la existencia de competencia, 92% consideran el servicio igual al recibido en otras empresas, el 100% consideran que son claros los objetivos de la empresa y 100% manifiestan que existe transparencia en la evaluación. Se concluyó que los clientes conocen de la existencia de competencia, y además consideran que el servicio es igual al recibido en otras empresas, por otro lado, los trabajadores manifestaron tener claros los objetivos de la empresa y aseguran que existe transparencia en la evaluación.

### **Palabras claves:**

Competitividad, expectativas, rendimiento laboral.

## **ABSTRACT**

The concurrent research is part of MYPE competitiveness, training, profitability and financing research line assigned by the Catholic University Angeles of Chimbote. It defined as a general objective to determine the characteristics of competitiveness and labor performance in MYPE's, a category of three stars hotels in Piura downtown, in 2018. The methodology used for the variables under study is quantitative, the level is descriptive and the design is non-experimental and cross-sectional. The organizations of study were 3 MYPE; in fact 3 owners and 30 workers, an information-picking tool called the questionnaire was designed , which was validated by experts in the matter. It was concluded that the characteristics of competitiveness and job performance have been determined through the stages of competitiveness developments, customer satisfaction, worker efficiency and job performance assessments; that within a competitive market, the customers are very demanding and ask the organizations to fulfill the requirements to cover their expectations, on the other hand it is reflected that the workers must be evaluated to obtain greater competitive results.

### **Keywords:**

Competitiveness, expectations, work performance.

## CONTENIDO

<b>EQUIPO DE TRABAJO</b> .....	i
<b>HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>CONTENIDO</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	ix
<b>INDICE DE GRÁFICOS</b> .....	x
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>I. REVISIÓN DE LA LITERATURA</b> .....	9
<b>1.1. Antecedentes</b> .....	9
<b>1.1.1. Competitividad</b> .....	9
<b>1.1.2. Rendimiento laboral.</b> .....	13
<b>1.2. Bases teóricas.</b> .....	17
<b>1.2.1. Competitividad</b> .....	17
<b>1.2.1.1. Etapas de competitividad.</b> .....	17
<b>1.2.1.2. Satisfacción de los clientes.</b> .....	18
<b>1.2.2. Rendimiento laboral</b> .....	18
<b>1.2.2.1. Eficiencia del personal.</b> .....	20

1.2.2.2. Evaluaciones del rendimiento laboral .....	20
<b>II. HIPÓTESIS .....</b>	<b>23</b>
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>24</b>
3.1. Diseño de la investigación.....	24
3.2. Población y muestra.....	24
3.3. Definición y operacionalización de las variables .....	27
3.4. Técnicas e instrumentos.....	29
3.5. Plan de análisis. ....	29
3.6. Matriz de consistencia.....	29
3.7. Principios éticos.....	31
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>32</b>
4.1. Resultados .....	32
4.1.1. Resultados de la variable competitividad. ....	32
4.1.2. Resultados Rendimiento laboral.....	43
5.2. Análisis de resultados.....	51
5.2.1. Competitividad.....	51
5.2.2. Rendimiento Laboral.....	56
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>61</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>67</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Usted cree que su estado emocional influya en sus decisiones de compra? .....	32
Tabla 2: ¿Cree usted que exista competencia para nosotros? .....	33
Tabla 3: ¿Considera que la empresa cuente con puntos débiles? .....	34
Tabla 4: Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera? .....	35
Tabla 5: ¿Considera a la organización como innovadora en el mercado? .....	36
Tabla 6: La empresa se adapta a los cambios externos? .....	37
Tabla 7: ¿Considera a la competencia como amenaza para nosotros? .....	38
Tabla 8: ¿El servicio ha cubierto sus expectativas? .....	39
Tabla 9: ¿El servicio es el que usted deseaba? .....	40
Tabla 10: ¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido? .....	41
Tabla 11: ¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido? .....	42
Tabla 12: ¿Existe trabajo en equipo? .....	43
Tabla 13: ¿Los objetivos de la empresa son claros para usted? .....	44
Tabla 14: ¿Considera usted importante una autoevaluación? .....	45
Tabla 15: ¿Se siente usted satisfecho al ser evaluado por un colega? .....	46
Tabla 16: ¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores acerca de sus funciones? .....	47
Tabla 17: ¿Miden el desempeño laboral de cada trabajador de la empresa? .....	48
Tabla 18: ¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas? .....	49
Tabla 19: ¿Cuenta la empresa con comités evaluadores? .....	50

## INDICE DE GRÁFICOS

<i>Ilustración 1: ¿Usted cree que su estado emocional influya en sus decisiones de compra? .....</i>	<i>32</i>
<i>Ilustración 2: ¿Cree usted que exista competencia para nosotros?.....</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración 3: ¿Considera que la empresa cuente con puntos débiles? .....</i>	<i>34</i>
<i>Ilustración 4: Respecto al área de recepción:¿Lo considera un lugar acogedor para su espera? .....</i>	<i>35</i>
<i>Ilustración 5: ¿Considera a la organización como innovadora en el mercado? .....</i>	<i>36</i>
<i>Ilustración 6: ¿La empresa se adapta a los cambios externos?.....</i>	<i>37</i>
<i>Ilustración 7: ¿Considera a la competencia como amenaza para nosotros? .....</i>	<i>38</i>
<i>Ilustración 8: ¿El servicio ha cubierto sus expectativas? .....</i>	<i>39</i>
<i>Ilustración 9: ¿El servicio es el que usted deseaba?.....</i>	<i>40</i>
<i>Ilustración 10: ¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido? .....</i>	<i>41</i>
<i>Ilustración 11: ¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido? .....</i>	<i>42</i>
<i>Ilustración 12: ¿Existe trabajo en equipo? .....</i>	<i>43</i>
<i>Ilustración 13: ¿Los objetivos de la empresa son claros para usted? .....</i>	<i>44</i>

## **I. INTRODUCCIÓN**

La concurrente exploración designada “Caracterización de competitividad y rendimiento laboral de las MYPE rubro Hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018” corresponde a la línea de investigación de diferenciación de competitividad, capacitación, rentabilidad y financiamiento de las pequeñas y medianas empresas estipulada por la “Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote”.

Esta exploración está constituida de la siguiente manera: En la sección 1 denominada introducción de la tesis que comprende la formulación del enigma, los objetivos y justificación; la sección 2 denominada revisión de la literatura que abarca antecedentes y bases teóricas; la sección 3 es denominada hipótesis; sección 4 denominada metodología que comprende diseño de la investigación (tipo de investigación, nivel de investigación), población y muestra, técnicas e instrumentos, matriz de operacionalización, plan de observación, matriz de consistencia, principios éticos; sección 5 denominada resultados que comprende tablas, gráficos y análisis de los resultados; sección 6 denominada conclusiones comprende las conclusiones; y la última parte es denominada referencias.

Para la titulación es necesario realizar un proyecto de investigación según la nueva Ley Universitaria N° 30220 según SUNEDU. Debido al problema que presentan las MYPE para especificar las características de competitividad y rendimiento laboral de tal manera que se pueda obtener una satisfacción total de los huéspedes como punto clave para una mejor aceptación del público.

“Actualmente en el Perú, una gran mayoría de MYPES estiman que existe competencia irresponsable para su principal producto”. (Diario Gestión, 2016)

**Con respecto al ambiente interno** está relacionado con las características propias de las empresas tales como la infraestructura, donde según (Mamani, 2016), dice que “las habitaciones son el cuarto de mucha importancia, ya que en este el huésped podrá observar el grado de limpieza e higiene del hotel, lo cual llevara a un servicio de calidad. Las instalaciones, equipos y máquinas de este sector ayudaran a cumplir con una habitación limpia y en buenas condiciones, ya que es importante señalar que las habitaciones dentro del hotel cumplen con determinados parámetros de confort que garanticen el bienestar de nuestros clientes (físicos, sensoriales, funcionales, ambientales, ergonómicos y otros)”.

(Mamani, 2016) En este sentido toma importancia a las instalaciones del hotel, cabe resaltante decir que la habitación es el factor importante como fuente de percepción del cliente es por ello que los hoteles deben contar con una infraestructura tanto física como sensorial, funcionales, ambiental y otros.

El “Banco Central de Reserva del Perú (BCR)” expuso “los resultados de la Encuesta Permanente de Empleo con información a julio del 2015”, efectuada por el “Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)”, donde se explica que “la tasa de desempleo, que mide la relación de personas desocupadas entre las personas económicamente activas (PEA), en el último mes aumentó y se ubicó en 6.5%. Este resultado se dio después de haber obtenido en junio la tasa más baja en lo que va del año (5.4%)”. (Diario Perú21, 2015).

Dentro del ambiente externo, se evidencia que en cuanto al **factor político legal**, “el Ejecutivo publicó el decreto legislativo N° 1269 que crea el Régimen

MYPE Tributario (RMT) del Impuesto a la Renta, que comprende a los contribuyentes de las MYPE domiciliados en el país, siempre que sus ingresos netos no superen las 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) en el ejercicio gravable, es decir que no superen los S/ 6'715,000. La norma tiene como objetivo que las MYPE tributen de acuerdo a su capacidad. Con la norma las MYPE tendrán un régimen tributario especial para pagar el Impuesto a la Renta desde 10% de sus ganancias netas anuales. El monto de la UIT para este año asciende a S/ 3,950. El presente decreto legislativo entra en vigencia el 1 de enero de 2017.” (RPP NOTICIAS, 2016)

Para el **factor social**, se tiene que Piura posee 15 zonas como Patrimonio Cultural de la Nación por ser monumentos arqueológicos prehispánicos, ubicados en las provincias de Piura, Morropón, Ayabaca y Huancabamba. Además, se designó el sector Pichones en Las Lomas. En Morropón, se ubican Santísima Cruz de la Puerta en Chulucanas, Huaroquispampa en Salitral, San José del Alto en Yamango, El Checo y Laguna Punta en Santo Domingo y Tambogrande. En Ayabaca, figuran los pilares de Tacalpo, Chinchinal 1 y 2, Singoya, Naranjo en el distrito de Frías y Chulucanitas en Pacaipampa. Mientras, en Huancabamba se incluye Los Cristales y Los petroglifos de Villaflor en San Miguel El Faique. (RPP NOTICIAS , 2011)

También tenemos las zonas turísticas de la región de Piura como son: La Plaza de Armas, es una de las glorietas más añejas y hermosas del país, de corte español cuadrado, está bordeada de frondosos árboles de tamarindos, ficus, crotos, cucardas, poncianas y papelillos. Se encuentra localizada en el núcleo de la región, se le conoce como Plaza de Armas porque remotamente se llevaban a cabo desfiles cívicos y militares. Esta tradición perdura hasta la actualidad ya que todos los

domingos, nuestra plaza de Armas es punto de encuentro para la ceremonia de izamiento del pabellón nacional y desfiles cívicos. (PiuraPeru.com, 2013).

La Catedral de Piura fue edificada en la época colonial y conserva obras de arte de Ignacio Merino, como la de San Martín de Porras y la Virgen María. El altar mayor está sobrepuesto de pan de oro. Durante el alojamiento en Piura también puede asistir a la casa – museo de Miguel Grau Seminario, siendo este otro atractivo turístico de la ciudad.

(PiuraPeru.com, 2013).

Los puentes de la región de Piura han sido fabricados para enlazar el distrito de Castilla con el distrito de Piura, éstos traspasan el río de la ciudad en mención. Los puentes más distinguidos son el Sánchez Cerro y el Bolognesi. (PiuraPeru.com, 2013).

Con respecto al **tema económico** se destaca que “luego de las lluvias, se esperó restituir el panorama con una campaña que se lanzó a la gran mayoría de los turistas internos (de Lima) para que visiten la ciudad de Piura, aprovechando los feriados, ayudando de esta manera con la atracción de turistas para las MYPE en investigación” (Diario Perú21, 2017)

Además, varias empresas financieras han reprogramado la cancelación de los préstamos a sus usuarios y en algunos a cederles renovadas inversiones, (Diario El Comercio, 2017).

El gobernador regional de Piura, Reynaldo Hilbck, señaló que “existe interés de diversas empresas por apostar en el desarrollo de la oferta hotelera. Estas declaraciones las brindaron en la reapertura de Los Portales Hotel Piura que destinó

una inversión de S/ 4 millones para su reconstrucción, según precisó Guillermo Velaochaga, director gerente de Los Portales.” (Diario La República, 2017).

Piura es uno de los departamentos impulsores del territorio cierzo y contribuye “en un 5% al Producto Bruto Interno (PBI)”. En el 2015 “las transacciones han excedido los 2 mil millones de dólares, sobre todo en productos como uva, mango y langostinos, además se sabe que el desarrollo económico del país en los últimos años, sobre todo Piura que muestra el 21% del (PBI) nacional”. Hay intereses de capitalistas extranjeros que buscan invertir en la zona norte. Se proyecta que Piura logre trabajar en el sector turismo con sus hermosas playas y sitios arqueológicos, así como en el sector construcción. (Diario La República, 2016)

Con respecto al **impacto tecnológico** el departamento de Tecnología de la información y comunicación “mueve al año en el país unos 4,500 millones de dólares, y unos 2,500 millones de este total están representados por la facturación de las empresas de telecomunicaciones. El crecimiento promedio ha sido del 10% anual en los últimos 10 años, hubo un pequeño freno en los últimos dos años, pero se proyecta un crecimiento de entre 4% y 6% para este año”. Por ello es importante, empezar una transformación de los procesos de negocios hacia un ámbito digitado. Ahora “vienen al Perú cerca de 500,000 visitantes por negocios, los cuales gastan en promedio \$ 892 durante las 6 noches que, en promedio, permanecen en el país.” (Diario Gestión, 2016).

En un estudio donde participaron 1.200 empleados de hoteles y más de 1.600 consumidores se concluyó que “el 66% de los huéspedes afirma tener una mejor experiencia cuando el personal usa tecnología de punta y el 68% prefiere usar su smartphone para acelerar su registro”. El estudio da cuenta de las expectativas de los

huéspedes en relación a las ofertas personalizadas que les gustaría recibir y los programas de fidelidad en los que prefieren participar. Al respecto, manifiesta que “el 74% de los huéspedes aprecia los hoteles que personalizan mensajes y ofertas y el 75% está dispuesto a compartir información personal como sexo, edad y dirección de correo electrónico, a cambio de promociones a medida, cupones, servicio prioritario o puntos de lealtad.” (Diario El Comercio, 2017).

“El 77% de los hoteles y centros turísticos encuestados a nivel mundial están expandiendo su capacidad de conexión Wi-Fi para que su personal use computadoras móviles y pueda interactuar con los huéspedes, ampliar los servicios de localización y ofrecer acceso inalámbrico confiable”. Así lo reveló un estudio global realizado la organización “Zebra Hospitality Vision” acerca de las prioridades de empleo de TIC de los turistas en los alojamientos. (Diario El Comercio, 2017).

Dado que el departamento de Piura posee un potencial dotado de turistas, esto implica el alojamiento de personas que la visitan ya sean extranjeros o nacionales es por ello que el sector hotelero debe estar unánime a las cualidades competitivas y exigencias de un mundo universalizado los cuáles darán lugar al rendimiento laboral de los trabajadores de estas empresas, se formula el siguiente enigma: ¿Cuáles son las características de competitividad y rendimiento laboral en las MYPE rubro hoteles de la categoría de tres estrellas del Centro de Piura, año 2018?.

El fin en común de la exploración es determinar las características de la competitividad y rendimiento laboral en las MYPE, rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018. Los objetivos específicos son: (a) Conocer las etapas de competitividad en las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018; (b) Identificar el grado de satisfacción de los clientes que

ofrecen las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018; (c) Determinar el nivel de eficiencia del personal en las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018; (d) Conocer las evaluaciones del rendimiento laboral de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018.

La concurrente exploración detalla una **justificación práctica** preocupándose por la exigencia que tienen los emprendedores de las MYPE con respecto al rubro hoteles al determinar las características de la competitividad y rendimiento laboral con el fin de beneficiar a los directivos de los hoteles de tres estrellas de la Región Piura, ya que esto les ayudará a tomar decisiones y así mismo resolver problemas en su trabajo.

**Justificación teórica:** Esta exploración se realiza con el fin de confrontar teorías en este caso de competitividad y rendimiento laboral que influyen en el crecimiento económico de la Región Piura, además se generarán nuevos conocimiento sobre los ya existentes.

**Justificación Metodológica:** A fin de cumplir con el propósito de la exploración se utilizó los instrumentos y técnicas que se requieren, siendo así por ejemplo las encuestas que permitirán cuantificar y medir las variables del problema.

La investigación está delimitada por:

**Delimitación temática:** Variables competitividad y rendimiento laboral.

**Delimitación psicográfica:** MYPE dedicadas al rubro hoteles de la categoría tres estrellas.

**Delimitación geográfica:** Centro de Piura.

**Delimitación temporal:** Año 2018.

En la exploración se empleó metodología descriptiva, tipo cuantitativo porque examinará los datos de manera científica y será de diseño no experimental.

Los resultados de la concurrente exploración permitirán conocer la objetividad de la empresa en vinculación a las etapas de la competitividad con el fin de ejecutar acciones para perfeccionar la satisfacción de los clientes y el rendimiento laboral de la empresa y así asegurar su permanencia en el mercado, destacando entre los principales que el 90% de los clientes encuestados manifiestan conocer de la existencia de competencia, 92% consideran el servicio igual al recibido en otras empresas, el 100% consideran que son claros los objetivos de la empresa y 100% manifiestan que existe transparencia en la evaluación.

Se concluyó que los clientes conocen de la existencia de competencia, y además consideran que el servicio es igual al recibido en otras empresas, por otro lado, los trabajadores manifestaron tener claros los objetivos de la empresa y aseguran que existe transparencia en la evaluación.

# **I. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

## **1.1. Antecedentes**

### **1.1.1. Competitividad**

Estrada (2015) en su tesis denominada “Factores de competitividad en las empresas hoteleras de Tijuana, Baja California”, la cual fue presentada en la Universidad Autónoma de Baja California, México. Concluyendo que a pesar de que la mayoría de los hoteles aplican sistemas o programas de medición de la eficiencia en la prestación de sus servicios, sus acciones resultan muy subjetivas; pues no tienen programas que permitan detectar problemas en estos servicios y que conduzcan a una verdadera mejora continua de su calidad.

Salazar (2016), en su tesis denominada “Ventajas competitivas en los Hoteles de Empresa Familiar en el Eje Cafetero de Colombia”, presentada en la Universidad de Manizales de Colombia, cuya investigación es de tipo descriptiva donde se concluye que las ventajas competitivas en el sector hotelero de empresas de familia, depende de las condiciones dadas por el desarrollo de los factores propios del destino donde está localizada. Esto permite su nacimiento y su expansión, destacando que la capacidad tiene que ver con: el territorio, los recursos naturales; las condiciones socioeconómicas de la región y las políticas públicas utilizadas para el mejoramiento del sector hotelero, conocidas como las ventajas comparativas que permiten su innovación y emprendimiento de los empresarios, para impulsar el crecimiento, establecimiento y desarrollo de una empresa familiar. Se pudo establecer en el proceso de investigación, que en su gran mayoría, los hoteles de empresas de familia, le apuestan al impulso de la incorporación servicios con valor agregado, que

incrementen la productividad, generando competitividad con calidad de vida y responsabilidad social. La gerencia del talento humano establece dinámicas para la mejora continua en las que comprometen la educación y formación como elementos fundamentales en la operación de sus negocios y la prestación de sus servicios; el incremento de los canales de comunicación e información, como lineamientos básicos de difusión y atracción para sus nuevos clientes internos y externos. Retomando a Schuler y MacMillan (2016) y a Ulrich (201), que ven a la comunicación como un factor de competitividad porque “son las que proporcionan perspectivas orientadas a la práctica” y demuestran que desde la gerencia de recursos humanos, puede constituirse una fuente de ventaja competitiva sostenida.

López (2019) en su investigación denominada “Análisis comparativo de la competitividad en el sector hotelero en estados de los dos golfos de México”, presentada en la Universidad Autónoma del Carmen, Chile, el tipo de esta investigación es descriptiva. Concluye que para el sector hotelero, contar con la infraestructura, profesionalización, diversidad en categorías y ubicación del sector son elementos para estar a la vanguardia, así como el identificar las competencias que le permitan alcanzar un nivel de competitividad sostenible, ante una eventual reactivación económica local y estatal, el sector hotelero debe de estar preparado. En ese sentido, los resultados obtenidos hasta el momento denotan enormes áreas de oportunidad tanto para los hoteles de Sinaloa como los de Campeche, sin embargo, es evidente que el sector hotelero no es tan competitivo como el sinaloense, pues los procesos de las cuatro variables analizadas aún están siendo documentadas, y están lejos de contar con una evaluación de los mismos, resultado de una demanda permanente que sólo respondía a la actividad petrolera, alejada del modelo dinámico

de inversión y demanda extranjera que caracteriza al turismo recreativo, que generan 10 ubicaciones de procesos de crecimiento económico y demográfico que fomentan las interacciones locales y externas.

Guanilo (2015) en su tesis denominada “La competitividad en la atención al cliente de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro hotelería de la Ciudad de Nuevo Chimbote 2014”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Lima. La investigación fue descriptiva, concluyendo que en las micro y pequeñas empresas del servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote determinan que son competitivas, teniendo dentro de ellas a personal sumamente capacitados, los cuales son motivados, dando como resultado que las empresas sean competitivas y puedan enfrentarse a los competidores las cuales son conocidas por las mismas.

Milutinovich (2015) con su tesis “La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hoteles en el distrito de Nuevo Chimbote, 2014”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Cuenta con tipo de investigación cuantitativa, con diseño no experimental –transversal – descriptivo, donde concluye que la mayoría de las MYPE del sector Servicio rubro hoteles del distrito de Nuevo Chimbote, si cuentan con un plan estratégico, en su totalidad los representantes conocen el término de competitividad, así como también perciben que su empresa es competitiva, la gran mayoría de las MYPE conocen a su principales competidores, mayoritariamente siguen realizando mejoras de su infraestructura, y los representantes perciben que la empresa en que dirigen son competitivas por la calidad de su servicio y producto final que ofrecen a los clientes.

Ramos (2016) en su investigación titulada “Diseño de un plan de servicio para una mejor gestión competitiva en las empresas hoteleras de la región de Tumbes-2016”, presentada en la Universidad Nacional de Tumbes, cuenta con una metodología de tipo descriptivo. Concluye redactando que algunos propietarios de las empresas hoteleras no están acordes con el avance de la tecnología por lo que mantienen una pobre comunicación, no solo con el personal de la empresa sino con sus clientes.

Manrique (2016) en su tesis correspondiente al título “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE comerciales rubro abarrotes del mercado zonal Santa Rosa – Piura al 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura. Siendo una de sus conclusiones: Las características de la competitividad de las MYPE comercial rubro abarrotes del mercado zonal Santa Rosa -Piura al 2016 están dadas porque creen que cuándo hay mayor productividad siempre habrá mayor competitividad, la calidad del producto siempre es un factor clave para la competitividad de su MYPE, siempre se preocupan por brindar un excelente servicio a sus 73 clientes, es importante posicionar en la mente del consumidor la imagen de su MYPE y la imagen comercial de la empresa, la diferenciación del producto, la motivación es un factor clave para la competitividad.

Román (2016) presentó su tesis “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro pizzería en el centro de Piura, año 2016”, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura. El tipo de esta investigación es descriptiva. Concluyendo que las siguientes características de la competitividad, las MYPE anteriormente estudiadas ofrecen productos de calidad, pero estos no satisfacen las expectativas de sus clientes debido a que no es un

producto innovador. Además los clientes se quejan mayormente por el servicio que se ofrece ya que demora mucho el pedido al llegar a la mesa, por ello se recomienda que se deben mantener permanentemente las capacitaciones para evitar las quejas de los clientes. Las MYPE del rubro pizzería deben mejorar con respecto a innovación de productos.

Bances (2018) en su tesis denominada “Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018”, presentada en la Universidad los Ángeles de Chimbote de Piura, cuya investigación es de tipo descriptiva. Concluye que en relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped.

### **1.1.2. Rendimiento laboral.**

Caicedo (2015) en su investigación “Modelo de Gestión de talento humano e incidencia en el desempeño laboral de las Empresas de Corporación El Rosado en el Centro Comercial Paseo Shopping Babahoyo” presentada a la Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador. Empleó el tipo de investigación cuantitativa, cualitativa. Llegó a la siguiente conclusión: El trabajo en equipo se ejecuta en término medio por cuanto los servidores en su mayoría no acepta sugerencias de los compañeros, predomina factores personales que institucionales; la Gestión de Personal que realiza el departamento de Recursos Humanos favorece al “Empowerment” entre los servidores en forma parcial, es importante la autoevaluación y mejoramiento de

procesos por parte de los clientes internos; la satisfacción personal de los servidores se promedia en términos normales, sin embargo la empresa necesita incentivar al personal con cursos y seminarios de capacitación para incrementar sus competencias laborales; los reconocimientos y los logros entregados por la empresa públicamente son aceptados y miden grados de satisfacción aceptables, sin embargo el estímulo monetario es gratificante cuando la meta se ha cumplido.

Rojas (2018) en su tesis denominada “Capacitación y desempeño laboral”, presentada en la Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Empleó la metodología descriptiva, donde concluyó que el desempeño laboral si mejora con la capacitación ya que por medio de capacitaciones técnicas se ha obtenido mejores resultados, nuevos conocimientos para entregar nuevos y mejores productos, para lograr los resultados de la organización.

Melo (2015) con su tesis “El estilo de dirección y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Intiqa Hotel, Periodo 2012”, presentada en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. De tipo Descriptivo la investigación, la cual llega a la conclusión: En lo que respecta a la satisfacción laboral se ha determinado que existe un porcentaje bajo de satisfacción en la mayoría de los factores que intervienen en la satisfacción laboral de los trabajadores, estos factores son resultados del estilo de dirección autoritario aplicado en la empresa, obteniéndose así una relación inversa con la satisfacción laboral en el personal. Si el estilo de dirección autoritario aumenta, la satisfacción laboral de los trabajadores disminuye. Estos factores se localizan en el ambiente de trabajo de la empresa y dependen de la gestión que aplique administración, estos están fuera del alcance y

control de los trabajadores causando de esta manera un deficiente desenvolvimiento de sus actividades y frustración en su satisfacción.

Quispe (2015) presentó su tesis “Clima organizacional y desempeño laboral en la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas, 2015”, en la Universidad Nacional José María Arguedas de Andahuaylas, cuya investigación es de tipo correlacional, concluye que en relación al objetivo general: Determinar la relación entre clima organizacional y desempeño laboral, En la tabla 12 la evidencia estadística de correlación es de 0.743, donde demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, La significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01. Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la p-valor  $<0.05$ .

Rollano (2017) en su tesis denominada “Calidad de servicios y desempeño laboral de los trabajadores en el Hotel Royal Inka Pisac – I semestre Cusco 2016”, presentada a la Universidad Andina del Cusco. Cuenta con metodología no experimental – transversal, quien concluye que la correlación existente entre la calidad de servicios y el desempeño laboral de los trabajadores del Hotel Royal Inka Pisac durante el primer semestre del año 2016, ya que cuando el desempeño laboral es adecuado, la calidad de servicios es percibida como buena; sin embargo cuando el desempeño laboral es regularmente adecuado, la calidad de servicios es regular.

Albañil (2015) en su tesis “El clima laboral y la participación en la institución educativa Enrique López Albújar de Piura”, presentada en la Universidad de Piura. A

partir de ello se debe mencionar que la presente investigación se basa en el paradigma positivista, también conocido con los nombres de cuantitativo, científico, empírico-analítico, racionalista, tecnológico. Teniendo como conclusión final, es destacable que en opinión de los encuestados se evalúa al clima laboral de la institución como paternalista con ligera tendencia al estilo participativo, sin embargo hay que aclarar que en opinión de los mismos docentes, el reconocimiento que reciben por parte de la comunidad educativa de la institución es escasa, existiendo además bajos niveles de satisfacción y participación, siendo necesario que estos factores sean trabajados y fortalecidos en la institución si se pretende mejorar el clima y por ende los logros institucionales.

Chanava (2016) en su tesis denominada “Caracterización de la capacitación del personal en la MYPE de comercialización rubro pesca de la localidad de Paita, año 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura. El tipo de la investigación es descriptivo, concluyendo que los efectos de la capacitación que comúnmente es utilizada en la MYPE comercial rubro de pesca en la localidad de Paita sus efectos es mayor productividad, las empresas pueden recibir los beneficios de la capacitación de sus empleados, ya que los trabajadores bien capacitados ayudan a aumentar la productividad y las ganancias.

Díaz (2016) realizó su tesis “Caracterización de capacitación y rentabilidad de las MYPE rubro restaurantes de la Urb. Angamos de la ciudad de Piura, año 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El tipo de investigación es descriptiva, siendo una de sus conclusiones: Acerca de la capacitación, los trabajadores encuestados en la mayoría afirman que han recibido

capacitación de inducción, que ha sido teórico práctica, que asisten a conferencias de su especialidad.

## **1.2. Bases teóricas.**

### **1.2.1. Competitividad**

(Porter, 2017) Señala que “hoy en día las organizaciones de todos los campos tienen que competir para aportar valor. El valor es la capacidad de satisfacer de manera eficiente las necesidades de los clientes. Actualmente ser competitivo favorece tanto a las empresas, instituciones o país; ya que a través de ello se busca que todas las partes fomenten un bien para la sociedad”.

#### **1.2.1.1. Etapas de competitividad.**

Una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) nos dice que el crecimiento orgánico de la competitividad se fragmenta en 4 etapas:

**Etapa incipiente:** una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) presenta la primera etapa como “incipiente”: Donde la competencia es diminuta; la organización es elevadamente sensible a las alteraciones del ambiente y procede de acuerdo a la demanda del comercio o beneficio a albedrío y emociones de sus propietarios; responde por presentimiento; llega a desconcertarse y se altera con todo aquello que ocurre, tanto dentro o fuera.

**Etapa aceptable:** una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) Menciona a la segunda etapa como “aceptable”: Nivel regular de competitividad; fueron remediando los primordiales asuntos de afectividad expresándose con los fundamentos adecuados para lograr una correcta actuación en

presencia de los clientes y la amenaza; la cabeza se responsabiliza del porvenir de su empresa y lidera la dirección hacia las metas.

**Etapa superior:** una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) Sostiene que la tercera etapa es denominada como “superior”: Buen nivel de competitividad; la organización empieza a llenar niveles de dominio y se determina por el valor de flexibilidad que conserva dentro de su comercio; se sostiene listo y evoluciona rápidamente a cualquier variación del ambiente; se enfoca en la cultura empresarial para conseguir organizar el raciocinio, pasiones y accionar de todos sus colaboradores.

**Etapa sobresaliente:** una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) Presenta la última etapa designada “sobresaliente”: elevado grado de competitividad; estimada como idealista; origina las variaciones y las otras se van acoplando a estas; en esta etapa la empresa alberga en una conminación persistente de lado de los adversarios de las etapas antes mencionadas, puesto que buscan descubrir fragilidades en el mercado; la organización está dispuesta a mostrar el desenlace y los aspectos para lograr su posicionamiento vigente.

#### **1.2.1.2. Satisfacción de los clientes.**

(Pontón, 2009) señala que “lo primordial es que, aunque la satisfacción del cliente es un parámetro que parece sencillo de determinar - por depender básicamente de dos aspectos fundamentales, primero las expectativas, segundo aspecto las percepciones, es bastante complejo, ya que involucra la manera como las personas perciben la calidad, lo cual lleva inmersos un sin fin de aspectos

psicológicos que varían de cliente en cliente, incluso cuando se trata de prestar un mismo servicio”.

De acuerdo al primer aspecto las expectativas se definen como “la satisfacción del cliente” como “una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia que tiene el cliente al momento de recepcionar el producto. Los autores consideran además, que si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado”. (Pontón, 2009)

Con relación al segundo aspecto las Percepciones, (Pontón, 2009) nos dice que “las personas actúan y reaccionan de acuerdo con sus percepciones y no son los acontecimientos reales, sino lo que los consumidores piensan respecto a ello, lo que afecta sus actos y su práctica de compra, es por ello que desde la perspectiva mercadológica es fundamental entender lo que implica la percepción, pues sabemos que la percepción destaca de la primera impresión; a través de los sentidos que son los que tienen el primer contacto con el producto y/o servicio. Solo de esta manera se puede detectar con mayor facilidad, cuáles son los factores que inducen al consumidor a comprar”.

### **1.2.2. Rendimiento laboral**

(Chiavenato, 2015) menciona que “las organizaciones están migrando hacia lo que llamamos la administración del rendimiento laboral, o sea, el valor ponderable que el vigor de trabajo contribuye a la organización en términos de habilidades o competencias colectivas y motivación de las personas y que se maximiza cuando las

personas son eficientes; es decir, utilizan al máximo sus habilidades y competencias en las actividades de la organización y cuando ésta adquiere un cambio sistemático que fortalece y eleva el desempeño humano y lo dirige hacia sus objetivos fundamentales”.

#### **1.2.2.1. Eficiencia del personal.**

Aplicada a la administración según Thompson (2008) define a la eficiencia como “optimizar los resultados y/o productividad con los pocos recursos que tenemos”.

(Thompson, 2007) en relación a los recursos, en la actualidad el factor que hace que una empresa sea diferente son las personas, ya que con el pasar del tiempo el recurso humano es el activo más costoso e importante de la empresa, porque éste permitirá garantizar la rentabilidad y productividad de la organización.

(Thompson, 2007) En relación a la productividad con respecto al tema de colaboradores semejante a rendimiento, metódicamente aseguramos que algo o alguien son productivos cuando con una cierta proporción de recursos (Insumos) en un tiempo dado se obtiene el límite de productos, en tanto la productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas.

Lockheed y Hanuschek (2007) sugiere que la eficiencia solo usa un estándar para minimizar costos que ayuden al cumplimiento de objetivos. Principal al recurso humano, el cual se tiene que poner mayor énfasis.

#### **1.2.2.2. Evaluaciones del rendimiento laboral**

(Chiavenato, 2015) Sostiene que “la evaluación del desempeño es la calificación sistemática del rendimiento de cada persona con respecto a las

competencias individuales, a las metas, a las tareas que ejecuta, y los resultados que obtenga, la misma que servirá para buscar un mejor desarrollo dentro de la organización”.

Las evaluaciones pueden realizar a través de:

#### **1.2.2.2.1. Autoevaluaciones**

En las organizaciones más democráticas y liberales, la propia persona, con asistencia de un superior, es la encargada de evaluar su rendimiento a propio criterio, para evitar la neutralidad tácita del proceso. En dichas organizaciones manejan mucho esta tipo de evaluación, puesto que cada persona es responsable de evaluar su nivel de eficiencia y eficacia, de acuerdo a diversos indicadores que le brinda su superior. Realmente cada individuo tiene la potestad y compromiso para evaluar su rendimiento como medio que le accede lograr sus objetivos propuestos y rebasar las expectativas. Debe evaluar sus indigencias y carencias individuales para regenerar su rendimiento; así como sus pro y sus contras, su potencial y su fragilidad, pues solo así conocerá lo que debe fortalecer y como enriquecer sus beneficios personales. (Chiavenato, 2015)

#### **1.2.2.2.2. El equipo de trabajo**

De tal manera, el mismo grupo laboral determina su productividad en conjunto y el de cada colaborador para luego, con cada uno, planifica la disposición imprescindible para su perfeccionamiento. El grupo de trabajo es el encargado del rendimiento laboral de sus compañeros y determina las metas y los objetivos que se deben conseguir. (Chiavenato, 2015)

#### **1.2.2.2.3. Evaluación de 360° grados**

Todas las partes que poseen cualquier relación con el colaborador evaluado catalogan su rendimiento. El gestor, los colegas y los semejantes, los subordinados, los compradores internos y externos, los abastecedores y, en conclusión, todo su entorno, que engloba 360°, intervienen en la evaluación. Dicha evaluación es más exuberante ya que proporciona distintos datos, autóctono de diversos fragmentos, y sirve para asegurar la adaptación y el acoplamiento del trabajador a las diversas demandas que recibe de su entorno de trabajo o de sus asociados. Sin embargo, para el evaluado no es nada fácil permanecer suspendido entre dos varas o sobre una pasarela recibiendo un verdadero tiroteo que llega de todas partes. Si no tiene una mentalidad abierta, que conoce y acepta el sistema, queda en una posición muy vulnerable. (Chiavenato, 2015)

#### **1.2.2.2.4. Comités evaluadores**

Algunas organizaciones asignan la evaluación del desempeño a una comisión especialmente diseñada para tal efecto. Se trata de una evaluación colectiva a cargo de un grupo de personas directa o indirectamente interesadas en el desempeño de los colaboradores. Es habitual que la comisión esté compuesta por personas que pertenecen a distintas unidades de la organización y por miembros permanentes y transitorios. Los permanentes y estables (como el presidente de la organización o su representante, el ejecutivo mayor de recursos humanos y el especialista en evaluación del desempeño) participan en todas las evaluaciones y su función es moderar y asegurar que se mantenga el equilibrio de los juicios, que se respeten las normas de la organización y la constancia del sistema. Los miembros transitorios son

el gerente de cada colaborador evaluado o su respectivo superior. A pesar de la evidente distribución de fuerzas, esta forma recibe muchas críticas por su claro aspecto centralizador y por su ánimo de juzgar el pasado. Por lo mismo, la comisión difícilmente consigue enfocarse en la orientación y la mejora continua del desempeño. En las relaciones entre el colaborador y su entorno, la comisión es un tercero, un elemento externo y extraño. Además, es onerosa, laboriosa y tardada, porque todos los colaboradores deben pasar por la criba de la comisión. Asimismo, las personas evaluadas sienten que se les hace menos, como si su desempeño dependiera de una comisión central que juzga a todos y que los aprueba o reprueba. (Chiavenato, 2015)

## **II. HIPÓTESIS**

De acuerdo a la opinión de (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2014) nos dicen que: “No todas las investigaciones plantean hipótesis. Las investigaciones cuantitativas de un estudio descriptivo no necesariamente se plantean hipótesis”.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño de la investigación.**

Es de tipo cuantitativa porque a través de los datos que son resultados de evaluaciones se interpretan por medio de cifras (cantidades) y son estudiados mediante procedimientos estadísticos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la investigación, 2014).

El nivel de investigación es descriptivo porque busca especificar particularidades y cualidades de mayor importancia de una población. Además de ello busca recolectar datos de forma autónoma o agrupada sobre las variables competitividad y rendimiento laboral. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2014)

El diseño que se aplicó en esta investigación es no experimental porque efectúa análisis sin el manejo deliberado de variables y en aquellos que sólo se estudian los fenómenos en su entorno natural para después estudiarlos, y la investigación será de corte transversal porque en la información recopilan datos en un tiempo único. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2014).

#### **3.2. Población y muestra.**

La unidad de análisis de la investigación son las MYPES estuvo conformada por 3 MYPES ubicadas en el distrito de Piura.

**Cuadro 1: Relación de MYPE**

<b>Ítems</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>N° de trabajadores</b>
1	2111772001	10
2	2111772002	10
3	2111772003	10
Total		30

Elaboración propia del investigador

### **Población.**

La población de la variable competitividad es infinita ya que no se tienen identificadas las características.

La población de la variable rendimiento laboral es finita ya se conoce los elementos que participaran en la investigación siendo los trabajadores.

El tamaño muestral de la variable competitividad está conformada por los clientes que acuden constantemente a las MYPES. Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la investigación, 2014) Mencionan que en estudios cuantitativos, el tamaño de la muestra es el resultante de la aplicación de la fórmula de Muestreo para la población cuantitativa infinita de la variable competitividad que se desarrollará a continuación:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

**Dónde:**

n = ¿-?

Z= Valor estadístico del nivel de confianza 95% representada en 1.960

p = Probabilidad de éxito 50%

q = Probabilidad de que no ocurra 50%

e = Error máximo de 5%.

Aplicación metodológica de la formula.

$$n = \frac{(1.960)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$
$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$
$$n = 384,16$$

Aplicando el redondeo, la cifra para realizar nuestro instrumento fue de 384.

Tamaño muestral de la variable rendimiento laboral según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2014) Señala que cuando  $n < 50$  se tomará al total de elementos identificados, entonces  $N = n$  la conforman los 30 trabajadores de las MYPE del rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura. Por lo tanto, el tamaño muestral es de 30 trabajadores.

**Cuadro 2 Fuente de información.**

<b>Variable</b>	<b>Fuente información</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>
Competitividad	Clientes	Infinita	384
Rendimiento laboral	Trabajadores	Finita	30

Elaboración propia.

**Criterios de inclusión:**

Para la variable competitividad se incluye a los clientes de ambos sexos, con un rango de edad entre 18 a 70 años, que se muestren contribuyentes en la investigación realizada.

Por otro lado, para la variable rendimiento laboral se incluye a los trabajadores de la empresa.

**Criterios de exclusión:**

Para la variable competitividad se excluyeron a las personas que no se encontraban disponibles.

Para la variable rendimiento laboral se excluyeron a las personas que desarrollan prácticas de Instituciones Educativas..

**3.3. Definición y operacionalización de las variables**

Tabla 1: Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Escala
Competitividad	(Porter, 2017) Señala que “hoy en día las organizaciones de todos los campos tienen que competir para aportar valor. El valor es la capacidad de satisfacer de manera eficiente las necesidades de los clientes. Actualmente ser competitivo favorece tanto a las empresas, instituciones o país; ya que a través de ello se busca que todas las partes fomenten un bien para la sociedad”.	Etapas de la competitividad	Incipiente	La dimensión “Etapas de la competitividad” se medirá con sus indicadores: “Incipiente, aceptable, superior y sobresaliente” con escala nominal.	Nominal
			Aceptable		
			Superior		
			Sobresaliente		
		Satisfacción de los clientes	Expectativas	La dimensión “Satisfacción de los clientes” se medirá con sus indicadores: “Expectativas y percepciones” escala nominal.	
			Percepciones		
Rendimiento laboral	(Chiavenato, 2015) menciona que “las organizaciones están migrando hacia lo que llamamos la administración del rendimiento laboral, o sea, el valor ponderable que el vigor de trabajo contribuye a la organización en términos de habilidades o competencias colectivas y motivación de las personas y que se maximiza cuando las personas son eficientes”	Eficiencia del personal	Recursos	La dimensión “Eficiencia del personal” se medirá con sus indicadores: “Producción obtenida y Cantidad de trabajo” con escala nominal.	Nominal
			Productividad		
		Evaluaciones	Autoevaluación	La dimensión “Evaluaciones” se medirá con sus indicadores: “Autoevaluación, el equipo de trabajo, evaluación 360°, comités evaluadores” con escala nominal.	
			El equipo de trabajo		
			Evaluación 360°		
			Comité evaluadores		

### **3.4. Técnicas e instrumentos.**

Para la concurrente exploración se utilizará la técnica de la encuesta, con el fin de obtener datos a través de un total de interrogantes determinadas destinadas a una muestra significativa, con la finalidad de comprender opiniones, singularidades o sucesos propios. Este procedimiento es cuantitativo puesto que la información se recopila a través de una población definida. Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2014) “las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades que nos permite a nosotros como investigadores conseguir la información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación”.

La encuesta fue aplicada a 128 clientes por cada MYPE, dando así una totalidad de 384 clientes encuestados; por lo cual acudí a la ayuda de 5 compañeros para que la encuesta sea aplicada en un solo día.

### **3.5. Plan de análisis.**

Se empleó estadística descriptiva, que permitió la tabulación, representación y descripción de distintos datos, midiendo las frecuencias y porcentajes en dónde se utilizó el programa Excel 2010. Además se indicaron las variables, tablas, gráficos y pruebas estadísticas que se utilizaron para los resultados. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2014)

### **3.6. Matriz de consistencia**

Tabla 2: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>Caracterización de competitividad y rendimiento laboral en MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018.</p>	<p>General: ¿Cuáles son las características de competitividad y rendimiento laboral en las MYPE, rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018?</p>	<p>General: Determinar las características de la competitividad y rendimiento laboral en las MYPE, rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018.</p>	<p>De acuerdo a la opinión de (Hernández Sampieri, Fernández Collado, &amp; Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2014) nos dicen que: “No todas las investigaciones plantean hipótesis. Las investigaciones cuantitativas de un estudio descriptivo no necesariamente se plantean hipótesis”.</p>	<p><b>TIPO:</b> Cuantitativo <b>NIVEL:</b> Descriptivo <b>DISEÑO:</b> No experimental de corte transversal. <b>POBLACIÓN:</b> muestra 3 MYPE del Centro de Piura, 30 trabajadores 384 clientes. <b>Técnica:</b> Encuesta. <b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>
		<p>(a) Conocer las etapas de competitividad en las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018.</p>		
		<p>(b) Identificar la satisfacción de los clientes que ofrecen las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018.</p>		
		<p>(c) Determinar la eficiencia del personal en las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018.</p>		
		<p>(d) Conocer las evaluaciones del rendimiento laboral en las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018.</p>		

### 3.7. Principios éticos.

**Protección a las personas:** El presente trabajo de investigación denominado “Caracterización de competitividad y rendimiento laboral en las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018” se realizó respetando la propiedad intelectual con transparencia u honestidad, imparcialidad y puntualidad, protegiéndose así mismo la identidad de los individuos que participaron en el presente estudio. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Así mismo esta investigación apoya más allá de los fines científicos e incentiva al cuidado de la biodiversidad, optando por el cuidado de la flora y fauna de nuestra región. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

**Libre participación y derecho a estar informado:** Se informó a los participantes de la investigación sobre la finalidad de la misma, así mismo se contó con la voluntad propia para el objetivo del proyecto. A la vez se considerará veracidad por sobre todas las cosas en cualquier ámbito para un mejor conocimiento de los hechos. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

**Beneficencia no maleficencia:** Se garantizó la comodidad de los individuos que fueron participes en la investigación. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. Resultados de la variable competitividad.

Con respecto al primer objetivo específico: Etapas de la competitividad

Tabla 1: ¿Usted cree que su estado emocional influya en sus decisiones de compra?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	54	14%
NO	330	86%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.  
Elaboración: Propia del investigador

Ilustración 1: ¿Usted cree que su estado emocional influya en sus decisiones de compra?



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 1 se observa que el 86% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, toman decisiones respecto a su estado de humor.

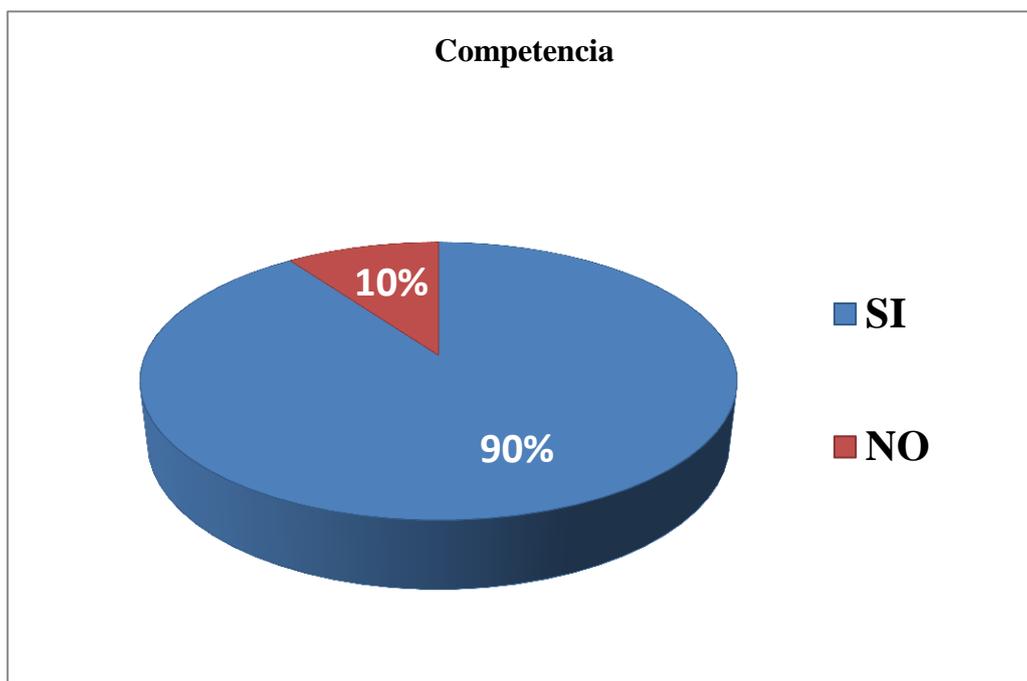
**Tabla 2: ¿Cree usted que exista competencia para nosotros?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	346	90%
NO	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 2: ¿Cree usted que exista competencia para nosotros?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 2 se observa que el 90% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, conocen de la existencia de competencia.

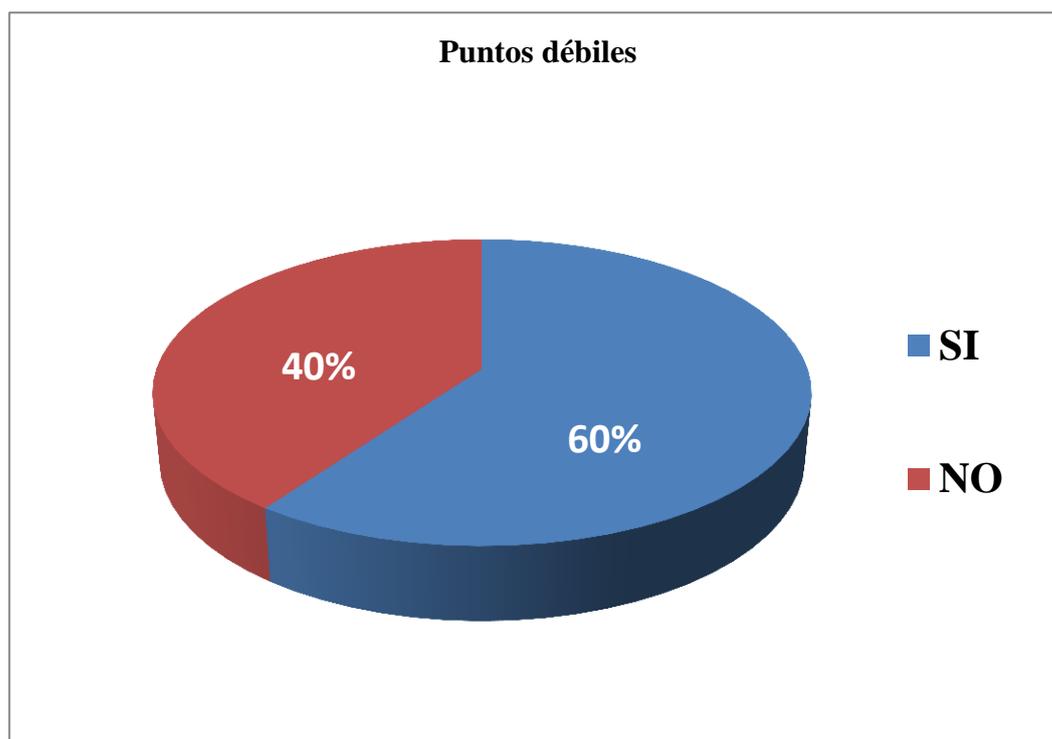
**Tabla 3: ¿Considera que la empresa cuenta con puntos débiles?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	230	60%
NO	154	40%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 3: ¿Considera que la empresa cuenta con puntos débiles?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 3 se observa que el 60% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran que la empresa posee puntos débiles.

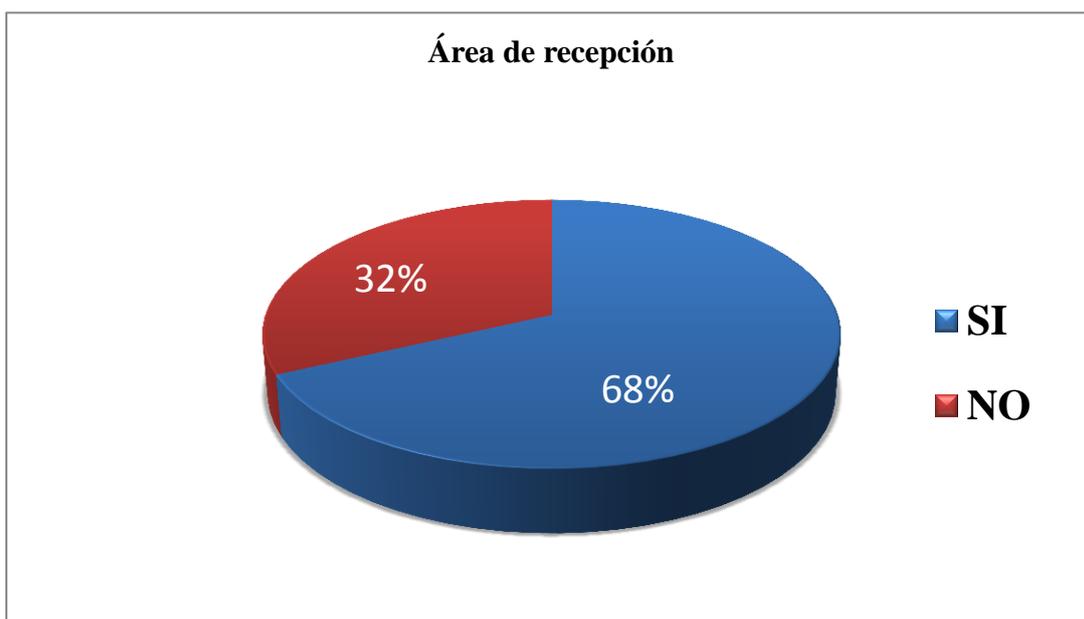
**Tabla 4: Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	261	68%
NO	123	32%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 4: Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 4 se observa que el 68% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran al área de recepción como un lugar acogedor.

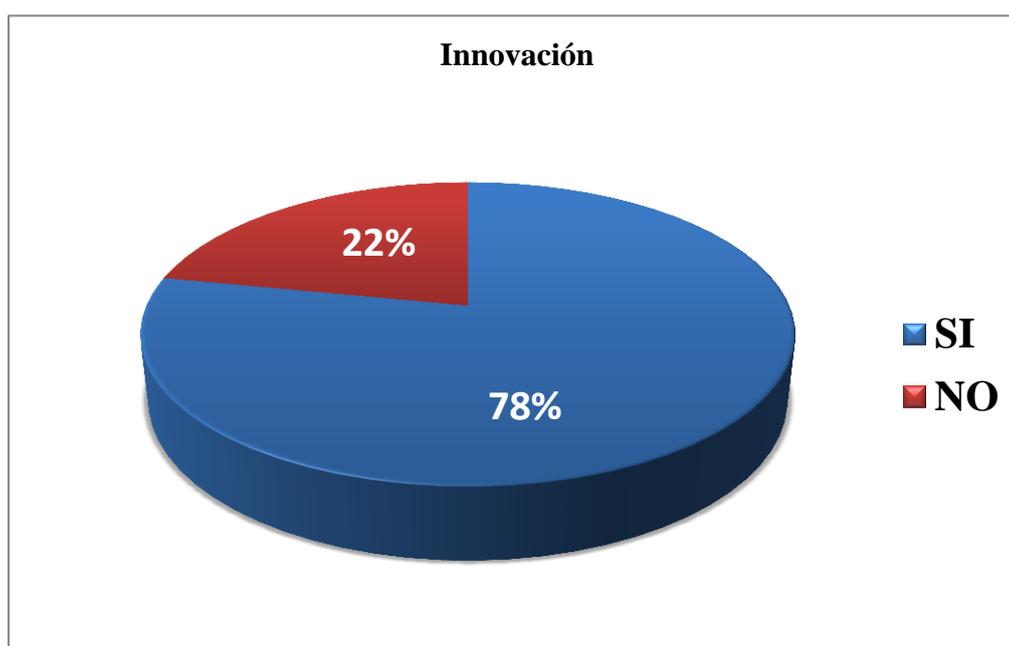
**Tabla 5: ¿Considera a la organización como innovadora en el mercado?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	300	78%
NO	84	22%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 5: ¿Considera a la organización como innovadora en el mercado?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 5 se observa que el 78% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran a la organización como innovadora en el mercado.

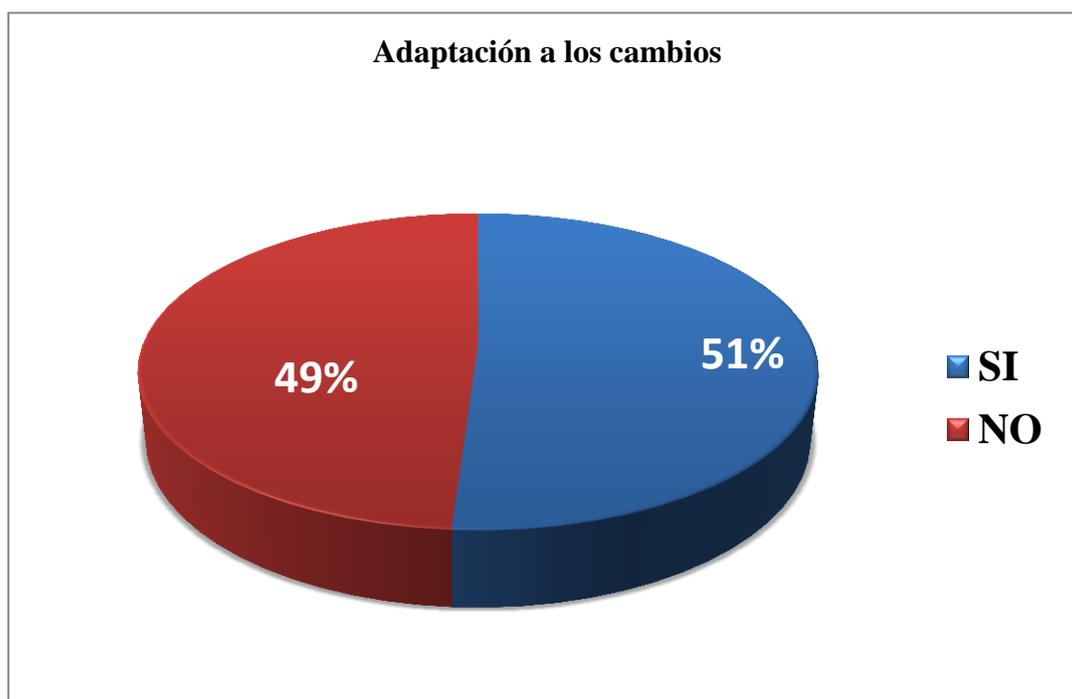
**Tabla 6: La empresa se adapta a los cambios externos?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	196	51%
NO	188	49%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 6: ¿La empresa se adapta a los cambios externos?*



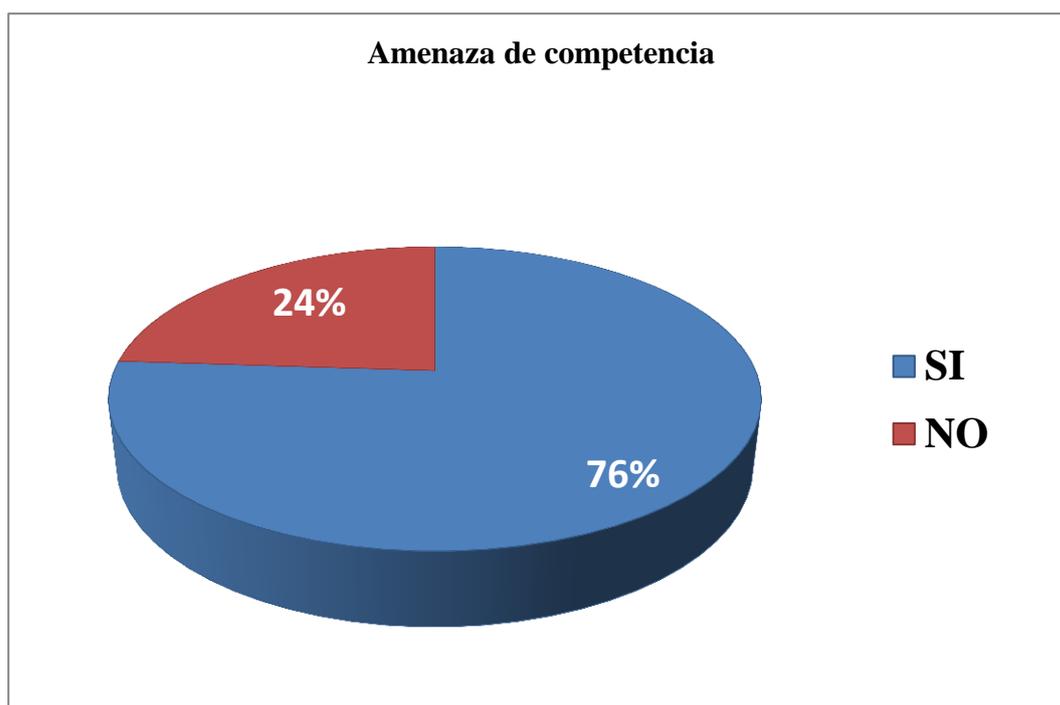
**Interpretación:** En la tabla y gráfico 6 se observa que el 51% de los clientes de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, notan que la empresa se adapta a cambios externos.

**Tabla 7: ¿Considera a la competencia como amenaza para nosotros?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	292	76%
NO	92	24%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.  
Elaboración: Propia del investigador.

*Ilustración 7: ¿Considera a la competencia como amenaza para nosotros?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 7 se observa que el 76% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran que la empresa presenta amenazas de competencia.

## O.E.1. Satisfacción del cliente

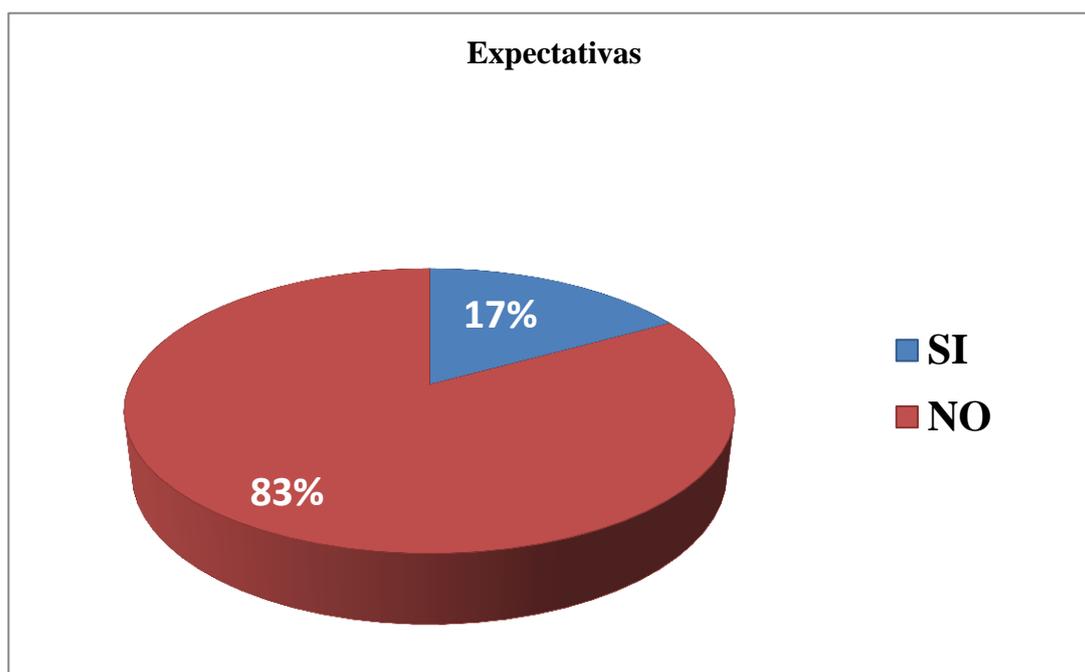
**Tabla 8: ¿El servicio ha cubierto sus expectativas?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	17%
NO	319	83%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 8: ¿El servicio ha cubierto sus expectativas?*



**Interpretación:** En la tabla 8 gráfico 8 respecto a “Expectativas” se observa que el 83% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, manifiesta como insatisfechas sus expectativas.

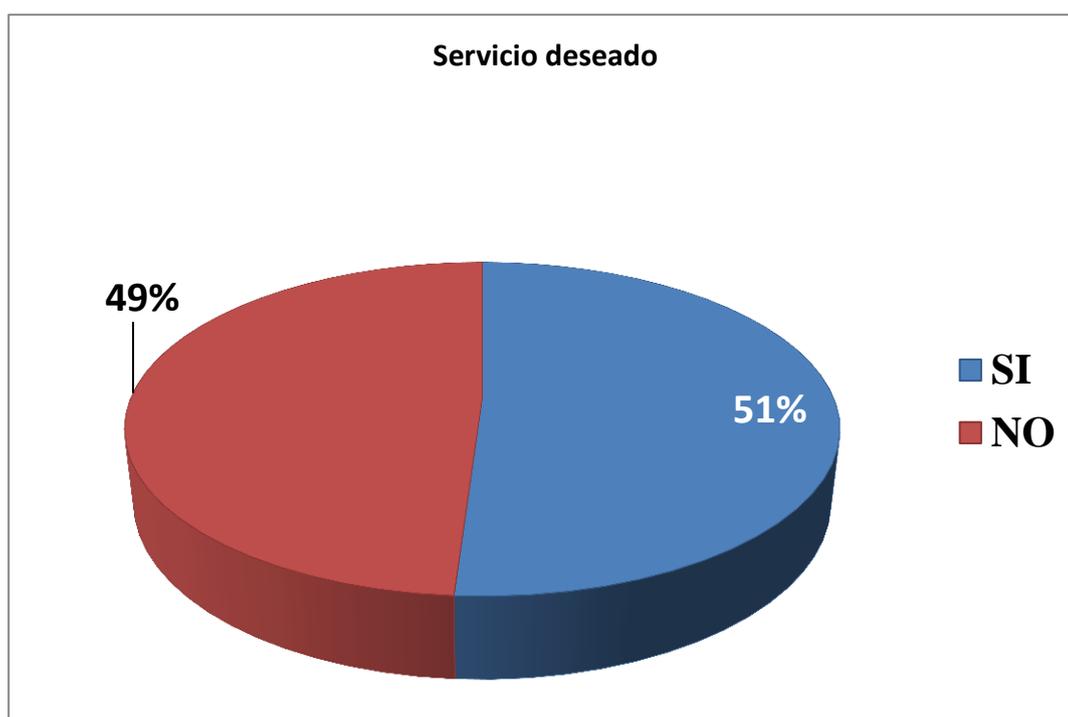
**Tabla 9: ¿El servicio es el que usted deseaba?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	196	51%
NO	188	49%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 9: ¿El servicio es el que usted deseaba?*



**Interpretación:** En la tabla 9 y gráfico 9 respecto a “servicio deseado” se observa que el 51% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran haber obtenido el servicio deseado.

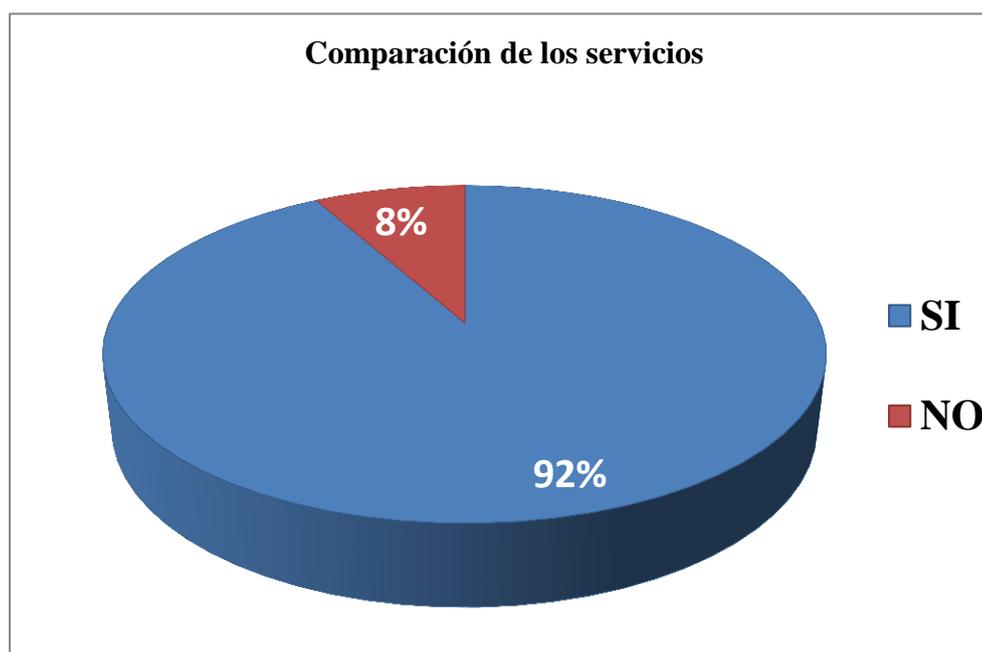
**Tabla 10: ¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	353	92%
NO	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 10: ¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 10 respecto a “Comparación de servicio” se observa que el 92% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran el servicio igual al recibido en otras empresas.

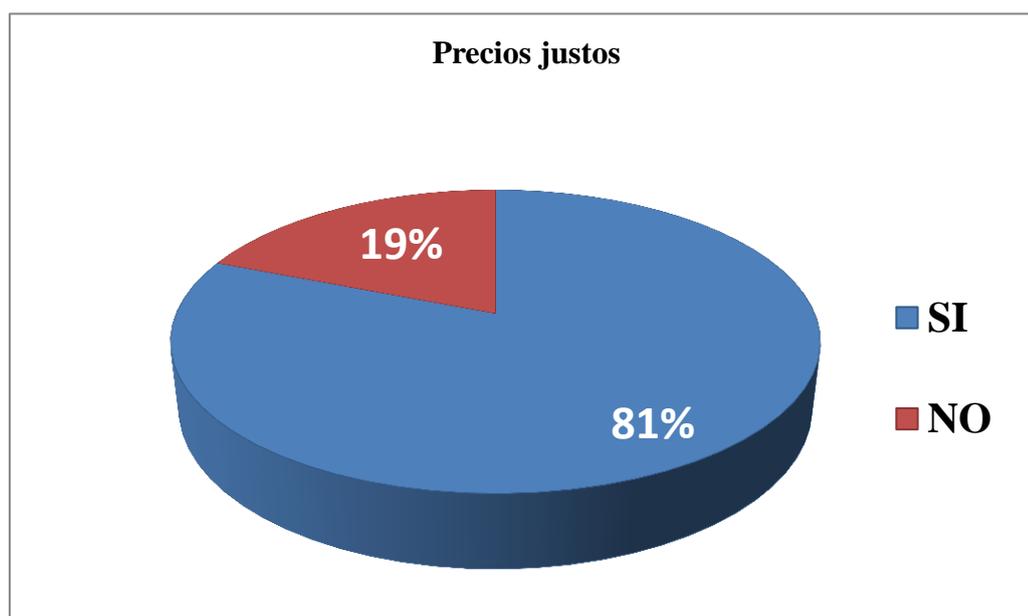
**Tabla 11: ¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	311	81%
NO	73	19%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al cliente, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 11: ¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 11 se observa que el 81% de los clientes encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran los precios como justos por el servicio recibido.

#### 4.1.2. Resultados Rendimiento laboral

##### O.E.3. Nivel de eficiencia del personal

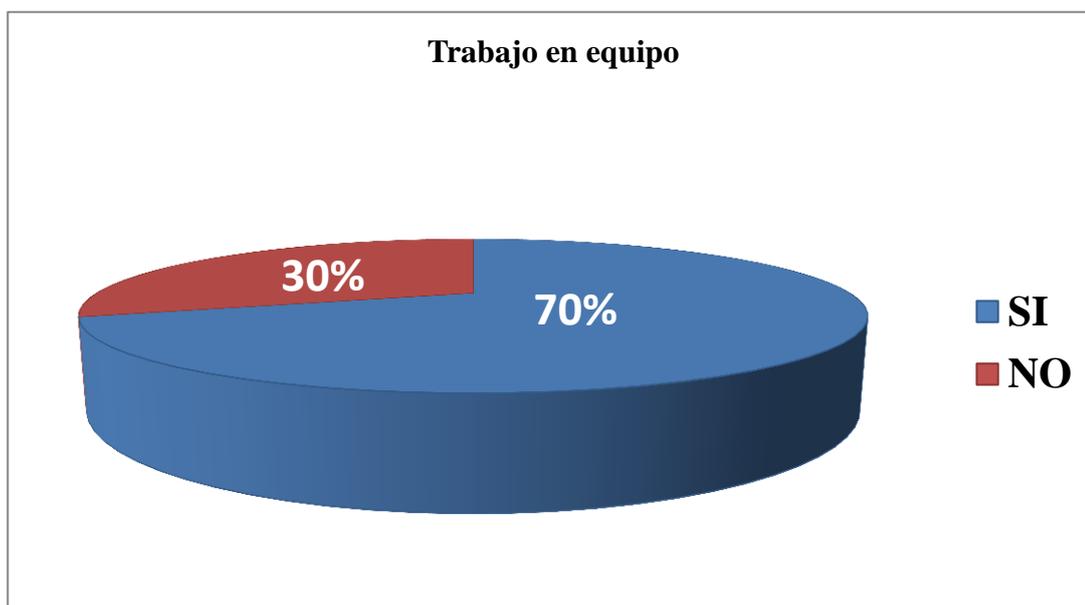
**Tabla 12: ¿Existe trabajo en equipo?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	70%
NO	9	30%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores, 2018.

Elaboración: Propia del investigador.

*Ilustración 12: ¿Existe trabajo en equipo?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 12 se observa que el 70% de los trabajadores encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, presencian trabajo en equipo en la empresa.

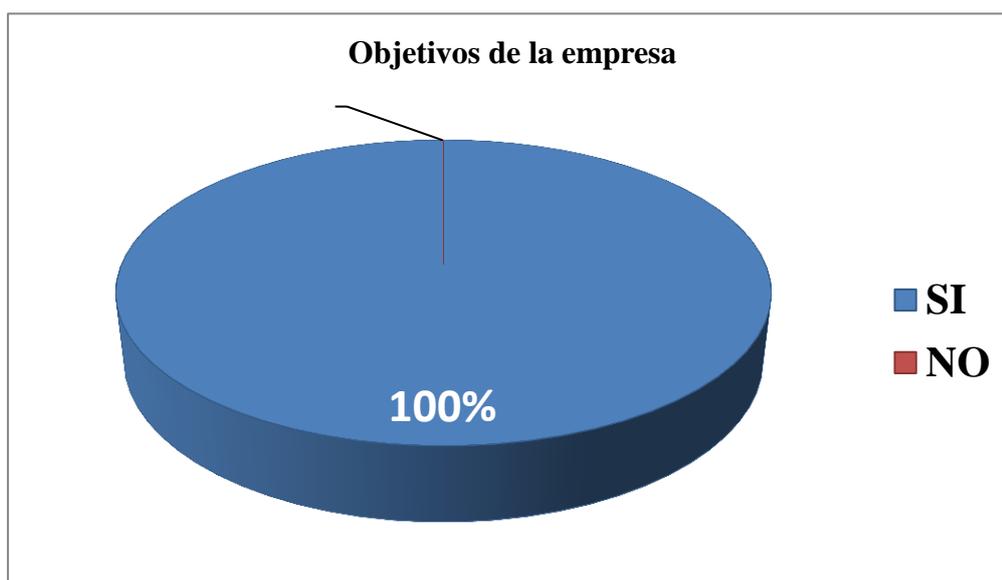
**Tabla 13: ¿Los objetivos de la empresa son claros para usted?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 13: ¿Los objetivos de la empresa son claros para usted?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 13 se observa que el 97% de los trabajadores encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran que son claros los objetivos de la empresa.

#### O.E.4. Evaluaciones del Rendimiento Laboral

**Tabla 14: ¿Considera usted importante una evaluación?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 14: Considera usted importante una autoevaluación?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 14 se observa que el 100% de los trabajadores encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran importante ser evaluados por la empresa.

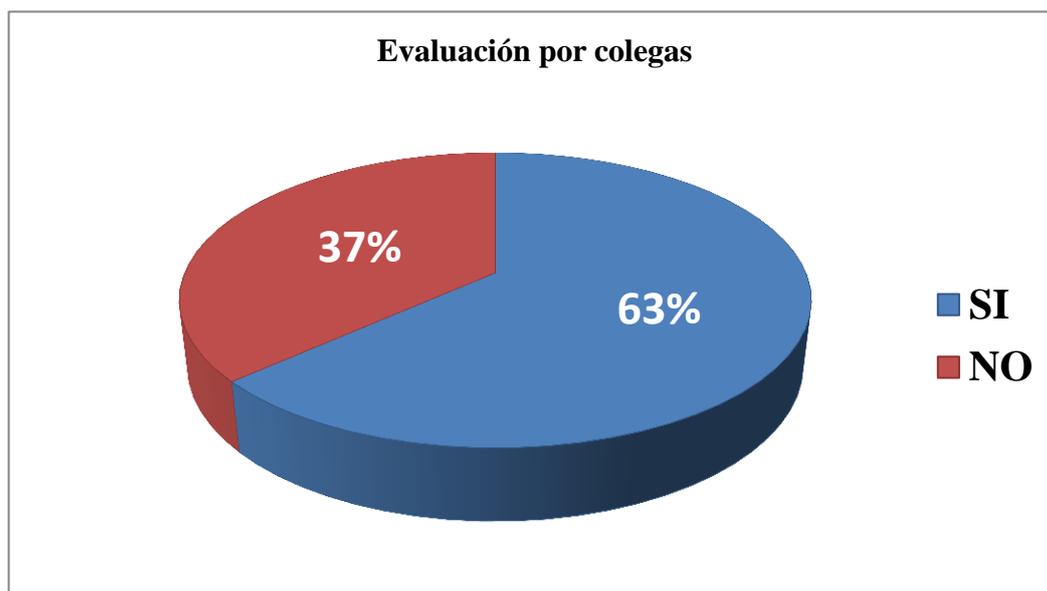
**Tabla 15: ¿Se siente usted satisfecho al ser evaluado por un colega?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	63%
NO	11	37%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 15: ¿Se siente usted satisfecho al ser evaluado por un colega?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 15 se observa que el 63% de los trabajadores encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran positiva las evaluaciones expuestas por sus colegas.

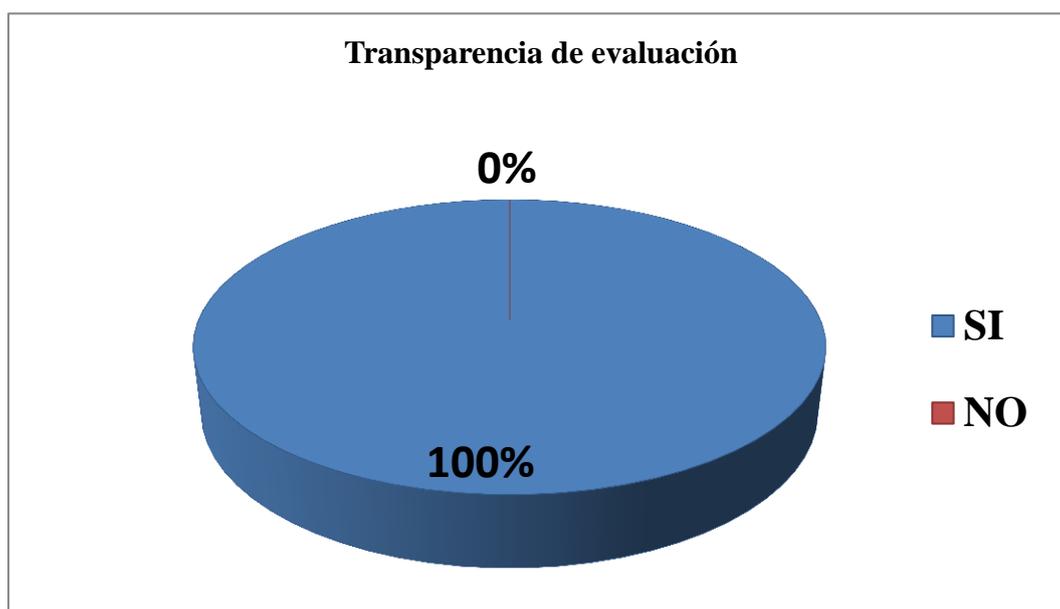
**Tabla 16: ¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores acerca de sus funciones?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores, 2018.

Elaboración: Propia del investigador.

*Ilustración 16: ¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores acerca de sus funciones?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 16 se observa que el 100% de los trabajadores encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, manifiestan que existe transparencia en la evaluación.

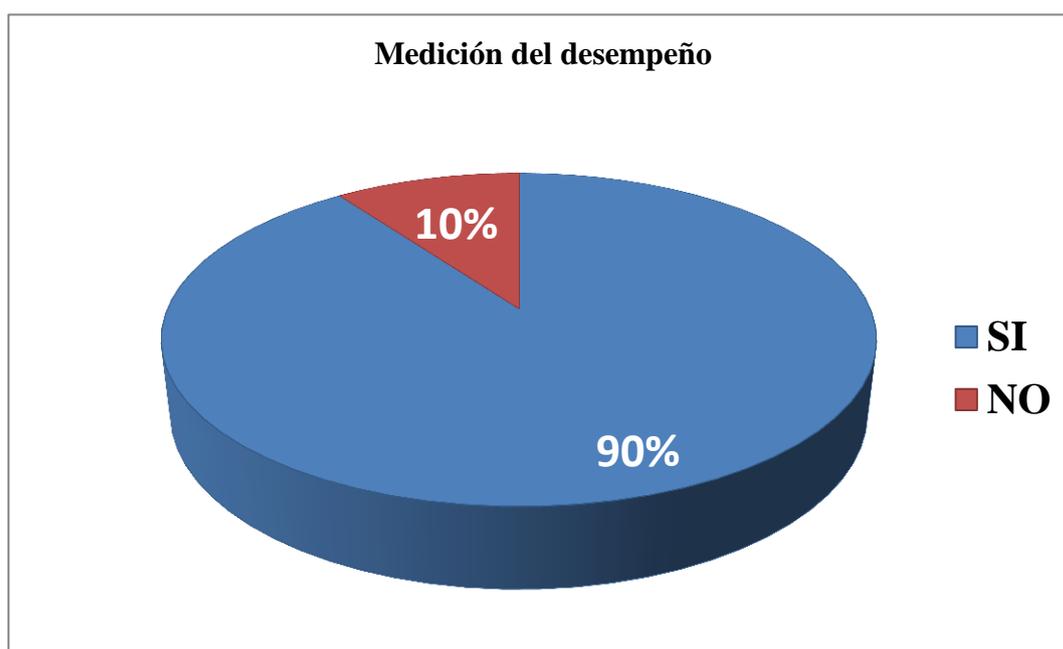
**Tabla 17: ¿Miden el desempeño laboral de cada trabajador de la empresa?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	90%
NO	3	10%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 17: ¿Miden el desempeño laboral de cada colaborador de la empresa?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 17 se observa que el 90% de los trabajadores encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, consideran que la empresa mide el desempeño de cada uno de los trabajadores.

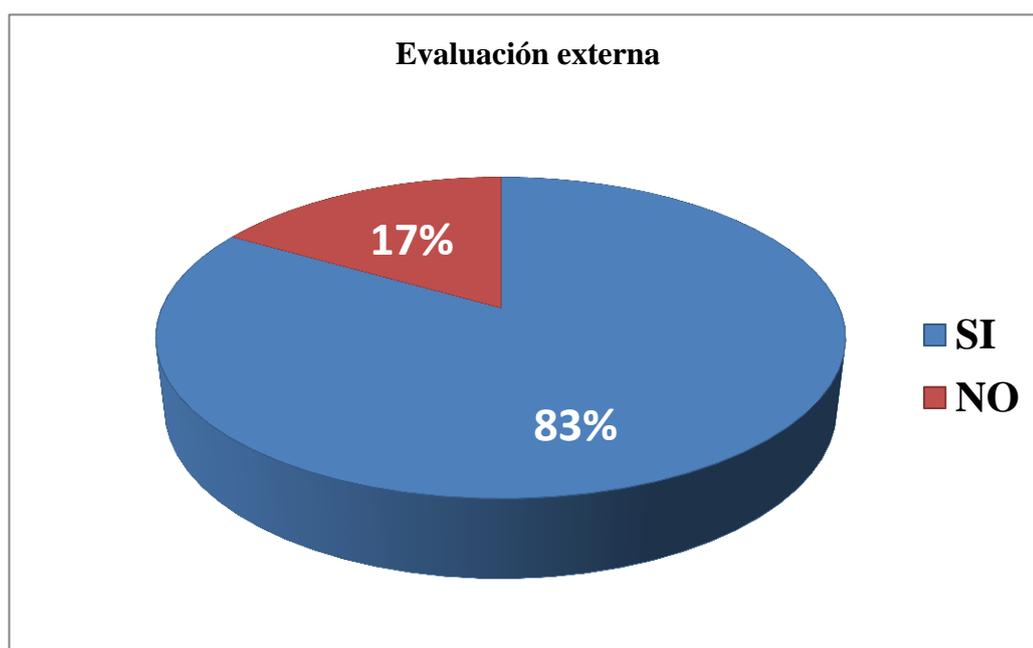
**Tabla 18: ¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	83%
NO	5	17%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores, 2018.

Elaboración: Propia del investigador

*Ilustración 18: ¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 18 se observa que el 83% de los trabajadores encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, desean ser evaluados por personas externas.

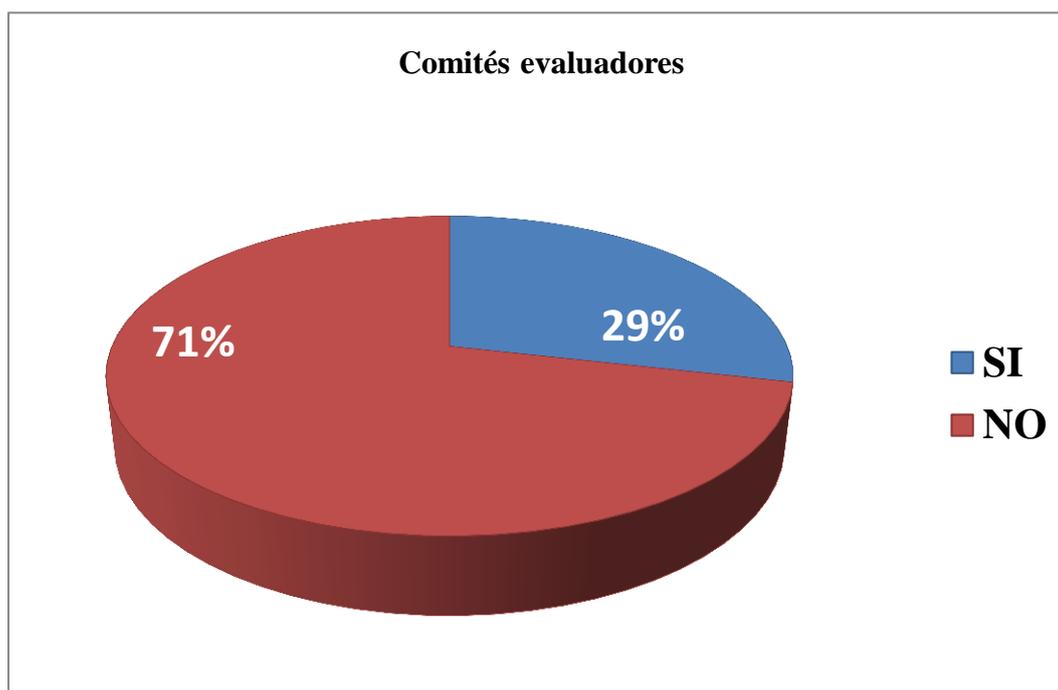
**Tabla 19: ¿Cuenta la empresa con comités evaluadores?**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	29%
NO	20	71%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores, 2018.

Elaboración: Propia del investigador.

*Ilustración 19: ¿Cuenta la empresa con Comités evaluadores?*



**Interpretación:** En la tabla y gráfico 19 se observa que el 71% de los trabajadores encuestados de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del centro de Piura, año 2018, manifiestan no contar con comités evaluadores.

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Competitividad.**

**Con respecto al primer objetivo específico** “Conocer las etapas de competitividad en las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018”, en la tabla 1 se visualiza que el 86% de los clientes investigados toma decisiones por influencia de su estado de humor, por lo que según López (2019) concluye que para el rubro de hotelería, contar con la infraestructura, profesionalización, diversidad en categorías y ubicación del sector son elementos para estar a la vanguardia. Por otro Una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) presenta la primera etapa como “incipiente”: La competencia es diminuta; la organización es elevadamente sensible a las alteraciones del ambiente y procede de acuerdo a la demanda del comercio o beneficio a albedrío y emociones de sus propietarios; responde por presentimiento; llega a desconcertarse y se altera con todo aquello que ocurre, tanto dentro o fuera.

En la tabla 2 se visualiza que el 90% de los clientes investigados considera que conocen de la existencia de competencia, lo que según Multinovich (2015) “si cuentan con un plan estratégico, en su totalidad los representantes conocen el término de competitividad, así como también perciben que su empresa es competitiva, la gran mayoría de las MYPE conocen a su principales competidores, mayoritariamente siguen realizando mejoras de su infraestructura, y los representantes perciben que la empresa en que dirigen son competitivas por la calidad de su servicio y producto final que ofrecen a los clientes”. Por otro lado Una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) presenta la primera etapa como “incipiente”: La

competencia es diminuta; la organización es elevadamente sensible a las alteraciones del ambiente y procede de acuerdo a la demanda del comercio o beneficio a albedrío y emociones de sus propietarios; responde por presentimiento; llega a desconcertarse y se altera con todo aquello que ocurre, tanto dentro o fuera.

En la tabla 3 se visualiza que el 60% de los clientes investigados consideran que la empresa posee puntos débiles, lo que según Estrada (2015) quién nos dice que “a pesar de que la mayoría de los hoteles aplican sistemas o programas de medición de la eficiencia en la prestación de sus servicios, sus acciones resultan muy subjetivas; pues no tienen programas que permitan detectar problemas en estos servicios y que conduzcan a una verdadera mejora continua de su calidad.” Por otro lado Una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) menciona en la segunda etapa “aceptable”: Nivel regular de competitividad; fueron remediado los primordiales asuntos de afectividad expresándose con los fundamentos adecuadas para lograr una correcta actuación en presencia de los clientes y la amenaza; la cabeza se responsabiliza del porvenir de su empresa y lidera la dirección hacia las metas.

En la tabla 4 se observa que el 68% de los clientes investigados estiman que el área de recepción como un lugar acogedor, lo que según el autor Ramos (2016) Concluye redactando que “algunos propietarios de las empresas hoteleras no están acordes con el avance de la tecnología por lo que mantienen una pobre comunicación, no solo con el personal de la empresa sino con sus clientes”. Del otro lado Una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) menciona en su tercera etapa “superior”: “Buen nivel de competitividad”, la organización empieza a llenar niveles de dominio y se determina por el valor de

flexibilidad que conserva en el interior de su comercio; se sostiene listo y evoluciona de rápidamente a cualquier variación del ambiente; se enfoca en la cultura empresarial para conseguir organizar el raciocinio, pasiones y accionar de todos sus colaboradores.

En la tabla 5 se visualiza que el 78% de los clientes investigados aprecian que la organización de la empresa como innovadora en el mercado, lo que según Román (2016) “las MYPE ofrecen productos de calidad, pero estos no satisfacen las expectativas de sus clientes debido a que no es un producto innovador”. Por otro lado Una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) señala en su tercera etapa denominada “superior”: “Buen nivel de competitividad”; la organización empieza a llenar niveles de dominio y se determina por el valor de flexibilidad que conserva dentro de su comercio.

En la tabla 6 se observa que el 51% de los clientes notan que la empresa se adapta a cambios, lo que según el autor Guanilo (2015) que “en las micro y pequeñas empresas del servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote determinan que son competitivas, teniendo dentro de ellas a personal sumamente capacitados, los cuales son motivados, dando como resultado que las empresas sean competitivas y puedan enfrentarse a los competidores las cuales son conocidas por las mismas.” Dicho de otra manera Una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) nos dice que “la empresa se mantiene despierta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio del entorno.”

En la tabla 7 se observa que el 76% de los clientes investigados estiman que la empresa presenta amenazas de competencia, lo que según el autor Milutinovich (2015) que “la mayoría de las Mypes conocen a sus principales

competidores, mayoritariamente siguen realizando mejoras de su infraestructura, y los representantes perciben que la empresa que dirigen son competitivas por la calidad de su servicio y producto final que ofrecen a los clientes.” Por otro lado Una idea de Porter (2008), leída en el trabajo de (Delgado Nanquén, 2018) presenta su última etapa “sobresaliente”; donde considera que en esta etapa la empresa alberga en una conminación persistente de lado de los adversarios de las etapas antes mencionadas, puesto que buscan descubrir fragilidades en el mercado.

**Dado el segundo objetivo específico** “Conocer el grado de satisfacción de los clientes que ofrecen las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018”, en la tabla 8 se visualiza que el 83% de los clientes investigados manifiesta como insatisfechas sus expectativas, lo que según Roman (2016) “las MYPE estudiadas ofrecen productos de calidad, pero estos no satisfacen las expectativas de sus clientes debido a que no es un producto innovador.” De otro lado Ponton (2009) menciona que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”.

En la tabla 9 se visualiza que el 51% de los clientes investigados estiman haber obtenido el servicio deseado, lo que según el autor Manrique (2016) nos dice que “cuándo hay mayor productividad siempre habrá mayor competitividad, la calidad del producto siempre es un factor clave para la competitividad de su MYPE, siempre se preocupan por brindar un excelente servicio a sus 73 clientes, es importante posicionar en la mente del consumidor la imagen de su MYPE y la imagen comercial de la empresa, la diferenciación del producto, la motivación es un factor clave para la

competitividad.” Por otro lado Ponton (2009) nos dice que “el Servicio Deseado es una combinación de lo que el cliente considera que puede ser con lo que considera que debe ser.”

En la tabla 10 se observa que el 92% de los clientes investigados estiman que el servicio es igual al recibido en otras empresas, lo que el autor Estrada (2015) indica que “a pesar de que la mayoría de los hoteles aplican sistemas o programas de medición de la eficiencia en la prestación de sus servicios, sus acciones resultan muy subjetivas; pues no tienen programas que permitan detectar problemas en estos servicios y que conduzcan a una verdadera mejora continua de su calidad.” Por otro lado, Ponton (2009) señala que “las expectativas son los estándares o puntos de referencia del desempeño contra los cuales se comparan las experiencias del servicio, y a menudo se formulan en términos de lo que el cliente cree que debería suceder o que va a suceder.”

En la tabla 11 se visualiza que el 81% de los clientes investigados estiman que los precios como justos por el servicio recibido, lo que según Bances (2018) concluye que “en relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped.” Por otro lado Lockheed y Hanuschek (2007) sugiere que la eficiencia solo usa un estándar para minimizar costos que ayuden al cumplimiento de los objetivos.

### 5.2.2. Rendimiento Laboral

**Como tercer objetivo específico** “Determinar el nivel de eficiencia del personal en las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018”, en la tabla 12 se observa que el 70% de los trabajadores de las MYPE investigadas presencian trabajo en equipo en la organización, lo que según Caicedo (2015) “el trabajo en equipo se ejecuta en término medio por cuanto los servidores en su mayoría no acepta sugerencias de los compañeros, predomina factores personales que institucionales”; De otro lado Thompson (2008) nos dice que “se logra optimizar los resultados y/o productividad con los pocos recursos que tenemos.”

En la tabla 13 se visualiza que el 100% de los trabajadores investigados estipulan como claros los objetivos de la empresa, lo que según Rojas (2018) donde concluyó que “el desempeño laboral si mejora con la capacitación ya que por medio de capacitaciones técnicas se ha obtenido mejores resultados, nuevos conocimientos para entregar nuevos y mejores productos, para lograr los resultados de la organización”. Por otro lado Lockheed y Hanuschek (2007) sugiere que “la eficiencia solo usa un estándar para minimizar costos que ayuden al cumplimiento de objetivos. Principal al recurso humano, el cual se tiene que poner mayor énfasis.”

**En relación al cuarto objetivo específico** “Conocer las evaluaciones del rendimiento laboral de las MYPE rubro hoteles de la categoría tres estrellas del Centro de Piura, año 2018”, en la tabla 14 se visualiza que el 100% de los trabajadores investigados perciben que es importante ser evaluados por la empresa, lo que según Albañil (2015) expresa que “es destacable que en opinión de los encuestados se evalúa al clima laboral de la institución como paternalista con ligera tendencia al estilo

participativo, sin embargo hay que aclarar que en opinión de los mismos docentes, el reconocimiento que reciben por parte de la comunidad educativa de la institución es escasa, existiendo además bajos niveles de satisfacción y participación, siendo necesario que estos factores sean trabajados y fortalecidos en la institución si se pretende mejorar el clima y por ende los logros institucionales.” De otro lado (Chiavenato, 2015) Sostiene que “la evaluación del desempeño es la calificación sistemática del rendimiento de cada persona con respecto a las competencias individuales, a las metas, a las tareas que ejecuta, y los resultados que obtenga, la misma que servirá para buscar un mejor desarrollo dentro de la organización”.

En la tabla 15 se visualiza que el 63% de los trabajadores encuestados consideran positiva las evaluaciones expuestas por sus colegas, lo que según que Albañil (2015) nos dice que “en opinión de los encuestados se evalúa al clima laboral de la institución como paternalista con ligera tendencia al estilo participativo”. Por otro lado Chiavenato (2015) nos dice que las evaluaciones por parte del equipo de trabajo buscan evaluar su desempeño como un todo y el de cada uno de sus miembros y después, con cada uno, programa las medidas necesarias para su mejora. El equipo es el responsable de la evaluación del desempeño de sus participantes y define los objetivos y las metas que debe alcanzar.

En la tabla 16 se observa que el 100% de los colaboradores estudiados manifiestan que existe transparencia en las evaluaciones de la empresa, lo que según Melo (2015) manifiesta que “Si el estilo de dirección autoritario aumenta, la satisfacción laboral de los trabajadores disminuye. Estos factores se localizan en el ambiente de trabajo de la empresa y dependen de la gestión que aplique administración,

estos están fuera del alcance y control de los trabajadores causando de esta manera un deficiente desenvolvimiento de sus actividades y frustración en su satisfacción.” De otro lado Chiavenato (2015) señalan que “la también llamada evaluación integral, es una de las más utilizada actualmente por las organizaciones, ya que la información del desempeño se recopila completamente alrededor de un trabajador, desde sus supervisores, subalternos, colegas, y clientes internos o externos. Usualmente esto se realiza con propósitos de desarrollo en vez de que sea para aumentos de salario. El crecimiento común consiste en conseguir que quienes califican llenen las encuestas de evaluaciones en línea acerca de quiénes van a calificar. Luego se reúne toda esta retroalimentación y se realizan reportes individualizados que llegan a los trabajadores evaluados. Entonces el empleado puede reunirse con su superior para desarrollar un plan de auto-mejoría.”

En la tabla 17 se visualiza que el 90% de los trabajadores investigados perciben que la empresa mide el desempeño de cada uno de los trabajadores, lo que según Caicedo (2015) redacta sobre “la satisfacción personal de los servidores se promedia en términos normales, sin embargo la empresa necesita incentivar al personal con cursos y seminarios de capacitación para incrementar sus competencias laborales; los reconocimientos y los logros entregados por la empresa públicamente son aceptados y miden grados de satisfacción aceptables, sin embargo el estímulo monetario es gratificante cuando la meta se ha cumplido”. Por otro lado (Chiavenato, 2015) menciona que la evaluación de 360° es más rica porque produce información distinta, procedente de todas partes, y sirve para asegurar la adaptación y el acoplamiento del trabajador a las diversas demandas que recibe de su entorno de trabajo o de sus asociados. Sin embargo, para el evaluado no es nada fácil permanecer suspendido entre dos varas o

sobre una pasarela recibiendo un verdadero tiroteo que llega de todas partes. Si no tiene una mentalidad abierta, que conoce y acepta el sistema, queda en una posición muy vulnerable.

En la tabla 18 se visualiza que el 83% de los colaboradores investigados desean ser evaluados por personas externas, lo que según el autor Caicedo (2015) manifiesta que “los servidores en su mayoría no acepta sugerencias de los compañeros, predomina factores personales que institucionales”, Al igual que el autor Chiaventato (2011) menciona que “los comités evaluadores buscan una evaluación colectiva a cargo de un grupo de personas directa o indirectamente interesadas en el desempeño de los colaboradores. Es habitual que la comisión esté compuesta por personas que pertenecen a distintas unidades de la organización y por miembros permanentes y transitorios”.

En la tabla 19 se visualiza que el 71% de los colaboradores estudiados manifiestan no contar con comités evaluadores, lo que según Pérez (2013) señala que “la falta de sistematización en la implementación de las prácticas de Recursos Humanos, coincide con un Clima Organizacional negativo como se observó en cada hotel. Las actividades de gestión de Recursos Humanos contribuyen a la configuración de la relación entre la organización y sus empleados, en los casos evaluados se encontró que las falencias repercuten perjudicialmente en el desarrollo del ambiente laboral, aunque no se puede afirmar que se deba exclusivamente a esto”. Del mismo lado Chiavenato (2015) señala que “las evaluaciones por parte de comités evaluadores buscan una evaluación colectiva a cargo de un grupo de personas directa o indirectamente interesadas en el desempeño de los colaboradores. Es habitual que la

comisión esté compuesta por personas que pertenecen a distintas unidades de la organización y por miembros permanentes y transitorios.”

## V. CONCLUSIONES

Con respecto a “las etapas de competitividad” se conocieron las siguientes: Incipiente, aceptable, superior y sobresaliente las mismas que se basan en buscar el desarrollo continuo dentro del mundo empresarial; por lo que se recomienda enfocarse en la etapa sobresaliente para que de esta manera se logre afrontar las futuras amenazas de competencia, manteniendo un margen de diferencia positiva y así obtener la aceptación y fidelización de los clientes.

En cuanto a “el grado de satisfacción de los clientes” se identificó por medio de sus indicadores: “Expectativas y percepciones”, donde el factor importante es la innovación y adaptación a los cambios para lograr de esta manera clientes fidelizados; por todo ellos se recomienda la adecuada y constante actualización de equipos tecnológicos que ayudarán a la satisfacción de los usuarios.

En relación al nivel de la eficiencia del personal se determinó a través de los objetivos de la empresa, obteniendo mayor productividad y sabiendo utilizar los pocos recursos que tengan; se recomienda dinámicas proactivas en horas laborables para mantener eficiente al trabajador.

Con respecto a las evaluaciones del rendimiento laboral se conocieron las siguientes: Evaluación por parte de los colegas, Comités evaluadores, autoevaluación, evaluación 360°, lo que demuestra importancia en la empresa, puesto que ayudarán a medir el rendimiento del trabajador y de esta manera obtener un panorama de la productividad de los mismos; se recomienda ante ello evaluar al trabajador cada determinado tiempo a criterio del empleador.

Por todo ello, se concluyó que “las características de la competitividad y rendimiento laboral”, se han determinado a través de las etapas de la competitividad, satisfacción al cliente, nivel de eficiencia de los trabajadores y evaluaciones del rendimiento laboral; que dentro de un mercado competitivo, los clientes son muy exigentes y piden a las organizaciones que éstas cumplan los requisitos para cubrir sus expectativas, por otro lado se refleja que los trabajadores deben ser evaluados para obtener mayores resultados competitivos; se recomienda utilizar una óptima tecnología, logrando de esta manera que la empresa cuente con personal eficaz y así obtener mayor atracción de clientes.

## REFERENCIAS

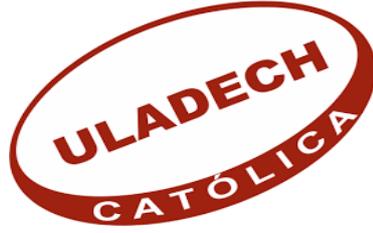
- Boyer, M. H. (04 de MAYO de 2017). "Piura tiene la inflación más alta del país, variación de 4 primeros meses es de 5,11%". *El Tiempo*.
- Chiavenato, I. (2015). *Gestión del Talento Humano*. México: McGraw-Hill.
- Delgado Nanquén, R. M. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LIDERAZGO DE LAS MYPE RUBRO GIMNASIOS DELCENTRO DE PIURA, AÑO 2018*. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5937/LIDERAZGO\\_COMPETITIVIDAD\\_DELGADO\\_NANQUEN\\_RUBY\\_MERCEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5937/LIDERAZGO_COMPETITIVIDAD_DELGADO_NANQUEN_RUBY_MERCEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS DE LA SUCURSAL PIURA. (20 de JULIO de 2016). *BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ - SUCURSAL PIURA*. Obtenido de BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ - SUCURSAL PIURA: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/piura-caracterizacion.pdf>
- Diario Correo. (23 de Agosto de 2017). Obtenido de <https://diariocorreo.pe/economia/gobierno-crea-programa-nacional-tu-empresa-769425/>
- Diario El Comercio. (20 de 03 de 2017). Así sufren las empresas el impacto de El Niño en el norte.
- Diario El Comercio. (17 de ENERO de 2017). Estudio revela preferencias de uso de tecnología en hoteles. *El Comercio*.
- Diario Gestión. (26 de 09 de 2016). *INEI: Estos son los cuatro problemas que limitan el crecimiento de las empresas*. Recuperado el 08 de 2016, de <https://gestion.pe/economia/inei-son-cuatro-problemas-limitan-crecimiento-empresas-147918>
- Diario Gestión. (12 de OCTUBRE de 2016). Sector hotelero peruano necesita transformación digital para atender a turistas de negocios. *Gestión*.
- Diario Gestión. (10 de abril de 2017). Niño Costero: Inflación de la macro región norte alcanzó 1.8% en marzo. *Gestión*.
- Diario La República. (30 de 11 de 2016). Piura aporta el 5% del PBI nacional e inversiones crecerán en próximos años. Piura, Perú.

- Diario La República. (30 de MAYO de 2017). Mincetur: Piura es el tercer destino turístico preferido por los peruanos. *La República*.
- Diario Perú21. (24 de AGOSTO de 2015). INEI: Tasa de desempleo llegó a 6.5% en julio. *Perú21*.
- Diario Perú21. (30 de 05 de 2017). Turismo cayó un 50% por efecto de El Niño Costero en Piura. Piura, Piura, Perú.
- EL REGIONAL PIURA. (12 de JUNIO de 2017). La tasa de ocupación infantil y adolescente se redujo en 5% en los últimos 5 años en Piura. *EL REGIONAL PIURA*.
- EL Tiempo. (04 de 05 de 2017). “Piura tiene la inflación más alta del país, variación de 4 primeros meses es de 5,11%”.
- EXITOSA. (3 de ABRIL de 2017). OPINIÓN | Javier Zúñiga: Impacto económico del niño costero en la economía peruana. *EXITOSA*.
- Gestión. (08 de MAYO de 2015). MTPE ofreció 3,000 vacantes de empleo en Piura . *Gestión*.
- Gestión. (26 de Setiembre de 2017). INEI: Estos son los cuatro problemas que limitan el crecimiento de las empresas . *Gestión*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- INEI. (2011). *Sistema estadístico departamental*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0997/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0997/Libro.pdf)
- INEI. (09 de SEPTIEMBRE de 2013). Piura: solo el 16% de los hospedajes están categorizados. *El Comercio*.
- INEI. (10 de 05 de 2017). *En el Perú 264 mil personas dejaron de ser pobres entre los años 2015 y 2016*. Recuperado el 09 de 10 de 2018, de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-264-mil-personas-dejaron-de-ser-pobres-entre-los-anos-2015-y-2016-9710/>
- INEI. (10 de Mayo de 2017). *INEI*. Obtenido de INEI: <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-264-mil-personas-dejaron-de-ser-pobres-entre-los-anos-2015-y-2016-9710/>
- Kurlya, J. (21 de ABRIL de 2017). Sector tecnológico en Perú facturará más de US\$ 4,700 millones en 2017. *Andina*.
- Mamani, G. (10 de 01 de 2016). *EQUIPOS Y MAQUINAS NECESARIOS EN UN HOTEL*. Obtenido de <http://equiposymaquinasdeunhotel.blogspot.com/>
- Marín, C. (2015). *Competitividad, concepto e importancia*. Obtenido de <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Pazos, F. N. (30 de Noviembre de 2016). Piura aporta el 5% del PBI nacional e inversiones crecerán en próximos años. *La República*.
- Peñaranda, C. (20 de Marzo de 2017). Así sufren las empresas el impacto de El Niño en el norte. *El Comercio*.
- Pérez Alvarez, R. (22 de Febrero de 2012). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metinvc.blogspot.pe/2012/02/t5b-proyecto-de-investigacion.html>
- PiuraPeru.com. (2013). *Actividades Económicas*. Obtenido de PiuraPeru.com: <http://www.piuraperu.com/departamento/actividades-economicas/>
- PiuraPeru.com. (2013). *PiuraPeru.com*. Obtenido de PiuraPeru.com: <http://www.piuraperu.com/piura/turismo/atractivos-turisticos/>

- Pontón, H. (2009). *MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE COMO PARTE DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS DISTRIBUIDORES DE EQUIPOS Y MATERIALES PARA EL SECTOR DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL MUNICIPIO MARACAIBO*. Venezuela: PPI 200902ZU3060 / ISSN: 18569706.
- Porter, M. (2017). *Ser Competitivo*. Barcelona, España: Deusto.
- RPP NOTICIAS . (06 de Junio de 2011). *RPP NOTICIAS*. Obtenido de RPP NOTICIAS : <http://rpp.pe/peru/actualidad/declaran-15-zonas-de-piura-como-patrimonio-cultural-de-la-nacion-noticia-372782>
- RPP Noticias. (20 de 12 de 2016). *Gobierno publicó nuevo Régimen Mype tributario*. Obtenido de <https://rpp.pe/economia/economia/gobierno-publico-nuevo-regimen-mype-tributario-noticia-1017819>
- RPP NOTICIAS. (27 de JULIO de 2016). Piura: 32 % laboran en una micro y pequeña empresa. *RPP NOTICIAS*.
- RPP NOTICIAS. (20 de DICIEMBRE de 2016). *RPP NOTICIAS*. Obtenido de RPP NOTICIAS: <http://rpp.pe/economia/economia/gobierno-publico-nuevo-regimen-mype-tributario-noticia-1017819>
- Thompson, V. (2007). *“Incremento de la productividad en la Micro y Pequeña*. Lima.
- UDEP. (05 de 12 de 2012). Obtenido de <http://udep.edu.pe/hoy/2012/las-mypes-estan-haciendo-crecer-a-piura/>
- Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. (2019). *CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN*. Chimbote, Perú: Comité Institucional de Ética en Investigación.
- Villanueva. (2013). *Circulotec.Tv*. Obtenido de <http://www.circulotec.tv/documents/3096396/6163899/CTVMKV0003.pdf/8e7589d1-c82a-42c9-acca-2636a2400a95>
- Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.pe/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Zuñiga, J. (03 de 04 de 2017). OPINIÓN | Javier Zúñiga: Impacto económico del niño costero en la economía peruana.

# **ANEXOS**



¡Hola! Soy estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, me encuentro realizando un trabajo de investigación de las MYPES de Piura con el objetivo de conocer las características de la competitividad para ello sírvase a marcar con una (x) la respuesta conveniente. Se le agradece su participación, la misma que será de absoluta reserva.

1. ¿Usted cree que el estado de humor influya en sus decisiones?  
SI ( ) NO ( )
2. ¿Cree usted que exista competencia para nosotros?  
SI ( ) NO ( )
3. ¿Considera que la empresa cuente con puntos débiles?  
SI ( ) NO ( )
4. Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera?  
SI ( ) NO ( )
5. ¿Considera usted a la organización como innovadora en el mercado?  
SI ( ) NO ( )
6. ¿La empresa se adapta a los cambios externos?  
SI ( ) NO ( )
7. ¿Considera a la competencia como amenazas para nosotros?  
SI ( ) NO ( )
8. ¿El servicio ha cubierto sus expectativas?  
SI ( ) NO ( )
9. ¿El servicio es el que usted deseaba?  
SI ( ) NO ( )

10. ¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido?

SI ( )

NO ( )

11. ¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido?

SI ( )

NO ( )



¡Hola! Soy estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, me encuentro realizando un trabajo de investigación de las MYPES de Piura con el objetivo de conocer las características del rendimiento laboral para ello sírvase a marcar con una (x) la respuesta conveniente. Se le agradece su participación, la misma que será de absoluta reserva.

1. ¿Existe trabajo en equipo?

SI ( )

NO ( )

2. ¿Los objetivos de la empresa son claros para usted?

SI ( )

NO ( )

3. ¿Se siente usted satisfecho que usted sea evaluado por un colega?

SI ( )

NO ( )

4. ¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores a cerca de sus funciones?

SI ( )

NO ( )

5. ¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas?

SI ( )

NO ( )

6. ¿Cuenta la empresa con comités evaluadores?

SI ( )

NO ( )

7. ¿Considera usted importante una evaluación?

SI ( )

NO ( )

8. ¿Miden el desempeño laboral de cada colaborador de la empresa?

SI ( )

NO ( )

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Manuel Gimocacho Vega identificado con DNI 02867439, MAGISTER

EN ASH. J. DIREC. DE TURISMO, por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario elaborado por \_\_\_\_\_

a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y RENDIMIENTO LABORAL EN LAS MYPE RUBRO HOTELES DE LA CATEGORÍA TRES ESTRELLAS DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2018.", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 11 de Junio 2018

  
Prof. Carlos M. Gimocacho Vega  
Especialista

## VALIDACIÓN

Items relacionados con la variable competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más items para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted cree que el estado de humor influya en sus decisiones?	/			/			SI ( ) NO ( / )
2. ¿Cree usted que exista competencia para nosotros?	/			/			SI ( ) NO ( / )
3. ¿Considera mejorados los puntos débiles con respecto a su anterior visita?	/			/			SI ( ) NO ( / )
4. ¿Durante su estadia tuvo algún problema con el lugar?	/			/			SI ( ) NO ( / )
5. Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera?	/			/			SI ( ) NO ( / )
6. ¿Considera usted a la organización como innovadora en el mercado?	/			/			SI ( ) NO ( / )
7. ¿La empresa se adapta a los cambios?	/			/			SI ( ) NO ( / )
8. ¿Considera a la competencia como amenazas para nosotros?	/			/			SI ( ) NO ( / )
9. ¿El servicio ha cubierto sus expectativas?	/			/			SI ( ) NO ( / )

  
 Carlos M. Gnocchio Vega  
 CLAD-0000

10. ¿El servicio es el que usted deseaba?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI ( )	NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
11. ¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI ( )	NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
12. ¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI ( )	NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

¡Muchas gracias por su colaboración!

### VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable rendimiento laboral	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Existe trabajo en equipo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
2. ¿Los objetivos de la empresa son claros para usted?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
3. ¿Se siente usted satisfecho que usted sea evaluado por un colega?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
4. ¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores a cerca de sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
5. ¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
6. ¿Cuenta la empresa con comités evaluadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

  
Lia. Adm. Carlos M. Ginecchio Ves  
CLAD. 0888

7. ¿Considera usted importante una evaluación?	✓			✓	SI ( ) NO (✓)
8. ¿Miden el desempeño laboral de cada colaborador de la empresa?	✓			✓	SI ( ) NO (✓)
9. En su opinión ¿Cree que está preparado para otros puestos dentro de la empresa?	✓			✓	SI ( ) NO (✓)
10. ¿Usted posee conocimientos que le permitan ejercer efectivamente su puesto?	✓			✓	SI ( ) NO (✓)
11. ¿Usted se dirige con respeto hacia sus compañeros?	✓			✓	SI ( ) NO (✓)

¡Muchas gracias por su colaboración!

  
 Lic. Adm. Carlos M. Giacchino Vega  
 CCAD. 0814

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

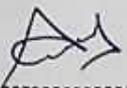
Yo, IVAN GUZMAN CASTRO, identificado con DNI 07727308, MAGÍSTER

EN DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN: por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por MEYDI LUCILA MORAN GARCIA,

a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y RENDIMIENTO LABORAL EN LAS MYPE RUBRO HOTELES DE LA CATEGORÍA TRES ESTRELLAS DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2018.", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 10 JUNIO 2018

  
Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO  
CLAD N° 5107

### VALIDACIÓN

Items relacionados con la variable competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted cree que el estado de humor influya en sus decisiones?	x			x		x	SI ( ) NO (x)
2. ¿Cree usted que exista competencia para nosotros?	x			x		x	SI ( ) NO (x)
3. ¿Considera mejorados los puntos débiles con respecto a su anterior visita?	x			x		x	SI ( ) NO (x)
4. ¿Durante su estadia tuvo algún problema con el lugar?	x			x		x	SI ( ) NO (x)
5. Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera?	x			x		x	SI ( ) NO (x)
6. ¿Considera usted a la organización como innovadora en el mercado?	x			x		x	SI ( ) NO (x)
7. ¿La empresa se adapta a los cambios?	x			x		x	SI ( ) NO (x)
8. ¿Considera a la competencia como amenazas para nosotros?	x			x		x	SI ( ) NO (x)
9. ¿El servicio ha cubierto sus expectativas?	x			x		x	SI ( ) NO (x)

  
 Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

10. ¿El servicio es el que usted deseaba?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
11. ¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
12. ¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

¡Muchas gracias por su colaboración!

#### VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable rendimiento laboral	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Existe trabajo en equipo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
2. ¿Los objetivos de la empresa son claros para usted?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
3. ¿Se siente usted satisfecho que usted sea evaluado por un colega?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
4. ¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores a cerca de sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
5. ¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
6. ¿Cuenta la empresa con comités evaluadores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

7. ¿Considera usted importante una evaluación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
8. ¿Miden el desempeño laboral de cada colaborador de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
9. En su opinión ¿Cree que está preparado para otros puestos dentro de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
10. ¿Usted posee conocimientos que le permitan ejercer efectivamente su puesto?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
11. ¿Usted se dirige con respeto hacia sus compañeros?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

¡Muchas gracias por su colaboración!

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

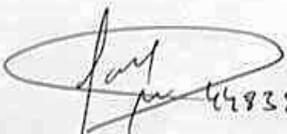
## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, PAUL DÍAZ ALVARADO GÓMEZ, identificado con DNI  
44838899, LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y COLEGIADO  
EN COLEGIO REGIONAL DE LICENCIADOS DE PIURA : por medio de la presente

hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: Cuestionario , elaborado por HEYDI LUCILA MORAN GARCIA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y RENDIMIENTO LABORAL EN LAS MYPE RUBRO HOTELES DE LA CATEGORÍA TRES ESTRELLAS DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2018.", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 10 de Junio 2018

  
DNI 44838899  
Código 08095

### VALIDACIÓN

Items relacionados con la variable competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted cree que el estado de humor influya en sus decisiones?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
2. ¿Cree usted que exista competencia para nosotros?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
3. ¿Considera mejorados los puntos débiles con respecto a su anterior visita?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
4. ¿Durante su estadia tuvo algún problema con el lugar?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
5. Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
6. ¿Considera usted a la organización como innovadora en el mercado?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
7. ¿La empresa se adapta a los cambios?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
8. ¿Considera a la competencia como amenazas para nosotros?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
9. ¿El servicio ha cubierto sus expectativas?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
10. ¿El servicio es el que usted deseaba?	X			X		X	SI ( ) NO (X)

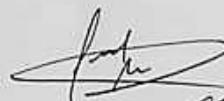
  
 CMO 08095

11. ¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
12. ¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

¡Muchas gracias por su colaboración!

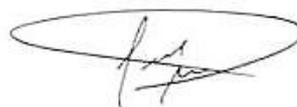
### VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable rendimiento laboral	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Existe trabajo en equipo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
2. ¿Los objetivos de la empresa son claros para usted?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
3. ¿Se siente usted satisfecho que usted sea evaluado por un colega?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
4. ¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores a cerca de sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
5. ¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
6. ¿Cuenta la empresa con comités evaluadores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )
7. ¿Considera usted importante una evaluación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( <input checked="" type="checkbox"/> )

  
Chno 08095

8. ¿Miden el desempeño laboral de cada colaborador de la empresa?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
9. En su opinión ¿Cree que está preparado para otros puestos dentro de la empresa?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
10. ¿Usted posee conocimientos que le permitan ejercer efectivamente su puesto?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
11. ¿Usted se dirige con respeto hacia sus compañeros?	X			X		X	SI ( ) NO (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!

  
Clara 08095

## MATRIZ DE INDICADOR PREGUNTA

Tabla	N°	VARIABLE	DIMENSIÓN	Indicador	Preguntas	Fuente	Origen
Tabla	1	COMPETITIVIDAD	ETAPAS DE LA COMPETITIVIDAD	Incipiente	¿Usted cree que el estado de humor influya en sus decisiones?	Cientes	Nominal
Tabla	2				¿Cree usted que exista competencia para nosotros?	Cientes	Nominal
Tabla	3			Aceptable	¿Considera que la empresa cuente con puntos débiles?	Cientes	Nominal
Tabla	4				Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera?	Cientes	Nominal
Tabla	5			Superior	¿Considera usted a la organización como innovadora en el mercado?	Cientes	Nominal
Tabla	6				¿La empresa se adapta a los cambios externos?	Cientes	Nominal
Tabla	7			Sobresaliente	¿Considera a la competencia como amenazas para nosotros?	Cientes	Nominal
Tabla	8		SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	Expectativas	¿El servicio ha cubierto sus expectativas?	Cientes	Nominal
Tabla	9				¿El servicio es el que usted deseaba?	Cientes	Nominal
Tabla	10			Percepciones	¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido?	Cientes	Nominal
Tabla	11				¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido?	Cientes	Nominal
Tabla	12	RENDIMIENTO LABORAL	EFICIENCIA DEL PERSONAL	Recursos	¿Existe trabajo en equipo?	Trabajadores	Nominal
Tabla	13			Productividad	¿Los objetivos de la empresa son claros para usted?	Trabajadores	Nominal
Tabla	14		EVALUACIONES	Autoevaluaciones	¿Considera usted importante una evaluación?	Trabajadores	Nominal
Tabla	15			El equipo de trabajo	¿Se siente usted satisfecho que usted sea evaluado por un colega?	Trabajadores	Nominal
Tabla	16			Evaluación 360°	¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores a cerca de sus funciones?	Trabajadores	Nominal
Tabla	17				¿Miden el desempeño laboral de cada colaborador de la empresa?	Trabajadores	Nominal
Tabla	18			Comités evaluadores	¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas?	Trabajadores	Nominal
Tabla	19				¿Cuenta la empresa con comités evaluadores?	Trabajadores	Nominal

### RESUMEN DE RESULTADOS Y PORCENTAJES DE TABLAS

Tabla	N°	VARIABLE	DIMENSIÓN	Indicador	Preguntas	FRECUENCIA		PORCENTAJE	
						1ra	2da	1ra	2da
Tabla 1	1	COMPETITIVIDAD	ETAPAS DE LA COMPETITIVIDAD	Incipiente	¿Usted cree que el estado de humor influya en sus decisiones?	54	330	14%	96%
Tabla 2	2				¿Cree usted que exista competencia para nosotros?	346	38	90%	40%
Tabla 3	3			Aceptable	¿Considera que la empresa cuente con puntos débiles?	230	154	60%	40%
Tabla 4	4				Respecto al área de recepción: ¿Lo considera un lugar acogedor para su espera?	261	128	68%	32%
Tabla 5	5			Superior	¿Considera usted a la organización como innovadora en el mercado?	300	84	78%	22%
Tabla 6	6				¿La empresa se adapta a los cambios externos?	196	188	51%	49%
Tabla 7	7			Sobresaliente	¿Considera a la competencia como amenazas para nosotros?	292	92	76%	24%
Tabla 8	8		SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	Expectativas	¿El servicio ha cubierto sus expectativas?	65	319	17%	83%
Tabla 9	9				¿El servicio es el que usted deseaba?	196	188	51%	49%
Tabla 10	10			Percepciones	¿Es el servicio igual a otros de los que ha recibido?	353	31	92%	8%

Tabla	11				¿Considera los precios justos de acuerdo a lo percibido?	311	73	81%	19%	
Tabla	12	RENDIMIENTO LABORAL	EFICIENCIA DEL PERSONAL	Recursos	¿Existe trabajo en equipo?	21	9	70%	30%	
Tabla	13			Productividad	¿Los objetivos de la empresa son claros para usted?	30	0	100%	0%	
Tabla	14		EVALUACIONES	Autoevaluaciones	¿Considera usted importante una evaluación?	30	0	100%	0%	
Tabla	15			El equipo de trabajo	¿Se siente usted satisfecho que usted sea evaluado por un colega?	19	11	63%	37%	
Tabla	16			Evaluación 360°		¿Son transparentes las evaluaciones para conocer el grado de conocimientos de los trabajadores a cerca de sus funciones?	30	0	100%	0%
Tabla	17					¿Miden el desempeño laboral de cada colaborador de la empresa?	27	3	90%	10%
Tabla	18			Comités evaluadores		¿Cree que su desempeño será mejor evaluado por personas externas?	25	6	83%	17%
Tabla	19					¿Cuenta la empresa con comités evaluadores?	10	20	29%	71%

## LIBRO DE CÓDIGOS

El libro de códigos de la investigación en estudio se interpreta de la siguiente manera:

1 = Si

2 = No

### LIBRO DE CÓDIGOS DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD (CLIENTES)

Clientes Preguntas	1	2	1	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2
2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2
3	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2
4	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2
5	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2
6	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2
7	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2
8	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2
9	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2
10	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2
11	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2

12	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
13	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2
14	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
15	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
16	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
17	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2
18	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
19	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2
20	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2
21	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1
22	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
23	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1
24	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1
25	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1
26	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1
27	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1
28	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1
29	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1

30	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1
31	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1
32	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1
33	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1
34	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1
35	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1
36	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1
37	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1
38	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1
39	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
40	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1
41	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
42	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
43	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1
44	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
45	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
46	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
47	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1

48	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1
49	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
50	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
51	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1
52	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
53	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
54	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1
55	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
56	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
57	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1
58	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
59	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
60	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1
61	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
62	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1
63	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
64	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
65	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1

66	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
67	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
68	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
69	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
70	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
71	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
72	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
73	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
74	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1
75	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
76	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
77	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
78	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
79	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1
80	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
81	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
82	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
83	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1

84	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
85	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
86	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
87	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
88	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
89	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
90	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
91	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
92	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1
93	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
94	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
95	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
96	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1
97	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
98	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1
99	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
100	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
101	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1

102	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1
103	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1
104	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
105	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
106	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
107	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
108	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1
109	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
110	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
111	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1
112	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1
113	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1
114	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1
115	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1
116	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
117	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
118	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1
119	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1

120	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1
121	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
122	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
123	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1
124	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
125	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1
126	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
127	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
128	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
129	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1
130	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
131	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
132	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
133	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
134	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
135	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
136	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
137	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1

138	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
139	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
140	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
141	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
142	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
143	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
144	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
145	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
146	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
147	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
148	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
149	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
150	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
151	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
152	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
153	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1
154	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
155	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1

156	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
157	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
158	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1
159	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
160	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
161	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
162	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
163	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1
164	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
165	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
166	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1
167	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
168	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
169	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1
170	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
171	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
172	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
173	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1

174	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
175	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
176	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
177	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
178	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
179	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
180	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
181	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
182	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
183	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
184	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
185	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
186	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
187	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1
188	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
189	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
190	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
191	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1

192	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
193	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
194	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1
195	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
196	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
197	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
198	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
199	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
200	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
201	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
202	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
203	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
204	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
205	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
206	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
207	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
208	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
209	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1

210	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
211	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
212	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
213	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
214	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
215	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
216	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
217	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
218	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
219	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
220	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
221	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
222	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
223	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
224	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
225	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
226	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
227	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1

228	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
229	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
230	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
231	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
232	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
233	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
234	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
235	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
236	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
237	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
238	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
239	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
240	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1
241	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
242	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
243	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
244	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
245	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1

246	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
247	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
248	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
249	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
250	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
251	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
252	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
253	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
254	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1
255	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
256	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
257	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
258	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
259	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
260	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
261	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
262	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1
263	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1

264	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1
265	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
266	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
267	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1
268	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
269	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
270	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1
271	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1
272	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
273	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
274	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
275	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1
276	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
277	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
278	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
279	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1
280	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
281	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1

282	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
283	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1
284	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
285	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
286	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
287	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
288	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
289	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1
290	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
291	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
292	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
293	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
294	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
295	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
296	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
297	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1
298	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
299	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1

300	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
301	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1
302	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
303	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
304	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
305	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1
306	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
307	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
308	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
309	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1
310	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
311	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
312	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
313	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
314	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
315	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
316	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
317	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1

318	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
319	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
320	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
321	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
322	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
323	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
324	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
325	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
326	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
327	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
328	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
329	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
330	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
331	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
332	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
333	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
334	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
335	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1

336	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
337	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
338	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1
339	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1
340	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1
341	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
342	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
343	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1
344	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1
345	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1
346	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
347	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2
348	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1
349	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
350	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1
351	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2
352	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
353	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1

354	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1
355	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
356	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
357	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2
358	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
359	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
360	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
361	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2
362	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
363	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
364	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2
365	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
366	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2
367	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
368	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
369	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2
370	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
371	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1

372	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
373	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
374	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2
375	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
376	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2
377	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
378	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1
379	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
380	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1
381	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
382	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1
383	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1
384	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2

## LIBRO DE CÓDIGOS - RENDIMIENTO LABORAL

Preguntas Trabajadores	1	2	3	4	5	6	7	8
1	2	1	1	2	1	1	1	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	2	2
4	1	1	1	2	1	2	1	1
5	2	1	1	1	1	1	1	2
6	1	1	1	1	1	1	1	2
7	1	1	1	2	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	2
9	2	1	1	2	1	1	1	2
10	1	1	1	1	1	2	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	2
12	2	1	1	2	1	1	2	2
13	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	2
15	2	1	1	2	1	1	1	2
16	1	1	1	2	1	1	1	1
17	1	1	1	2	1	2	1	2
18	2	1	1	2	1	1	1	2
19	1	1	1	1	1	1	2	1
20	2	1	1	1	1	1	1	2
21	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	2	1	1	1	2
23	1	1	1	1	1	1	2	2
24	2	1	1	1	1	1	1	2
25	1	1	1	1	1	1	1	2
26	2	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	2
28	1	1	1	2	1	1	1	2
29	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	2	2

## LIBRO DE CÓDIGOS DE LA VARIABLE RENDIMIENTO LABORAL

### REPORTE DEL TURNITIN

#### Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 23-oct.-2020 21:58 -05

Identificador: 1424895162

Número de palabras: 9711

Entregado: 2

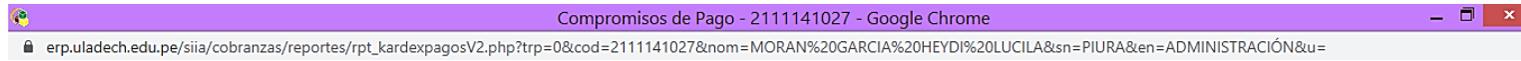
MoranGarciaHeydiLucila\_InformeFinalDeTesis Por HEYDI  
LUCILA MORAN GARCIA

Índice de similitud	
11%	

Similitud según fuente	
Internet Sources:	11%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	6%



# EVIDENCIA DE NO ADEUDO



No se encontrarón compromisos de pago para el alumno.

[Mostrar Todo |](#)