



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA
CAPACITACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR
HOTELERO CATEGORÍA DOS ESTRELLAS EN EL
DISTRITO DE PARIÑAS, PROVINCIA DE TALARA,
AÑO 2018”**

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

AUTORA

Br. YENCI MARLENI GRANDA ORTIZ

ASESOR

Mgr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERU

2018

JURADO EVALUADOR

Mgtr. VICTOR HUGO VILELA VARGAS

PRESIDENTE

Mgtr. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

SECRETARIO

LIC. Adm. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

MIEMBRO

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ASESOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco en especial a Dios, por cada minuto de vida que me concede, a los empresarios y colaboradores por brindarme la información necesaria para continuar con mi trabajo de investigación.

A mi profesor Carlos Ramos por su paciencia y apoyo brindado para poder llevar a cabo esta investigación

DEDICATORIA

A DIOS, padre que me ha otorgado el don de la vida y sabiduría, permitiéndome cumplir una de mis metas trazadas.

A mis Padres y demás familiares por su apoyo incondicional y por ser mi mayor motivación de superación.

RESUMEN

Informe titulado “**Caracterización De La Competitividad Y La Capacitación De Las Mype Del Sector Hotelero Categoría Dos Estrellas En El Distrito De Pariñas, Provincia De Talara, Año 2018**” tiene objetivo general, Determinar las características principales de la competitividad y capacitación en Mypes del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, año 2018. La Metodología de investigación, es de tipo descriptiva de nivel cuantitativo, Diseño no experimental transversal, la población para el estudio en la variable de competitividad la población es 05 MYPE, considerando a los clientes. Y para capacitación está conformada por 46 trabajadores, utilizando la técnica de la encuesta obteniendo como resultado sobre competitividad. El 100% ofrece precios bajos. El 80% brinda un servicio diferente al de la competencia. El 80% usa estrategias para mantenerse en el mercado. Solo el 20% considera que sus trabajadores cuentan con la capacidad de trabajar en equipo. El 100% de los trabajadores muestra sus cualidades en cuanto a la atención al cliente. Factores y estrategias de competitividad de las mype considera de suma importancia ya que esta influye en relación de calidad al servicio que brinda a clientes tomando en cuenta expectativas de los clientes y competidores.

PALABRAS CLAVE:

Competitividad, Capacitación

SUMMARY

Report entitled "Characterization of the Competitiveness and Training of the Mype of the Hotel Sector Two Star Category in the District of Pariñas, Talara Province, Year 2018" has a general objective, Determine the main characteristics of competitiveness and training in Mypes of the hotel sector category two stars in the district of Pariñas, year 2018. The research methodology, is descriptive type of quantitative level, cross-sectional non-experimental design, the population for the study in the variable of competitiveness the population is 05 MSE, considering customers . And for training it is made up of 46 workers, using the technique of the survey obtaining as a result on competitiveness. 100% offers low prices. 80% provides a different service than the competition. 80% use strategies to stay in the market. Only 20% consider that their workers have the ability to work as a team. 100% of the workers show their qualities in terms of customer service. Factors and strategies of competitiveness of the mype considers of great importance since this influences the quality relationship to the service that it offers to clients taking into account the expectations of the clients and competitors.

KEYWORDS:

Competitiveness, Training

ÌNDICE DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ÌNDICE DE CONTENIDO	viii
ÌNDICE DE TABLAS	x
ÌNDICE DE GRÁFICOS	xi
I. INTRODUCCION	1
II. REVISIÒN DE LA LITERATURA	11
2.1. Antecedentes	11
2.1.1. Internacionales.	11
2.2.2. Nacionales	12
2.1.2. Regionales	17
2.1.3. Locales	26
2.2. Bases teóricas	30
2.2.2. Teoría de la MYPE	30
2.2.3. Teoría de la Competitividad.....	33
2.2.3.1. Definición de competitividad	33
2.2.4. Teoría de la Capacitación	45
III. METODOLOGÌA.....	58
3.1. Diseño de la investigación	58
3.2. Tipo de investigación	58
3.3. Nivel de la investigación	58
3.4. Población y muestra	59
3.4.1. Población	59
3.4.2. Muestra	60
3.5. Definición y operacionalizaciòn de las variables.....	62
3.6. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos	64
3.6.1. Técnicas	64
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos	64
3.7. Plan de análisis	64
3.8. Matriz de consistencia	66
3.9. Principios éticos.....	68

IV. RESULTADOS	69
4.1. Resultados	69
4.2. Análisis de los resultados.....	87
4.2.1. Respecto a competitividad	87
4.2.2. Respecto capacitación	88
V. CONCLUSIONES	94
5.1. PROPUESTA DE MEJORA	95
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	96
ANEXOS.....	100

ÌNDICE DE TABLAS

Tabla 1: se les ofrece precios bajos.....	69
Tabla 2: Cree usted que el servicio que se brindan es diferente a las otras MYPE	70
Tabla 3: Considera que la MYPE utiliza estrategias para permanecer en mercado	71
Tabla 4: Cree que el personal cuenta con la capacidad de trabajar en equipo.....	72
Tabla 5: Los trabajadores cuentan con cualidades que los diferencian en cuanto a la atención al cliente.....	73
Tabla 6: Considera usted que la capacitación le permitirá desarrollar sus habilidades.....	74
Tabla 7: Las capacitaciones influyeron en su desempeño laborar.....	75
Tabla 8: capacitación mejora el conocimiento para alcanzar un mayor puesto de trabajo a nivel jerárquico.....	76
Tabla 9: Considera usted que la capacitación es una herramienta efectiva para desarrollar sus actividades.....	77
Tabla 10: Usted considera que la capacitación ayuda a integrar al candidato al puesto.....	78
Tabla 11: Le ha permitido la capacitación obtener logros de ascenso.....	79
Tabla 12: Recibe capacitación de acuerdo al nivel de empleado calificado.....	80
Tabla 13: La capacitación le ha permitido alcanzar sus metas.....	81
Tabla 14: La capacitación mejora sus actitudes para su formación integral.....	82
Tabla 15: Considera importante la información brindada mediante capacitación.....	83
Tabla 16: Los videos le aportaron una idea clara sobre la capacitación.....	84
Tabla 17: La participación en el trabajo le permite demostrar sus habilidades.....	85
Tabla 18: Se le asignó un instructor para su aprendizaje.....	86

ÌNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: se les ofrece precios bajos.....	69
Gráfico 2: Cree usted que el servicio que se brindan es diferente a las otras MYPE.....	70
Gráfico 3: Considera que la MYPE utiliza estrategias para permanecer en mercado.....	71
Gráfico 4: Cree que el personal cuenta con la capacidad de trabajar en equipo.....	72
Gráfico 5: Los trabajadores cuentan con cualidades que los diferencian en cuanto a la atención al cliente.....	73
Gráfico 6: Considera usted que la capacitación le permitirá desarrollar sus habilidades.....	74
Gráfico 7: Las capacitaciones influyeron en su desempeño laborar.....	75
Gráfico 8: capacitación mejora el conocimiento para alcanzar un mayor puesto de trabajo a nivel jerárquico.....	76
Gráfico 9: Considera usted que la capacitación es una herramienta efectiva para desarrollar sus actividades.....	77
Gráfico 10: Usted considera que la capacitación ayuda a integrar al candidato al puesto.....	78
Gráfico 11: Le ha permitido la capacitación obtener logros de ascenso.....	79
Gráfico 12: Recibe capacitación de acuerdo al nivel de empleado calificado.....	80
Gráfico 13: La capacitación le ha permitido alcanzar sus metas.....	81
Gráfico 14: La capacitación mejora sus actitudes para su formación integral.....	82
Gráfico 15: Considera importante la información brindada mediante capacitación.....	83
Gráfico 16: Los videos le aportaron una idea clara sobre la capacitación.....	84
Gráfico 17: La participación en el trabajo le permite demostrar sus habilidades.....	85
Gráfico 18: Se le asignó un instructor para su aprendizaje.....	86

I. INTRODUCCION

El 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). (Ramos, 2016)

El estado peruano busca la promoción de la MYPE, como una manera de mover la economía, facilitando la inversión y con esto promoviendo la generación de puestos de trabajo. Busca además desarrollar programas con la juventud relacionado con la generación de nuevos empresarios.

Por otro lado los empresarios consideran importante este apoyo, sobre todo si se busca realizar operaciones directas de exportación. El objetivo es lograr una mayor cultura empresarial enfocada al mercado externo, lo que permitirá sortear estos obstáculos”. Se considera además que el panorama externo empieza a mejorar debido a la vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) con la Unión Europea (UE), siendo esto un impacto beneficioso en la actividad exportadora de las unidades productivas.

Las MYPE presentan problemas importantes debidos principalmente a la falta de infraestructura y también a ciertas restricciones en lo que se refiere

al financiamiento y a la falta de capacitación de su personal, trayendo como consecuencia que no sean empresas competitivas.

Ferreyros (fecha) destacó que en los últimos años la firma de una serie de tratados de libre comercio ha permitido que entre el 93% al 95% de nuestro comercio este dentro del marco de los TLC, lo que ha impulsado el crecimiento de la economía. Señaló que es momento de un camino más inclusivo, que promueva la participación de las pequeñas empresas en las rutas exportadoras.

El interés peruano se basa en la alta tasa de mypes presentes en nuestra economía, calculado en unos 5.5 millones al cierre del 2015. El escenario del APEC se muestra particularmente propicio, dado que incluye a nuestros principales socios comerciales.

Según Edgar Vásquez, viceministro de Comercio Exterior, explicó que el TLC con Costa Rica permite mejores condiciones de acceso a los mercados, promueve el crecimiento de las pymes, entre otros beneficios.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) detalló que desde enero del 2017, el 75% de los envíos nacionales ingresan totalmente desgravados o con arancel cero a Costa Rica, beneficiándose del TLC suscrito con este país vigente desde el 2013.

Así, lo explicó el viceministro de Comercio Exterior, Edgar Vásquez, quien añadió que este acuerdo comercial se enmarca dentro de la estrategia del Perú en mejorar las condiciones de acceso a los mercados internacionales.

Asimismo, establece reglas claras que promuevan el intercambio de bienes, servicios e inversiones entre ambos países.

“Los beneficios de este acuerdo comercial son claros: permite mejores condiciones de acceso a los mercados, promueve el crecimiento de las Pymes, acceso a más productos a menores precios, incrementa el flujo de inversiones y establece reglas claras de comercio”, comentó.

“Este Tratado de Libre Comercio viene siendo muy beneficioso para el Perú. La balanza comercial es históricamente positiva, en el 2016 el superávit para el Perú alcanzó los US\$ 34.7 millones”, señaló.

De acuerdo a información de Mincetur, la estructura actual de las exportaciones peruanas a Costa Rica corresponde 8% a productos tradicionales y 92% a productos no tradicionales. (Vasquez, 2017)

Según el Buró de Convenciones y Visitantes de Lima, los índices de ocupación en Lima representan una de las más altas de la región.

El sector hotelero peruano cerraría el año con un alza de 4% con respecto al 2015, cifra que revierte la caída de los últimos cinco años, así lo señaló Mónica Nakakado, gerente general de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines (Ahora Perú).

Las inversiones hoteleras en el Perú hasta el 2021 sobrepasarán los US\$3,000 millones, de los cuales, el 60% corresponde a Lima y el 40% restante al interior, informó hoy el presidente del Buró de Convenciones y Visitantes de Lima, Carlos Canales.

“Eso quiere decir que hay un boom hotelero en nuestro país, sin tener una ley de promoción a la inversión en hotelería, a comparación de Colombia que tiene exoneración del impuesto al renta entre 20 a 30 años. En el Perú solamente hay una devolución anticipada del Impuesto General a Las Ventas (IGV), siempre y cuando la inversión haya sido superior a los US\$ 5 millones”, expresó.

Canales precisó que en Perú hay una construcción permanente de hoteles, hay una muy buena mano de obra calificada, hay marcas que desean ingresar al país, que es más atractivo para invertir en el rubro hotelero. Agregó que el gobierno debe implementar normas promotoras de inversión, similares a la que tienen la actividad minera y la agroindustria.

“Si se tiene que consolidar un sector, porque no sacar una norma promotora en favor no solamente al rubro hotelero, sino a la actividad turística”, planteó el dirigente empresarial. Detalló que el 98% de la inversión hotelera en el Perú lo realiza el inversionista nacional.

“Eso implica que el desarrollo y evolución de la infraestructura hotelera en los últimos 25 años corresponde a personajes peruanos ligados al sector construcción, han ido invirtiendo en infraestructura hotelera”, sostuvo.

Al respecto, indicó que los índices de ocupación en Lima representan una de las más altas de la región. En ese sentido, informó que los hoteles de Miraflores tienen una ocupación anual del 85%, mientras que en San Isidro llega a 75%.

“Eso hace que las tarifas de hoteles vayan subiendo, debido a que hay una ocupación permanente y se necesita mayor inversión hotelera a fin de atender a los hombres de negocios, autoridades extranjeras y turistas”, explicó. Dijo que el crecimiento hotelero en el Perú en los últimos diez años ha sido superior al 10%. (Canales, 2017)

“Del 2010 al 2016, se registró más de US\$ 2,500 millones en inversión hotelera, de las cuales el 40% corresponde a Lima”, agregó.

Por su parte, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) aseguró en un informe que, en los cinco últimos años, Perú ha mostrado una evolución favorable en el sector hotelero y, gracias al crecimiento de la demanda, la empresa privada nacional e internacional se ha animado a invertir en este rubro.

Indicó que, entre el 2011 y el 2015, se han integrado a la oferta 4,800 nuevos establecimientos de hospedaje, registrando un crecimiento de 33% en dicho periodo. “En el último quinquenio, la oferta aumentó en 21 mil nuevas plazas cama en los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas”, refirió.

El Mincetur sostuvo que, del 2011 al 2016, el flujo de inversión en hoteles fue de US\$ 600 millones. “Al 2021 se espera una inversión de US\$ 1,141 millones, es decir, casi el doble del monto del período anterior. La mayoría de dichas inversiones pertenecen a cadenas hoteleras internacionales y nacionales”.

La problemática por la que atraviesa el sector hotelero es que al no haber mucha difusión de turismo que ofrece la provincia de Talara esta situación origina aun problema al sector hotelero y por ende a todos los negocios a fines al mismo

En este momento el sector hotelero se mantiene gracias a la inversión que se está ejecutando en la refinería de Talara y que concluidos los trabajos en dicha obra el sector podría declararse en quiebra de no existir.

También unos de los problema que afronta las MYPE es la falta de capacitación u orientación al personal que brinda servicio a los clientes, ya que las grandes empresas capacitan y buscan que su personal se involucre más con el cliente a través de estrategias y tácticas lo que conlleva a una mejor relación entre vendedor y cliente, lo que pocas veces realiza una MYPE ya que ven innecesario este proceso de capacitación quizás por minimizar los gastos que puede surgir durante este proceso. Un punto muy importante a investigar es la publicidad ya que las empresas invierten en este proceso porque se obtienen grandes resultados de ventas y ganancias a través de los diversos medios de comunicación como por ejemplo: radio, televisión, periódicos, revistas, etc.

En los cuales promocionan el producto y el cliente puede observar promociones, calidad del producto entre otras características que le interesan y motivan a realizar la compra, lo cual no realiza una MYPE porque cuentan con un capital reducido que no les permite invertir en este proceso que es muy importante para que el cliente conozca del producto

que se está promocionando, también las MYPE no cuentan con ambientes cómodos donde puedan exhibir sus productos y puedan ser vistos por los clientes y esto perjudica mucho a las ventas que se puedan generar ya que si bien es cierto el cliente hoy en día es exigente y busca algo diferente, novedoso, que les genere expectativas que satisfagan sus necesidades .Las limitaciones y carencias que enfrentan las MYPE para una gestión exitosa deben atribuirse a factores internos antes que a factores externos, entre los cuales se encuentran la falta de dominio de las competencias generales para la actividad empresarial.

En el Perú las MYPE juega un papel muy importante promoviendo la Competitividad y productividad que va en beneficio y sostenimiento de nuestra economía, por esta razón se debe de facilitar su formalización y fomentar su crecimiento a través de capacitación para mejorar su desempeño, desarrollar sus capacidades generales y el aprovechamiento de las oportunidades que el entorno les ofrece, toda MYPE tiene la obligación de establecer nuevas estrategias, con el fin de poder formar a excelentes trabajadores, que puedan ser más productivos y que puedan contribuir al desarrollo y el fortalecimiento de la MYPE. Generando productividad y estabilidad.

El Perú necesita una estrategia de crecimiento económico “consciente” que construyendo sobre las fortalezas locales y expandiendo las capacidades, añada valor y competitividad, no solo a nivel de la empresa, sino del sistema económico en conjunto y que mejore el estándar de vida de los ciudadanos locales. Para ello, es necesario no solo un buen manejo de la

política y estabilidad macroeconómica (condición necesaria pero no suficiente) sino también de políticas donde el Estado en colaboración con el mercado y el sector privado apueste por el desarrollo de nuevos negocios y actividades, incorporen nuevas tecnologías, añadan valor, creen clusters, encadenamientos y efectos sistémicos sobre el resto de las actividades económicas (Roca, 2012).

Actualmente las MYPE en el sector hotelero viene afrontando una problemática singular a la falta de capacitación a su personal, lo que impide a que los negocios no sean capaces de ser competitivos frente a las grandes empresas que hoy existen, Los propietarios de estas MYPE deben invertir en capacitación porque gracias a esto se va a lograr un trabajo de manera eficiente, logrando así mayores ventas y compromiso por parte de cada trabajador. Las MYPE deben tener un asesoramiento empresarial que les permita tener estrategias que les ayuden de una u otra forma a enfrentar estos nuevos cambios.

En el distrito de Pariñas, Provincia de Talara realizaremos el estudio de investigación, en el mencionado distrito existen establecimientos del sector hotelero de categoría dos estrellas, el cual en estas MYPE se desconoce si reciben una capacitación adecuada para su personal y o si es que realmente están preparadas o son capaces para competir en el mercado.

El presente trabajo de investigación titulado: “Caracterización de la competitividad y capacitación de las Mypes del sector hotelero categoría Dos estrellas en el Distrito de Pariñas. Provincia de Talara, Año 2018”, bajo la línea de Investigación de la Escuela Profesional de Administración,

en priorización como problema social que aborda, nos formulamos la siguiente pregunta de investigación **¿Cuáles son las principales características de competitividad y capacitación en las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas?**

Planteándonos como objetivo general: **Determinar las principales características de la competitividad y capacitación en las MYPES del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, provincia de Talara, año 2018.** Para lograr el objetivo principal, se ha formulado los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las principales estrategias competitivas en el sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, provincia de Talara. año 2018.
- Conocer los factores de competitividad en el sector hotelero en el Distrito de Pariñas, provincia de Talara. Año 2018.
- Determinar los tipos de capacitación en las MYPE de sector hotelero categoría dos estrellas del distrito de Pariñas, Provincia de Talara, año 2018.
- Describir los medios de capacitación en el sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas. Provincia de Talara. Año 2018.

La investigación será de tipo descriptiva - no experimental, el nivel de investigación será cuantitativo y se analizará a una muestra de 05 MYPE del rubro antes mencionado. El presente Trabajo de investigación denominado: “caracterización de la competitividad y capacitación de las Mype del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, provincia de Talara, año 2018. Nos permitirá conocer y darnos cuenta de que la MYPE forma un rol muy importante en nuestro entorno ya que presta bienes y servicios y con ellos trae factores en beneficio a nuestra población generando mayor fuentes de trabajo y la capacidad necesaria para el abastecimiento de los visitantes y turistas en nuestro entorno local.

Por otro lado, la investigación se justifica porque servirá como una experiencia personal, y así mismo dejar un legajo en la sociedad y sea utilizado en las futuras investigaciones; en la cual se elaborará una Propuesta de mejora para la implementación de nuevas estrategias para la administración de las Micro Empresas en investigación.

También porque permite determinar las características de las MYPE del sector hotelero, mejorando en cuanto su competitividad y capacitación lo cual permitirá ser eficaz dentro del mercado en el sector correspondiente fomentando así una solidez dentro del negocio.

Así mismo también porque quedará en biblioteca de la Universidad, y sea utilizada en futuras investigaciones. Por otro lado, se presentará una propuesta para mejorar la gestión de la calidad y del uso las Tecnologías de

- II. la información y la Comunicación, en las empresas en mención, que de alguna forma beneficiar a sus gerentes.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacionales.

PERDOMO (2014) En su tesis **Análisis de la competitividad hotelera de Cartagena dentro de los objetivos transversales del Plan Regional de Competitividad 2008-2032, en los Mype del Centro y Bocagrande. Presentada para optar** el título profesional de licenciado en administración de empresas. Como objetivo general: Analizar la competitividad hotelera de Cartagena dentro de los objetivos transversales del Plan Regional de Competitividad 2008-2032, en los mype del Centro y Bocagrande. la metodología para la siguiente investigación es descriptiva y longitudinal para la recolección de datos se utilizó por medio de una encuesta, como muestra tenemos a 200 empleados. las principales conclusiones tenemos: Las condiciones para el negocio hotelero, según las encuestas, es favorable. A pesar de la mala ubicación de la ciudad de Cartagena en el índice de competitividad para hacer negocios, la percepción para el 61% de los hoteles es que las condiciones para crear un hotel son buenas. El 20% considera que son excelentes y solo el 19% consideran que son malas las condiciones. El 47% de los encuestados dijo que el tiempo invertido para el funcionamiento del hotel fue de 6 meses. El 47% dijo que un (1) mes y solo el 11% dijo que el tiempo invertido fue un año. La totalidad de hoteles que se encuestaron, al menos según los

representantes de los mismos, están formalizados. En el 50% de los hoteles encuestados, la cuarta parte de los empleados manejan al menos otro idioma. En el 41% de los hoteles la mitad del personal maneja una segunda lengua. Solo en el 6% de los hoteles, todo el personal domina otra lengua. La formación del personal del hotel es predominantemente de nivel tecnológica (72%). La educación técnica, ya que en el 25% de los hoteles, este tipo de educación es la que se presenta. Solo en el 3% de los hoteles se presenta mayormente la educación básica o de bachillerato.

2.2.2. Nacionales

Espilco, (2015) En su Tesis “Caracterización de la capacitación y la competitividad en las mypes del sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2013 – 2014. Presentada para para optar el título profesional de licenciado en administración, en la universidad católica los Ángeles de Chimbote- filial Chimbote. Planteándose como objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación y la competitividad en las MYPEs del sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2013 – 2014. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental/transversal, para el recojo de información se escogió en forma dirigida una población muestral de 10 MYPEs, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 18 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Conclusiones: **Respecto a capacitación:** La mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, periodo 2013

– 2014, tienen conocimiento sobre la importancia de la capacitación pero la gran cantidad no se han capacitado en los últimos años así como tampoco brindan capacitación a su personal ya que creen que la capacitación es un gasto y no una inversión, pero si creen que la capacitación mejora la rentabilidad. **Respecto a competitividad:** La mitad de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, periodo 2013 – 2014, se sienten comprometido con la empresa donde labora por el mismo motivo que son los propietarios, y la gran mayoría conocen el termino de competitividad donde la forma de competitividad de su MYPEs es mayormente por la calidad de servicio y la atención al cliente brindado a los huéspedes así como también creen que la capacitación sí mejoraría la competitividad de su empresa donde la totalidad de los encuestados respondieron que la satisfacción total del cliente permitiría que la empresa sea más competitiva.

RAMIREZ (2016) En su Tesis “**Caracterización De La Capacitación De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio –Rubro Venta De Alimentos Y Bebidas, Mercado La Perla, Distrito De Chimbote, 2013**” presentada para para optar el título profesional de licenciado en administración, en la universidad católica los Ángeles de Chimbote- filial Chimbote. el objetivo general: determinar las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio-rubro venta de alimentos y bebidas, mercado la perla, distrito de Chimbote, 2013, se utilizó el diseño no experimental-transversal descriptivo, se trabajó con una muestra 135 micro y pequeñas

empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas mediante la técnica de la encuesta. Como conclusiones tenemos las siguientes: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas (59,26%) son personas adultas, (66,67%) del sexo masculino, (68.89%) cuentan con un nivel de secundaria y están siendo dirigidas por sus Titulares (88,89%). La mayoría de las micro y pequeñas empresas (80,00%) están

desarrollando sus actividades más de 7 años en el mercado, (90,37%) tienen de 1 a 5 trabajadores, (58,52%) se encuentran en el régimen general, (55,5%) se constituyeron con el fin de obtener riquezas, (61,4%) a su vez estas MYPES no realizaron ningún proyecto o plan de negocio. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas (95,56%) conocen el término capacitación, (75,56%) consideran que la capacitación es una inversión, estas han sido capacitadas, (53,33%) consideran que la capacitación les ha permitido mejorar la rentabilidad de su MYPES y (45,18%) la minoría recibió capacitación en otros temas y/o áreas, a su vez mencionan que desearían capacitar a su personal en el área o tema de ventas.

NEYRA (2013) En su Tesis **“Caracterización Del Financiamiento Y La Capacitación De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Venta De Ropa Del Centro Comercial Los Ferroles, Chimbote, Año 2011”** Presentada para optar el título de licenciada en administración, en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial

Chimbote- Perú. se ha planteado el siguiente objetivo general: describir las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mype del sector comercio – rubro venta de ropa del Centro Comercial Los Ferrolles, Chimbote, Año 2011. La Metodología de esta Investigación fue cuantitativa de nivel descriptiva, con un diseño no experimental transversal. La muestra fue dirigida a 70 microempresarios de una población de 175, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 26 preguntas, como conclusiones tenemos: **Respecto a la Capacitación,** La investigación determina la importancia de la capacitación, considerándola muy relevante, una buena inversión y una influencia positiva para la obtención de ganancias; sin embargo la mayoría de trabajadores y microempresarios de este sector económico no fue capacitado, los trabajadores que tuvieron acceso a la capacitación lo hicieron en cursos de servicio al cliente y los empresarios en cursos de manejo empresarial

CASTAÑEDA (2014) En su Tesis “**Los empresarios encuestados La capacitación y la competitividad en las actividades laborales de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro de textiles de la provincia de Chiclayo Año 2014**” presentada para optar el título profesional de licenciado en administración, en la universidad católica los Ángeles de Chimbote- filial Chiclayo. el objetivo general: Determinar la competitividad y la capacitación y su relación con las actividades laborales de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro de textiles de

la provincia de Chiclayo, año 2014. La metodología es no experimental, de nivel descriptivo. La población en este estudio estará conformada por los microempresarios, trabajadores de las Mypes del sector comercial, rubro de textiles de la provincia de Chiclayo, Región Lambayeque. Año 2014. Se trabajará con una muestra de 20 microempresarios. Las conclusiones son: Se determinó la relación que existe entre la competitividad y la capacitación de las Mypes, del sector comercial rubro de textiles. Las Mypes del sector comercial rubro de textiles demandan de la competitividad para mantenerse en el mercado. Es fundamental la innovación y la reestructuración del negocio para incrementar las ventas de las Mypes. La calidad del producto o servicio, es la clave para la competitividad y éxito de las Mypes, por ende la fidelización de sus clientes. La reserva de dinero, es una de las piezas fundamentales para el éxito de las Mypes. Muchas de las Mypes del rubro de textiles, no cuentan con un respaldo de entidades bancarias, ya sea por morocidad o informalidad. En la Mypes de textiles también existe asociación entre la capacitación con la percepción de rentabilidad que tienen los representantes de dichas empresas. Cada persona tiene una personalidad distinta que influye en la conducta de compra del servicio. La gente adquiere creencias y aptitudes. Y la imagen de la marca del consumidor varía con sus experiencias filtradas a través de los efectos de percepción selectiva y retención selectiva.

FLORES (2014) En su Tesis “Caracterización de la capacitación y la competitividad en la MYPE del sector industrial rubro calzado del

distrito de Chimbote, periodo 2010 - 2011 “, Presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Ciudad de Chimbote. Teniendo como objetivo general describir las características de la capacitación y la competitividad de la MYPE del sector de la industria del rubro de calzado del distrito de Chimbote, periodo 2010-2011. en este trabajo de investigación se detallaron los siguientes problemas: Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó el diseño no experimental - transversal - descriptivo. La población estuvo conformada por un total de 07 MYPE fabricantes de calzado, y la muestra por 06 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 34 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 100% de los representantes legales/dueños no asistieron a ningún evento de capacitación relacionado a la Gestión Empresarial del negocio, Finalmente las conclusiones son: La gran mayoría no tiene una profesión definida. La gran mayoría solamente gestionan su RUC para poder realizar sus actividades. La gran mayoría considera que la capacitación es un gasto. La gran mayoría de los microempresarios en estudio no optan por innovar sus productos

2.1.2. Regionales

López, (2017) En su Tesis “**Caracterización de la capacitación y financiamiento de las mype rubro hoteles de Piura, cercado año 2017**”

Presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la universidad católica los ángeles de Chimbote.

Filial Piura, tuvo por objetivo general: Determinar las características de la capacitación y financiamiento en las MYPES hoteleras en Piura cercado al año 2017. En esta investigación se empleó la metodología: Descriptiva Cuantitativa No experimental Corte transversal. El estudio muestra que algunos servicios de apoyo son muy importantes para los clientes de los hoteles existiendo diferencias significativas entre los mismos. La investigación fue de tipo descriptiva, el nivel de investigación es cuantitativo, el diseño fue no experimental y de corte transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 12 MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas, de las cuales 8 determinan los resultados de

la variable Capacitación y 8 de la variable financiamiento; utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose como resultado que un 75% de los encuestados si han considerado como variable importante la capacitación de su personal y que el 25% de los encuestados no lo han considerado dentro de su organización. La cual concluye que: Los tipos de capacitación más frecuentes en el servicio hotelero donde los empleados son más capacitados son la capacitación presencial, continua, programas a corto plazo e incentiva el desarrollo y la investigación.

Merino (2014) En su Tesis **“Caracterización de la capacitación y competitividad del personal en las MYPE rubro librerías. Piura, año 2012”** Presentada para optar el título profesional de Licenciado en

Administración, en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial Piura, tuvo por objetivo general: determinar las características que tienen la capacitación y la competitividad del personal en las MYPE librerías. En este trabajo de investigación se detallaron los siguientes problemas: Se empleó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental corte transversal, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de seis MYPE contando con un total de 30 trabajadores de las MYPE mencionadas. Así mismo el cuestionario de esta investigación constó de catorce preguntas objetivas. Con respecto a los principales resultados se identificó que una causas por las que no se le capacita con frecuencia al personal de las MYPE es la falta de toma de conciencia por parte del gerente en llevar a cabo la capacitación con un 73%. Con respecto al tipo de capacitación que le hace al personal es talleres con un 33% .Con respecto al nivel de competitividad del personal se determinó que es bajo con un 53%. Se llegó a la conclusión que hoy en día los gerentes de las MYPE librerías tienen un patrón de cultura empresarial difícil de cambiar con respecto a la inversión en recursos humanos a través de la capacitación, muchos de ellos no la consideran como una estrategia empresarial importante para lograr con eficiencia y rentabilidad mejores logros para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos ni adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

MIRANDA (2016) en su tesis, **Caracterización Del Financiamiento Y La Capacitación De Las Mype Turísticas-Rubro Hospedajes, Distrito Sullana**, Año 2016, presentada Para Optar El Título Profesional De

Licenciada En Administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, filial Piura. El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar las características del financiamiento y capacitación de las MYPE turísticas-rubro hospedajes, distrito Sullana, 2016., la metodología de esta investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, y la técnica empleada fue la encuesta , cuyo instrumento empleado es el cuestionario, lo cual se escogió a 10 mype de la ciudad de Sullana, como conclusiones tenemos las siguientes: Se concluye que la fuente de financiamiento más utilizada son las fuentes externas priorizando a las Cajas Municipales, así mismo se obtiene que en su mayoría los propietarios MYPE acostumbran a ahorrar, y en mayor totalidad no acuden a algún familiar para ser financiado. En cuanto a las formas de financiamiento se ha logrado determinar la forma de financiamiento a largo plazo por lo que se debe tomar conciencia que la tasa de interés es alto, y por ello se debe optar por un financiamiento a corto plazo. Por otro lado los programas de capacitación son: la capacitación dentro del puesto de trabajo y la capacitación fuera del puesto de trabajo. En cuanto a las necesidades de capacitación se dan en cuanto a cambios en las políticas, técnicas o métodos dentro de la organización, así también por solicitud de personal y por conflictos laborales.

NAVARRO (2013) En su tesis, **La Competitividad Y Capacitación En Las Mypes Comerciales Rubro Mueblerías (Piura) Al Año 2013,**

Presentada para optar el título profesional de licenciado en Administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, filial Piura. El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, analizar las características de la capacitación y competitividad en las MYPE comerciales rubro mueblerías de la ciudad de Piura al año 2013. El diseño de investigación aplicado es de tipo no experimental y descriptivo. La muestra es de 40 trabajadores y 8 propietarios del rubro de MYPE. En tanto a las conclusiones tenemos: La capacitación beneficia a las MYPE del rubro investigado, dado que ayuda a que cada colaborador se sienta motivado e inspirado en la labor que está realizando, contribuyendo a que estos puedan asumir nuevos cargos, que permitan un buen liderazgo dentro de las MYPE.

TIMANÁ (2016) En su tesis, **Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicios rubro picanterías de la legua - Piura, año 2014**. Presentada para optar el título profesional de licenciado en Administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, filial Piura. El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar las características de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicios, rubro picanterías de La Legua (Piura), año 2014, la metodología presenta un nivel descriptivo y un diseño no experimental y transversal, la población de la investigación está conformada por las 10 MYPE del rubro picanterías de La Legua (Piura), donde la muestra para la variable capacitación está conformada por los 45 trabajadores de las picanterías; y para la variable competitividad se conforma por los 10

representantes legales y los clientes de las MYPE. La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la capacitación se tiene que la actividad más representativa es la alimentación, reciben capacitaciones de forma anual, por medio de cursos, con un desempeño bueno, y un manejo de recursos bueno, se controla los inventarios y que si cumple con el nivel de ventas. En cuanto a la competitividad se aprecia que se cuenta con conocimientos del rubro, las ventas se basan en los precios, se cuenta con personal calificado, y los recursos adecuados para la atención al cliente, y que consideran que su marca es reconocida en el mercado; por su parte los clientes aprecian la calidad del producto y el sabor, con una capacidad de respuesta buena, y una percepción del servicio buena.

VELÁSQUEZ, (2017) en su tesis “Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las Mype De Servicio Rubro Restaurantes De La Urb. Los Titanes - Piura, 2017”. Presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial Piura. Estableció como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y competitividad de las MYPE de servicio rubro-Restaurantes en la Urb. Los Titanes- Piura, año 2017. La metodología Tipo: Descriptivo Nivel: Cuantitativo, Diseño: No Experimental, Enfoque: Transversal. Como conclusiones tenemos: 1. Los diferentes tipos de capacitación utilizados por las MYPE de servicio rubro

restaurantes de la Urb. Los Titanes, están determinados por la capacitación informal, por la de inducción, seguidos de la capacitación de tipo especial de entrenamiento técnico, capacitación de acuerdo a la necesidad de los trabajadores y en otros temas. 2. Los beneficios que brinda la capacitación en las MYPE de servicio rubro restaurantes de la Urb. Los Titanes, se ha identificado: la mejora de la relación con el personal, el crecimiento e impacto de la imagen institucional, como la disminución de temores en el desarrollo de sus tareas, satisfacción en el personal para el desarrollo de sus actividades, incremento en el conocimiento del puesto y el desarrollo de habilidades de la comunicación.

PEÑA (2013) en su tesis **“Caracterización De Competitividad Y Calidad De Servicio En Las Mype Rubro Boticas A.A.H.H Santa Rosa - Piura, 2013”** presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial Piura. Estableció como objetivo general : Determinar las características de la competitividad y la calidad de servicio en las MYPE del rubro boticas del Asentamiento Humano Santa Rosa - Piura, 2013. La metodología es descriptiva y un diseño no experimental y transversal, la población fue 06 Boticas del sector Santa Rosa. La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario, dentro de sus conclusiones: Las MYPE del rubro Boticas del Asentamiento Humano Santa Rosa, en su mayoría presentan como estrategias competitivas, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios son factores

relevantes para los clientes y para zona donde se ubican, ya que se requieren otros servicios por estar frente al hospital.

CAMACHO (2014) En su tesis “**Caracterización De La Competitividad Y La Capacitación En Las Mypes Del Sector Comercial, Rubro De Textiles De La Ciudad De Sullana. Año 2014**”. Presentada para Optar El Titulo Profesional De Licenciado En Administración, en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial Sullana, su objetivo general: determinación y descripción de las principales características de la competitividad y la capacitación de las Mype del sector comercio – rubro textil de la ciudad de Sullana, año 2014. La Metodología de esta investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 20 microempresarios de una población de 30, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, como conclusiones tenemos: **Respecto a la competitividad** En casi todos los ítems, el 60% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad considerable y máximo, sin embargo el 40% de los encuestados un grado mínimo, es decir se muestran conformes y aprueban la competitividad al interior de las Mypes. **Respecto a la capacitación**, En casi todos los ítems, El 40% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad máximo y considerable y el 45% medio y mínimo, con respecto a la capacitación del personal de las Mypes

ROSAS (2014) en su tesis “**Capacitación Y La Rentabilidad En Las Mype Servicio – Rubro Hospedaje De Piura, Año 2013**” Presentada para Optar El Titulo Profesional De Licenciado En Administración, en la

universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial Piura, su objetivo general: Identificar la influencia de la Capacitación y la rentabilidad de las MYPE servicio-Rubro de Hospedajes en la Ciudad de Piura - año 2013, la metodología es descriptiva de diseño no experimental – corte transversal. Como población u total de 30 mype, la técnica aplicada fue la encuesta por medio del instrumento de un cuestionario, como conclusiones tenemos: MYPE servicio-Rubro de Hospedajes en la Ciudad de Piura, considera que si existe una relación significativa entre el capacitación y la rentabilidad, en donde el 100% de los encuestados lo afirmaron. Determinando que la rentabilidad es consecuencia de la buena implementación de capacitación a los colaboradores, si este último es bien utilizado el camino para poder obtener la rentabilidad esperada está muy cerca. Se determinó las características de la capacitación de la MYPE servicio Rubro de Hospedajes en la Ciudad de Piura; este promueve el aprendizaje práctico, dinámico y creativo y la persona desarrolla habilidades, destrezas y competencias laborales; ya que los trabajadores tienen contacto directo con los clientes y a mayor capacitación se obtendrá un mejor servicio, por lo que es muy necesario invertir e incentivar las capacitaciones en atención al cliente, ya que son una estrategia para la competitividad en el mercado empresarial del rubro hospedaje. La mayoría de los microempresarios requieren capacitación con características de tipo: Capacitación para el desarrollo en el trabajo es decir hacer las cosas bien a la primera; Capacitación de tipo promocional es decir que el trabajador tenga la

oportunidad de aprender otras actividades; y Capacitación que contribuya en su autorrealización.

2.1.3. Locales

VALENTÍN (2015) En su tesis “**Caracterización de la Competitividad y Productividad en las MYPE, servicios electromecánicos Pariñas Talara 2015.**”, Presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial Piura. Estableció como objetivo general identificar las características que tiene la competitividad y la productividad, para ello se empleó la metodología de tipo descriptivo de corte transversal, nivel cuantitativo, diseño no experimental. La unidad de estudio compuesta de una MYPE, que cuenta con 11 trabajadores siendo usado como muestra y con clientes a 12 quienes se les aplicó el instrumento encuesta para la variable competitividad, para la variable competitividad bajo la guía entrevista. Los resultados en la competitividad la MYPE se caracteriza por tener una estrategia de liderazgo de costos en un 42%, es innovativa, hay elementos de liderazgo y trabajo en equipo, (cada uno en 18%) mayoritariamente se destaca el área de operaciones. En productividad se caracteriza por la eficiencia, sobre todo en el área de operaciones, pero no ocurre lo mismo en el área administrativa. El Catching up de la MYPE tiene falencias en el nivel administrativo una de ellas la falta de capacidad de organización, el desinterés hacia la imitación y la flexibilidad de cambio es solo en los

momentos en que el cliente lo pide. Lo cual en sus conclusiones: Se identificó que los elementos de la competitividad en la MYPE son: capacidad de trabajo, es innovativa (pero necesita un mejor impulso), hay liderazgo, y trabajo en equipo, mayormente se destaca el área de operaciones, que la administrativa. Las ventajas competitivas de la MYPE se concentra en un enfoque de costos, en su aplicación es que busca la reducción de los costos que tiene la servició o proceso del servicio, pero que le puede ser muy problemático a la hora de tratar de recortar los precios para ofrecer sus servicios en concursos.

CARRERA (2016) En su tesis **CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y RENTABILIDAD DE LAS MYPE RUBRO AUTOBOUTIQUE DE LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2016,**

Presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración, filial Piura, teniendo como objetivo general establecer las características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPE rubro autoboutique de la provincia de Talara, año 2016, la metodología de la investigación su nivel es descriptivo, con un diseño no experimental, transversal. La población está conformada por las 03 MYPE rubro autoboutique de la provincia de Talara donde la muestra está conformada por 384 clientes para ambas variables; la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó: que las ventajas competitivas son ser reconocidas en el mercado, contar con personal calificado, y poseer tecnología para sus servicios; asimismo las estrategias competitivas se basan en los precios básicamente y los servicios de atención. En relación a los instrumentos de medición de la rentabilidad las MYPE suelen utilizar los registros contables.

RUGEL (2015) En su tesis “**Competitividad Y Mercadotecnia En Las MYPE Comerciales Rubro Calzado Del Mercado Modelo La Parada–Talara, Año 2015**” Presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial Piura, teniendo como Objetivo General, identificar qué características tiene la competitividad y mercadotecnia en las MYPE comerciales rubro calzado del mercado modelo La Parada año 2015. Para la elaboración de la investigación se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, transversal. La población según la variable competitividad, está constituido por una población infinita (clientes) con una muestra de 138 personas, a quienes se les aplicó el instrumento del cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta, En cuanto a sus conclusiones planteadas son: Las MYPE comercial rubro calzado del mercado modelo La Parada, cumplen con las características de la competitividad y mercadotecnia como: Renovar constantemente su producto, diferenciándose con la competencia, brindando un producto duradero en la cual hace sentir a los clientes una confianza única, llevando el producto con un costo apropiado al bolsillo. Objetivos Específicos: Conforme el trabajo investigado se ha determinado que los elementos que utilizan las MYPE comercial rubro calzado es el de tener un buen clima laboral, en la cual el trabajo en equipo es bueno, brindándoles a sus clientes comodidad y confianza, manteniéndose en el segmento comercial. Conforme a la Orientación de la Mercadotecnia de las MYPE comercial rubro calzado se ha determinado que las MYPE se preocupan por mantenerse en el mercado por la cual para mantener a sus clientes satisfechos hacen promociones, brindan muy buena calidad en sus productos. Con respecto a las estrategias de ventas que utilizan las MYPE comercial rubro calzado se

determinó que son muy competitivas ya que cada una se preocupa por mantener satisfecho a sus clientes, bajando los costos, renovando sus productos, trayendo novedades, etc. Y esta recomienda a seguir surtiendo el calzado dependiendo la ocasión y el modelo.

PALACIOS, (2017) En su Tesis “Caracterización de la competitividad y calidad del servicio de las mypes rubro hoteles, distrito pariñas - provincia Talara año 2017. Presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración, filial Piura, teniendo como objetivo general identificar las características que tiene la competitividad y la calidad del servicio en las MYPES, rubro hoteles distrito Pariñas – Provincia Talara, año 2017. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables: competitividad, calidad del servicio. Como conclusión tenemos: Las MYPES del rubro hoteles del distrito de Pariñas – Provincia Talara ubicadas en la Avenida Carlos A. Salaverry (Avenida “G”) buscan una posición competitiva favorable en su sector, para esto han logrado alcanzar características diferenciales con respecto de sus competidores, siendo sus ventajas competitivas centradas principalmente en el factor Recursos Físicos dado a su localización cercana a la Refinería de Talara, pero no es sostenible a largo plazo dado que al término del proyecto de Modernización de la Refinería de Talara la cantidad de clientes disminuirá y se deberán trabajar en otras opciones para seguir siendo competitivas

2.2. Bases teóricas

2.2.2. Teoría de la MYPE

2.2.2.1. Definición de la MYPE

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ministerio de trabajo y promoción de empleo, 2014)

Son caracterizadas como unidades productivas de escaso capital, baja productividad, bajo nivel de ingresos, reducido número de trabajadores, alto nivel de actividades no constituidas legalmente, relaciones laborales no reguladas, etc. y para identificarlas, tanto las instituciones del sector privado como los programas de fomento y el sector público, utilizan algunas variables que generalmente son el nivel de ventas, número de trabajadores, y nivel de activos de la empresa. (PERFIL DE LA PEA OCUPADA EN LA PEQUEÑA Y MICROEMPRESA, 2000)

La legislación peruana define a las MYPE como “la unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente,

con la finalidad de desarrollar actividades de comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación, y producción sea industrial o artesanal de bienes”⁵. Asimismo, distingue a la microempresa como aquella que no excede de 10 personas, y a la pequeña empresa como la que tiene de 11 a 40 personas, permitiendo que otros sectores y organismos del estado adopten criterios adicionales para los fines a los que hubiere lugar.

2.2.2.2. Importancia de la MYPE

(Rivera, 2012) Indica que Las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.ve
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.

Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

2.2.2.3. La MYPE en la actualidad

Son actualmente empresas de gran trascendencia dentro de nuestro mercado empresarial, puesto que son las que más producen y las que más empleos genera, a razón de que los empleadores obtienen mayores y mejores beneficios por acogerse a este sistema especial, y a los trabajadores les permite acceder a dichos centros sin contar con grandes carreras o preparaciones profesionales, puesto que la mano de obra en su mayoría es artesanal.

La importancia de las MYPE en Perú es que representan el 98.3% del total de empresas existentes en el país (94.4% micro y 3.9% pequeña), pero el 74% de ellas opera en la informalidad. El grueso de las MYPE informales se ubica fuera de Lima, generan empleo de mala calidad (trabajadores familiares en muchos casos no remunerados) con ingresos inferiores a los alcanzados en las empresas formales similares. Además, las MYPE aportan aproximadamente el 47% del PBI del país y son las mayores generadoras de empleo en la economía, aunque en la mayoría de los casos se trata de empleo informal.

El estado como ente encargado de la impulsar la inversión privada y el propiciar el nacimiento de la empresa privada, debe de proponer mecanismos más eficientes para que los múltiples negocios o centros de trabajos informales, se FORMALICEN, logrando con ello que ya no se encuentren al margen de la ley y mayor ingreso para la administración tributaria.

2.2.2.4. Ventajas de la MYPE

Brindar mayores beneficios tributarios a las entidades, puesto que en la realidad se conoce que la mayoría de evasores tributarios son estas Mypes, puesto que en algunos casos no les conviene declarar todos sus ingresos, para no perder el beneficio; o no les conviene ingresar a todos sus trabajadores a planilla, puesto que la tributación aumentaría; estos son algunos de los casos que deberían ser tomados en cuenta para lograr la formalización integral a nivel micro y pequeña empresa

2.2.3. Teoría de la Competitividad

2.2.3.1. Definición de competitividad

La competitividad se refiere a la habilidad de una empresa o profesional para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente. Se basa, fundamentalmente, en la creciente y sistemática innovación e incorporación de conocimientos en la organización, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y mantener sus ventajas comparativas. (Vergara, 2009) La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtener productividad. (Robles, 2014)

Pineiro, 1993 le da un concepto a la **competitividad**, concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La

definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión.

El tema de la competitividad se ha venido planteando desde ya hace algunos años atrás, donde su verdadero nivel de importancia estuvo enmarcado por las condiciones cambiantes del mercado global, las cuales demandaban a las empresas de nuevas estrategias que les permitieran mantener una posición y participación más constante dentro del mismo mercado

2.2.3.2. Estrategias competitivas

(TORRES, 2016) Según los autores nos indican las principales y más importantes estrategias que se deben aplicar para aspirar al éxito

a) Estrategia de líder en costes.

Consiste en producir con los costes más bajos posibles, de manera que se pueda ofrecer el producto a un precio inferior al de la competencia, por medio de una ventaja a escala productiva u operativa.

A veces, incluso si la empresa se encuentra en un mercado con mucha demanda, puede mantener el precio y así beneficiarse de un margen comercial elevado.

b) Estrategia de diferenciación.

Busca hacer que el producto sea significativamente diferente al de los competidores, o incluso que exista la percepción de que sea único. El cliente puede llegar a pagar más por el producto, ya que la empresa se comporta como si fuese un monopolio, siendo menos sensible al precio y más fiel.

c) Estrategia de enfoque.

También se denomina de alta segmentación y consiste en centrarse en un segmento del mercado, aplicando la diferenciación o el liderazgo en costes.

De esta forma, se aplica la estrategia competitiva más conveniente a cada segmento del mercado. Si se aplica el liderazgo en costes, pueden obtener importantes márgenes comerciales por producir con costes bajos. Si en cambio se adopta la diferenciación, ofreciendo un relevante valor añadido, pueden justificarse unos precios más elevados en relación a la competencia, lo que se conoce como diferenciación segmentada.

2.2.3.3. Factores de la competitividad

CÁRDENAS, (2010) Expresa que son muchos los factores que inciden al éxito de las Mypes pero se podría señalar a las siguientes más importantes:

a) Capacidades Directivas

La competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes ante los retos, de sus habilidades, de sus capacidades de innovar, de su intuición y creatividad, de saber escuchar y comunicarse con otros, de hallar y usar información, de planear y resolver problemas, de trabajar individualmente y en equipo, de aprender a aprender, responsabilidad y tenacidad, valores y sensibilidad social.

En las empresas se debe cambiar de patrones, de pensamiento y de comportamiento, es decir, emplear lo que afirma Thomas Samuel Kuhn: el cambio de paradigmas. Cambiar nuestras formas de liderizar grupos de individuos y negocios, de gerenciar procesos, de pensar-sentir-actuar, cambiar las cosas por medio de la creatividad, cambiar puntos de vistas, de encontrar nuevos enfoques para ver las cosas con otros ojos. Así las empresas podrán adaptarse rápidamente a los cambios de la sociedad. La actitud no basta, la acción es esencial, el aprendizaje no se da hasta que el comportamiento no haya cambiado.

Los directivos desempeñan un papel crucial en las empresas, y sobre ellos recae la responsabilidad de elegir entre las distintas opciones estratégicas y además en la mayoría de los casos son las que las implementan, por tanto se hace necesario un amplio conocimiento de los recursos y capacidades de sus empresas y de su entorno competitivo. El nivel de educación se relaciona de forma positiva con la capacidad del directivo para realizar elecciones estratégicas de acuerdo con las exigencias del entorno, con su propensión a generar e implantar soluciones creativas a los problemas de la empresa e, incluso, con su nivel de productividad. Las empresas que cuenten con directivos con un mayor grado de formación alcanzarán mayores niveles de éxito.

b) Calidad en la Producción o Prestación de Servicios - Diferenciación

El ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser seleccionados. Es diferenciarnos por nuestra calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas.

Lograr la conformidad del conjunto de características y atributos de un producto con las necesidades y expectativas del comprador

representa otro de los factores necesarios para competir, el cual también determina decisivamente la reputación o imagen de la empresa en el mercado. Aunque a corto plazo pueden suponer fuertes inversiones, a medio y largo plazo reducen costos, atraen clientes y empleados satisfechos y mejoran la productividad y los resultados de la empresa.

c) Ventajas Competitivas (costo-calidad)

No basta competir, es necesario lograr ventajas competitivas. Pues las empresas competitivas serán aquellas capaces de ofrecer continuamente productos y servicios con tributos apreciados por sus clientes. A este conjunto de características que distinguen al producto de una empresa de sus competidores se denominan ventajas competitivas. Lo único seguro acerca de éstas es su dinamismo, los mercados pueden cambiar sus exigencias o la tecnología de la empresa puede verse desplazada por las de la competencia. Sin una empresa no invierte en mantenerlas, remozarlas, tarde o temprano estará condenada a perderlas.

Existen dos categorías de ventajas competitivas: de costos y de valor. Las ventajas de costos están asociadas con la capacidad de ofrecer a los clientes un producto al mínimo costo. Las ventajas competitivas de valor; por su parte, están basadas en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos, discernibles por los clientes, que distinguen a un competidor de los demás.

d) Recurso Tecnológicos

Dentro de los recursos tecnológicos se incluye el stock de tecnologías, la experiencia en su aplicación (know-how) y los medios humanos, científicos y técnicos para su desarrollo.

Para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes, las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras que pueden introducir tanto en sus productos o servicios como en sus procesos. Para ello deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de su competencia. Aquellas empresas que sólo realicen nuevas inversiones cuando comprueben que los competidores obtienen buenos resultados o bien no posean información fiable de la posición tecnológica de las empresas rivales estarán abocadas al fracaso.

El desarrollo de activos tecnológicos, requiere tiempo y dinero. Por lo que los directivos deben planificar cuidadosamente las inversiones en nuevas maquinarias y procesos, y asegurar en sus recursos humanos las competencias necesarias para su manejo.

e) Innovación

No se puede implantar patrones competitivos o cualquier otro que se detecte como factor crítico de éxito del negocio, debido a que el mercado

es cambiante. Por eso muy unido a los recursos tecnológicos aparece el de innovación. El éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa. Tres son los pilares sobre los que se asienta la innovación: el directivo, los trabajadores y la cooperación con otras empresas.

Tiende a emplearse como sinónimo de innovación el término invención; y no es lo mismo inventar que innovar. Puede existir uno independientemente del otro. Schumpeter ideó la teoría de la innovación como el medio capaz de explicar el desarrollo económico y al analizar el cambio tecnológico diferenció invención e innovación (En el Diccionario de la Real Academia puede leerse: Inventar es descubrir algo nuevo o no conocido. Innovar es alterar algo, introduciendo novedades). Para Schumpeter la invención se refiere al descubrimiento realizado en el terreno científico-técnico, pudiendo permanecer durante un largo tiempo o para siempre en esta esfera sin trascender a la esfera económica; en tanto que la innovación se produce cuando una invención es introducida a la esfera económica. El primero se refiere a la creación de nuevos inventos, en tanto que el segundo supone la aplicación de la invención a nuevos productos o procesos de producción y su aplicación a usos comerciales o industriales.

f) Recurso Comerciales

Los procesos comerciales, orientados al mejor conocimiento del mercado y de los clientes, son un medio muy importante de mejora del rendimiento económico, de la fidelización de clientes y, de la diferenciación de la competencia. Para ello se necesita contar con profesionales de marketing adecuados a las necesidades; realizar campañas destinadas a fortalecer la marca; poder acceder a todos los canales de distribución.

g) Recursos Humanos-Capacitación Laboral

Para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

La escasa capacidad para atraer y retener personal cualificado, se debe fundamentalmente a la menor posibilidad de ofrecer incentivos salariales. Para paliar este problema, los bajos salarios pueden complementarse con fórmulas alternativas de retribución adaptadas a cada individuo, por medio de la flexibilidad horaria, los planes de formación o la participación en la gestión, entre otros. El limitado acceso a procesos formativos de capital humano, obstaculiza el aumento de la productividad. Esta situación se traduce en un bajo nivel de

competitividad del sector y repercute en una limitada capacidad sectorial para generar empleo productivo de mayor remuneración e ingresos para una alta proporción de la población.

h) Recursos Financieros

El mantenimiento de buenos estándares financieros es uno de los aspectos relevantes para alcanzar el éxito competitivo en las empresas de menor tamaño. La debilidad de los balances en este tipo de empresas hace necesaria una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo que evite una la falta de liquidez. Asimismo, que habitualmente el poder de negociación con entidades de crédito sea inversamente proporcional al tamaño de la empresa hace necesario primero, un alto conocimiento de la oferta financiera y una especial atención a los fondos propios. Además, resulta vital constituir reservas o fondos que permitan la disminución de los costes financieros. Por último, también es necesario que se aprovechen las ayudas oficiales existentes (subvenciones a la explotación, subvenciones de capital, bonificaciones fiscales, subvenciones de puntos de interés, etc.), las cuales tratan de paliar este peor acceso a las fuentes de financiación ajenas.

i) Cultura

Con este término se hace referencia al conjunto de hábitos, creencias, expectativas y valores compartidos por todos los miembros de la

organización. La cultura guía el comportamiento de las personas que forman parte de la empresa; sienta las bases de los procedimientos; y ayuda a mantener la cohesión interna. Las empresas que posean fuertes valores culturales lograrán que sus trabajadores tengan claro cuál es su misión, qué deben hacer y qué se espera de ellos, a quién delegar en caso necesario y, lo que es más importante, cómo actuar ante situaciones imprevisibles.

2.2.3.4. Importancia de la competitividad

La competitividad es un concepto relativo, muestra la posición comparativa de los sistemas (empresas, sectores, países) utilizando la misma medida de referencia. Podemos decir que es un concepto en desarrollo, no acabado y sujeto a muchas interpretaciones y formas de medición. Dependiendo de la dimensión a la que pertenezcan los sistemas organizativos, se utilizarán unos indicadores distintos para medirla.

Se puede considerar la competitividad empresarial en un doble aspecto; como competitividad interna y como competitividad externa. La competitividad interna está referida a la competencia de la empresa consigo misma a partir de la comparación de su eficiencia en el tiempo y de la eficiencia de sus estructuras internas (productivas y de servicios.) Este tipo de análisis resulta esencial para encontrar reservas internas de eficiencia pero por lo general se le confiere menos importancia que al análisis

competitivo externo, el cual expresa el concepto más debatido, divulgado y analizado universalmente.

Resulta esencial para comprender el cómo llegar a la competitividad, vincular como mínimo los siguientes elementos de enlace: ¿Cuáles son los factores que la condicionan? ¿Cuál es la relación estrategiacompetitividad? Estas respuestas son complicadas y no tienen unanimidad en su consideración pero intentar un mínimo esclarecimiento, a partir de la práctica gerencial actual y de los criterios de los estudiosos del tema, es siempre una valiosa ayuda para desbrozar el camino hacia la competitividad.

2.2.3.5. La competitividad en la actualidad

Hoy en día la competitividad es tema que se encuentra en boca de los sectores de actividad económica, esto como reflejo del proceso de mundialización que se presenta a nivel internacional, en la que las organizaciones requieren ser más eficientes y eficaces en cuanto al manejo y uso de los recursos financieros, humanos, naturales, tecnológicos, entre otros, para afrontar el reto que representa no únicamente el mercado nacional, sino también la apertura al comercio fuera de las fronteras de sus países de origen.

Para lograr el éxito en el mundo competitivo de hoy, las empresas y profesionales están obligados a definir sus estrategias e incorporar, dentro de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen su materialización. En tal sentido, es de vital importancia el diseño e

implementación de un adecuado sistema de gestión y el desarrollo de alternativas innovadoras como negocios por Internet.

2.2.3.6. Ventajas de la competitividad

La lista de ventajas competitivas potenciales es muy extensa. Sin embargo, hay quien opina que en un -mercado tan cambiante- no existen realmente ventajas competitivas que se puedan mantener durante mucho tiempo. Se dice que la única ventaja competitiva de largo recorrido es que una empresa pueda estar alerta y sea tan ágil como para poder encontrar siempre una ventaja sin importar lo que pueda ocurrir.

En gran parte el lograr el posicionamiento de un producto o marca en específico depende de las ventajas competitivas que se ofrezcan a diferencia de la competencia es decir de la realización de un estudio adecuado que nos ayude a identificar las características que como empresa me ayudan a ser mejor que los demás competidores y basarse sobre estas para persuadir la mente del consumidor. Podemos mencionar algunas de ellas como: Orientación al cliente, Calidad superior del producto, Contratos de distribución de largo período, Valor de marca acumulado y buena reputación de la compañía, Ser el productor de bienes y servicios de menor costo, Ofrecer un producto diferenciado o aplicar cualquiera de las dos estrategias anteriores en un segmento de mercado específico. (VILLA, 2012)

2.2.4. Teoría de la Capacitación

2.2.4.1. Definición de la Capacitación

La capacitación se considera como un proceso a corto plazo, en que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve. (Hernandes, 2012)

Es una actividad que debe ser sistémica, planeada, continua y permanente que tiene el objetivo de proporcionar el conocimiento necesario y desarrollar las habilidades (aptitudes y actitudes) necesarias para que las personas que ocupan un puesto en las organizaciones, puedan desarrollar sus funciones y cumplir con sus responsabilidades de manera eficiente y efectiva, esto es, en tiempo y en forma. (LOPEZ, 2011)

La función de capacitación es mejorar el presente y ayudar a construir un futuro en el que la fuerza de trabajo esté formada y preparada para superarse continuamente. Esta debe desarrollarse como un proceso, siempre en relación con el puesto y con los planes de la organización. En la actualidad la capacitación es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, es el desarrollo de tareas con el fin de mejorar el rendimiento productivo, al elevar la capacidad de los trabajadores mediante la mejora de las habilidades, actitudes y conocimientos. (BENITEZ, 2009)

El término capacitación se utiliza con frecuencia o de manera casual para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros. Sin embargo, muchos expertos distinguen entre capacitación, que tiende a considerarse la manera más estrecha y a orientarse hacia cuestiones de desempeño de corto plazo, y desarrollo, que se orienta más a la expansión de las habilidades de una persona en función de las responsabilidades futuras. guisella, (2013)

2.2.4.2. Tipos de capacitación

Los tipos de capacitación son muy variados y se clasifican con criterios diversos:

A. POR SU FORMALIDAD

- **Capacitación Informal.** Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos.
- **Capacitación Formal.** Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

B. POR SU NATURALEZA

1. **Capacitación de Orientación:** Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo en caso de los colaboradores ingresantes.
2. **Capacitación Vestibular:** Es un sistema simulado, en el trabajo mismo.
3. **Capacitación en el Trabajo:** práctica en el trabajo
4. **Entrenamiento de Aprendices:** período formal de aprendizaje de un oficio.
5. **Entrenamiento Técnico:** Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo
6. **Capacitación de Supervisores:** aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño de funciones gerenciales
7. **Otros Tipos:** cualquier situación poco usual no incluida anteriormente

C. POR SU NIVEL OCUPACIONAL

- **Capacitación de Operarios**
- **Capacitación de Obreros Calificados**
- **Capacitación de Supervisores**
- **Capacitación de Jefes de Línea**
- **Capacitación de Gerentes**
- **Capacitación para el trabajo:** Va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa.

Se divide a su vez en:

Capacitación de pre ingreso: Se hace con fines de selección y busca brindar al nuevo personal los conocimientos, habilidades o destrezas que necesita para el desempeño de su puesto.

Capacitación de inducción: Es una serie de actividades que ayudan a integrar al candidato a su puesto, a su grupo, a su jefe y a la empresa, en general.

La inducción consiste en la orientación, ubicación y supervisión que se efectúa a los trabajadores de reciente ingreso en una empresa o área durante el periodo de desempeño inicial.

Capacitación promocional: Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

Capacitación en el trabajo: Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa. Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo. El desarrollo incluye la capacitación, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona.

2.2.4.3. Técnicas de capacitación

CUEVAS, (2011) nos comenta que Existe una amplia variedad de métodos o técnicas para capacitar al personal que ocupa puestos no ejecutivos.

Ninguna técnica es siempre la mejor, el mejor método depende de:

- La efectividad respecto al costo

- El contenido deseado del programa
- La idoneidad de las instalaciones con que se cuenta
- Las preferencias y la capacidad de las personas
- Las preferencias y la capacidad del capacitador
- Los principios de aprendizaje a emplear.

Las técnicas de capacitación más comunes son las siguientes:

Capacitación en el puesto: En este método la persona aprende una tarea o una destreza mediante su desempeño real. Consiste en asignar a nuevos empleados a los trabajadores o a los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real. Existe varios tipos de capacitación en el puesto los más conocidos son:

- a) Instrucción directa en el puesto: En la que el trabajador recibe la capacitación en el puesto de parte de un trabajador experimentado o el supervisor mismo. Se busca que los nuevos trabajadores adquieran la experiencia para manejar la maquina o a ejecutar varias tareas observando al supervisor. Este método se aplica más para capacitar maquinistas y operarios.
- b) Rotación de puesto: En la que el empleado pasa de un puesto a otro en periodos programados para conocer las diferentes actividades que se desarrollan en el proceso general, ya sea productivo o

administrativo. Este método es más aplicable para capacitar supervisores y administrativos.

Las principales ventajas de la capacitación en el puesto son:

Relativamente económica, los trabajadores en capacitación aprenden al tiempo que producen, hay una retroalimentación inmediata y no hay necesidad de instalaciones costosas fuera del trabajo como salones de clases o dispositivos de aprendizaje programado.

Conferencias: Las conferencias o exposiciones constituyen métodos prácticos y fáciles de ejecutar, es una manera rápida y sencilla de proporcionar conocimientos a grupos grandes de personas, se puede acompañar de materiales impresos para facilitar el aprendizaje asimismo se pueden usar proyectores para presentar imágenes, gráficos, fotografías, grabaciones de videos o películas para facilitar el aprendizaje.

Juego de roles: Se utiliza esta técnica en la capacitación para enseñar técnicas de venta, de entrevista, para dirigirse a grupos, resolver conflictos y lograr negociaciones o desempeñar cargos de más responsabilidad como jefes o supervisores. Consiste en hacer que los profesionales desarrollen roles de acuerdo al cargo o tareas que desempeñaran.

Técnicas audiovisuales: La presentación de información a los empleados mediante técnicas audiovisuales como películas, circuito

cerrado de televisión, cintas de audio o de video puede resultar eficaz, en la actualidad estas técnicas se utilizan con mucha frecuencia. Los audiovisuales son más costosos que las conferencias convencionales.

Aprendizaje programado: Es un método sistemático para enseñar habilidades para el puesto, consiste en presentar un conjunto de preguntas o hechos para que el alumno responda luego revisa y compara con las respuestas y retoma a aquellas en las que se ha equivocado, hasta responder correctamente todas.

Este método es efectivo porque permite al empleado una retroalimentación inmediata sobre la precisión de sus respuestas y sobre el aprendizaje que va logrando. Su ventaja principal es que reduce el tiempo de capacitación considerablemente y permite que las personas en capacitación aprendan a su propio ritmo, proporciona retroalimentación inmediata y reduce el riesgo de errores.

Simulaciones: Es una técnica en la que los empleados aprenden en el equipo real o en equipos de simulación la ejecución de sus tareas por ejemplo simulación de manejo de máquinas, vehículos, aviones, etc. que utilizaran en su puesto pero en realidad son instrumentos fuera del mismo. Esta capacitación busca obtener las ventajas de una simulación y corregir los errores sin colocar realmente en el puesto a la persona en capacitación ni arriesgar el deterioro o accidentes con las maquinas. Esta

técnica es casi una necesidad en los puestos donde resulta demasiado costoso o peligros capacitar a los empleados directamente en el puesto.

Importancia de la capacitación y entrenamiento en la organización

La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones que hace la empresa que es fuente de ventajas competitivas a corto largo plazo y una de las principales fuentes de bienestar para el personal.

Como beneficia la capacitación a las organizaciones:

- Conduce rentabilidad más alta y actitudes más positivas ○

Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.

- Crea mejor imagen ante los clientes ○ Mejora la relación jefes-subordinados ○ Se promueve la comunicación a nivel de toda la organización ○ Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos ○ Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas ○ Promueve el desarrollo de las personas mediante la promoción ○ Contribuye a la formación de líderes y dirigentes ○

Como beneficia la capacitación al personal:

- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas ○ Alimenta la confianza, la posición asertiva y el

desarrollo ○ Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y

tensiones ○ Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas ○

Sube el nivel de satisfacción con el puesto

○ Permite el logro de metas individuales ○ Desarrolla un sentido

de progreso en muchos campos ○ Elimina los temores a la

incompetencia o la ignorancia individual

A mayor desarrollo tecnológico en la sociedad, mayor necesidad de talento, o sea, de personas competentes técnica y emocionalmente capaces de crear, innovar, crear valor, afrontar retos en los negocios, elaborar bienes y servicios de calidad y contribuyan a que la organización aprenda a mantenerse en un mercado globalizado. La tendencia es que las organizaciones se conviertan en comunidades de aprendizaje que lo generen, lo conserven y lo traduzcan en acciones de valor agregado. La sobrevivencia en el mundo global y competitivo depende, en estos momentos, de la inversión que hagan las empresas en intangibles, como innovación tecnológica, organización flexible y desarrollo de capital humano” (RODRIGUEZ, 2005)

2.2.4.4. Medios de capacitación

Se refiere a las técnicas, instrumentos y metodologías que coadyuvan al cumplimiento de las actividades y objetivos de la capacitación. Dentro de los más principales tenemos:

1. Conferencia

Permite llegar a una gran cantidad de personas y transmitir un amplio contenido de información o enseñanza. Se puede emplear como explicación preliminar antes de demostraciones prácticas. Por ejemplo, es útil al impartir las medidas de seguridad, organización de planta, etc.

2. Manuales de capacitación

Manuales de capacitación u otros impresos, diagramas que permiten la exposición repetida, es útil aplicación de secuencias largas o procedimientos complicados que no pueden retenerse en una sola presentación. Pueden combinarse con conferencias y prácticas de tareas reales.

3. Videos

Puede sustituir a las conferencias o demostraciones formales, permite la máxima utilización de instructores más capaces. Los cortes, empalmes o en la cámara lenta son útiles para incidir en demostraciones de realidad. Ayudan a la comprensión de ideas abstractas y en la modificación de actitudes.

La grabación y proyección en videos de los colaboradores sujetos a capacitación, son un medio muy eficaz, sobre todo cuando se trata de mejorar la calidad del servicio.

4. Simuladores

Dan al aprendiz la posibilidad de participación y práctica repetida mediante la adquisición de habilidades necesarias en el trabajo real, se usan también

sustitutos del equipo real. Pueden aislar y combinar las diferentes partes críticas o peligrosas del trabajo.

5. Realización efectiva del trabajo

El nuevo colaborador aprende mientras trabaja, bajo la guía de un instructor, es útil en la transmisión de habilidades, de experiencia ensayo y error. Su limitación es que no siempre el buen colaborador es buen instructor. Puede durar pocos días o meses.

En general, el período de aprendizaje brinda preparación para una gran variedad de especialidades, cubriendo múltiples actividades.

6. Discusión de grupos e interacción social

Comprende el desarrollo de habilidades interpersonales requeridas por tareas ejecutivas y de supervisión como vías de solución de problemas mediante grupos de discusión, dirección de debates y contratos con personas para el manejo directivo de problemas reales de supervisión. Se usa mayormente en formación de ejecutivos.

7. Entrevistas para la solución de problemas

Se orienta básicamente al asesoramiento de colaboradores. Los supervisores encargados de capacitación mantienen periódicamente estas estrategias para mejorar la eficiencia en el trabajo de cada individuo. Se usa generalmente en la capacitación de directivos.

8. Técnicas grupales

Consiste en ejercicios vivenciales, dinámicas grupales como los juegos de roles, psicodramas, Phillips 66, lluvias de ideas, y otros que pueden ser valiosos elementos para llevar a cabo la capacitación de acuerdo a los objetivos planteados.

2.2.4.5. Ventajas de la capacitación

Básicamente, la ventaja competitiva de una empresa frente a otras recae en la habilidad de reducir los costos que pueden estar ligados a ciertos factores como la eficiencia y la adecuada selección de proveedores y acreedores, así como también, en la diferenciación de productos y servicios determinados por la calidad y capacidad de satisfacer las necesidades del cliente, lo que puede permitirle a la empresa alcanzar un mayor desempeño al promedio de la industria y, por ende, una mayor competitividad. (Ruiz, s.f) La ventaja competitiva, entonces, puede ser creada con la combinación de recursos con los que dispone la empresa y las aptitudes de empresarios y obreros, de tal forma que la estrategia conlleve un análisis interno de las fortalezas y debilidades, y externo de las oportunidades y amenazas, con el fin de garantizar la sobrevivencia, crecimiento, y rentabilidad del negocio.

Morales & Pech, (2000)

METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

III. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizara el diseño no experimental. No experimental debido a que se realizara el sin manipular debidamente variable. Es decir, se trata de investigación donde no hacemos variar intencionadamente las variables estudio: competitividad y capacitación. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural. Al realizar una encuesta transversal es necesario definir la unidad de observación del estudio, esto es, la unidad básica sobre la cual se captará información como, por ejemplo, los individuos, familias, hogares o escuelas. Hernández, (2006).

3.2. Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptivo, que se llevara a describir, registrar, analizar e interpretar, el objeto de estudio a lo que concierne a las variables en estudio, competitividad y capacitación.

3.3. Nivel de la investigación

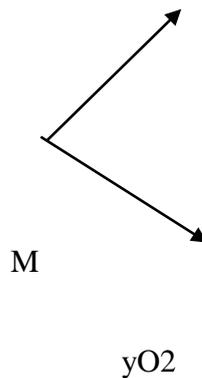
Es cuantitativo, ya que se efectuara la recolección de los datos correspondientes que se obtendrán para cada variable. Se realizara con base a la medición numérica y análisis estadístico, con la finalidad de conocer o identificar patrones de comportamiento.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizara el diseño no experimental - corte transversal. Debido a que se recolectan y

estudian los datos o la realidad en un solo momento, respecto a las variables de la investigación-competitividad y capacitación en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia en un momento dado y en forma

simultanea

xO1



M

yO2

Donde:

M = muestra

O = Observación de las variables: competitividad y capacitación

Xy = variables

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

P1: para la variable de competitividad la población está conformada por los clientes del sector hotelero del distrito de Pariñas. Por ende se considera una población infinita.

P2: para la variable de capacitación la población está conformada 46 trabajadores ya que ellos dieron su opinión respecto a la variable. La misma se considera finita.

3.4.2. Muestra

MI: la muestra para la variable competitividad se considera exclusivamente a los clientes, siendo una muestra infinita al no conocerse el número exacto de unidades del que está compuesta la población. La cual se requiere de la aplicación de formula estadística para obtener el resultado muestral a encuestar, siendo la siguiente:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra ser estudiada

z= nivel de confianza considerado (para 90% de confianza Z=1.65)

p= probabilidad de concurrencia: (0.50) q= probabilidad de no

concurrencia: (0.50) e= error permitido (10%) entonces la

muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.65^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

n = 68 clientes

M2: para la variable capacitación la muestra está conformada por los 46 trabajadores, la cual se considera una muestra finita ya que se conoce el número de trabajadores de los establecimientos.

3.4.3. Criterios de inclusión:

- Los clientes de sexo masculino y femenino mayores de 18 años de edad.
- Clientes que se consideran clientes frecuentes.

3.4.4. Criterios de exclusión:

- Clientes de sexo masculino y femenino menores de 18 años de edad. ○ Clientes que se consideran como clientes no frecuentes.
- Clientes apurados y sin disponibilidad de tiempo.

3.5. Definición y operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
COMPETITIVIDAD La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtener productividad. Robles (2014)	Estrategias competitivas	Liderazgo en costos	Precio	¿Se les Ofrece precios bajos?	CUESTIONARIO
		diferenciación	Diferente	¿Cree usted que el servicio que se brindan es diferente a las otras MYPE?	
		Enfoque de segmento de mercado	Estrategias	¿Considera que la MYPE utiliza estrategias para permanecer en mercado?	
	factores	Capacidades directivas	Capacidad	¿Cree que el personal cuenta con la capacidad de trabajar en equipo?	
		Calidad	Cualidades	¿Los trabajadores cuentan con cualidades que los diferencian en cuanto a la atención al cliente?	

VARIABLE	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INTRUMENTOS
<p>Capacitación La capacitación se considera como un proceso a corto plazo, en que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve. (Hernández, 2012)</p>	Tipos de Capacitación	Pre Ingreso	Habilidades	¿Considera usted que la capacitación le permitirá desarrollar sus habilidades?	CUESTIONARIO
			desempeño	¿Las capacitaciones influyeron en su desempeño laboral?	
			conocimientos	¿La capacitación mejora el conocimiento para alcanzar un mayor puesto de trabajo a nivel jerárquico?	
		Inducción	actividades	¿Considera usted que la capacitación es una herramienta efectiva para desarrollar sus actividades?	
			candidato	¿Usted considera que la capacitación ayuda a integrar al candidato al puesto?	
		Promocional	oportunidad	¿Le ha permitido la capacitación obtener logros de ascenso?	
			Nivel	¿Recibe capacitación de acuerdo al nivel de empleado calificado?	
			alcanzar	¿La capacitación le ha permitido alcanzar sus metas?	
			actitudes	¿La capacitación mejora sus actitudes para su Formación integral?	
		Medios de capacitación	conferencia	Información	
	videos		Ideas	¿Los videos le aportaron una idea clara sobre la capacitación?	
	simuladores		participación	¿La participación en el trabajo le permite demostrar sus habilidades?	

			instructor	¿Se le asignó un instructor para su aprendizaje?	
--	--	--	------------	--	--

3.6. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

3.6.1. Técnicas

El desarrollo de este trabajo de investigación se aplicara la técnica de la encuesta que se le aplicara a los clientes y trabajadores de las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en distrito de Pariñas, Provincia de Talara. En el año 2018.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

La calidad técnica con la que se construyan los instrumentos de recogida de información será determinante para recoger exactamente la información pretendida, debiendo estar estructurados en torno a las categorías de contenidos que conforman el tema investigado, debiendo dichas categorías estar bien definidas, ser completas en sí mismas, y no debiéndose superponer unas con otras; Asimismo, los ítems que integran cada categoría deben estar bien definidos y contruidos, de modo que sean unívocos, dirigidos a recoger la información en coherencia con la categoría a la que pertenecen. (Martínez Mediano, 2014)

Para la recolección de la información se tomara en cuenta la utilización de un cuestionario con la estructura de 18 preguntas relacionadas con las variables de estudio

3.7. Plan de análisis

El trabajo el análisis y lectura de los datos cuantitativos se dio inicio

mediante la aplicación de los respectivo cuestionario a los clientes y trabajadores de las MYPE del sector hotelero de la ciudad de Talara, año 2018 y para su adecuado análisis y lectura de datos cuantitativos resultantes así como para la respectiva tabulación de los datos se empleó los siguientes programas informáticos: Microsoft Word y Microsoft Excel.

3.8. Matriz de consistencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE INVESTIGACION	METODOLOGIA	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Cuáles son las características principales de competitividad y capacitación en las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas.?	<p>Objetivos general</p> <p>Determinar las características principales de la competitividad y capacitación en las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, y propuesta de mejora, Provincia de Talara, año 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las principales estrategias competitivas en las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, provincia de Talara. año 2018. • Conocer los factores de competitividad en las MYPE del sector hotelero 	<p><u>Tipo y nivel de investigación</u></p> <p>Descriptiva nivel de investigación: cuantitativa</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:</p> <p>No experimental, Corte transversal</p>	<p><u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u></p> <p>Competitividad <input type="checkbox"/></p> <p><u>VARIABLE DEPENDIENTE:</u> <input type="checkbox"/></p> <p>Capacitación</p>	<p>Tipos de capacitación <input type="checkbox"/></p> <p>Medios de capacitación <input type="checkbox"/></p>	<input type="checkbox"/> Habilidades <input type="checkbox"/> Desempeño <input type="checkbox"/> Conocimientos <input type="checkbox"/> Actividades <input type="checkbox"/> Candidato <input type="checkbox"/> Oportunidad <input type="checkbox"/> Nivel <input type="checkbox"/> Alcanzar <input type="checkbox"/> Actitudes <input type="checkbox"/> Información <input type="checkbox"/> Ideas <input type="checkbox"/> Participación <input type="checkbox"/> Instructor <input type="checkbox"/>

	<p>en el Distrito de Pariñas, provincia de Talara. Año 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Determinar los tipos de capacitación en las MYPE de sector hotelero categoría dos estrellas del distrito de Pariñas, Provincia de Talara, año 2018. <input type="checkbox"/> Describir los medios de capacitación en las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas. Provincia de Talara. 			<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Estrategias competitivas <input type="checkbox"/> Factores 	<p>Precio Diferente</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Estrategias <input type="checkbox"/> Capacidad <input type="checkbox"/> cualidades <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
--	--	--	--	--	---

3.9. Principios éticos

Este trabajo de investigación se realizará de manera ética, mostrando y poniendo en práctica nuestros principios en sí como:

La autenticidad pues la información presentada ha sido solo guiada e interpretada por trabajos de investigación publicadas anteriormente que han permitido fundamentar mi investigación para el logro de mis objetivos.

La confidencialidad a la información brindada por las MYPE en estudio solo ha sido usada como apoyo para un proceso de investigación sin otros fines. Así como también se muestra confidencialidad a las respuestas brindadas en la aplicación de la encuesta garantizando sus derechos como persona.

El respeto a los derechos de autor pues los conceptos y definiciones tomadas han sido citados bibliográficamente.

La transparencia es uno de los principios con mayor importancia para mi investigación pues los datos recolectados se muestran de manera verídica a través del instrumento aplicado a las MYPE del sector hotelero que ha permitido obtener datos reales para determinar problemas y soluciones como aporte a las mismas.

RESULTADOS

IV. 4.1. Resultados

Competitividad

TABLA N° 01

¿Se les Ofrece precios bajos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	50%
NO	34	50%
<hr/>		
Total	68	100%

Fuente: clientes del sector Hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 01



En la tabla N° 01 y gráfico N°01: se observa que el 50% de los clientes encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas. Consideran que si aplican como estrategia competitiva precios bajos para atraer a más clientes, mientras que el otro 50% respondió que no.

TABLA N° 02

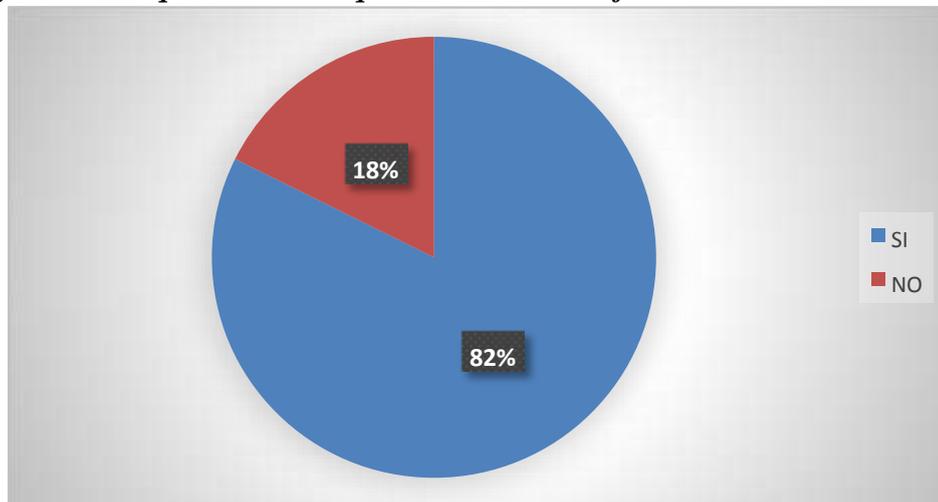
¿Cree usted que el servicio que se brindan es diferente a las otras MYPE?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	56	82%
NO	12	18%
Total	68	100%

Fuente: clientes del sector Hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 02

¿Cree usted que el servicio que se brindan es diferente a las otras MYPE?



En la tabla N° 02 y grafico N° 02: se observa que los clientes encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, el 82% si considera un servicio diferente al de la competencia, con respecto a la calidad de limpieza y atención al cliente. Mientras que para el 18% no.

TABLA N° 03

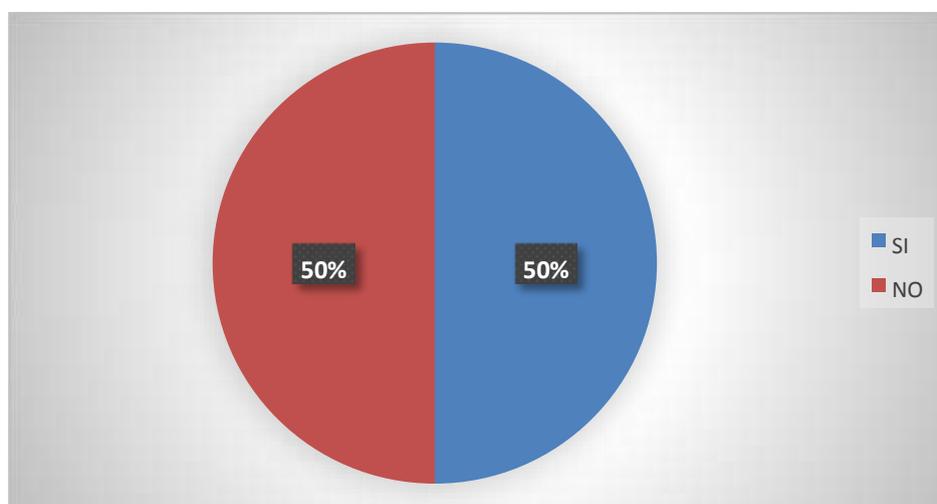
¿Considera que la MYPE utiliza estrategias para permanecer en mercado?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	50%
NO	34	50%
Total	68	100%

Fuente: clientes del sector Hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 03

¿Considera que la MYPE utiliza estrategias para permanecer en mercado?



En la tabla N° 03 y grafico N°03: se observa que el 50% de los clientes encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas usa nuevas estrategias para mantenerse en el mercado, por otro lado el 50% desconoce las

diferentes estrategias que se pueden aplicar para poder mantenerse dentro de un mercado estable.

TABLA N° 04

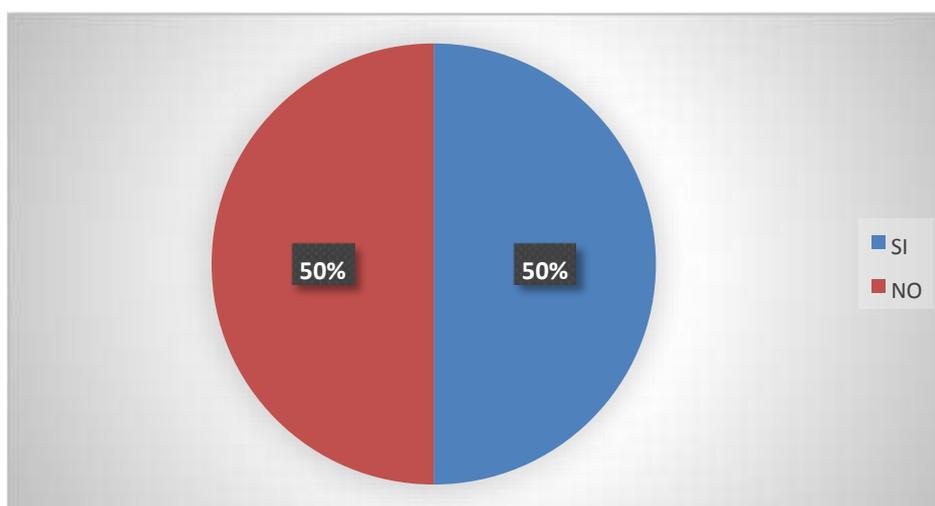
¿Cree que el personal cuenta con la capacidad de trabajar en equipo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	50%
NO	34	50%
Total	68	100%

Fuente: clientes del sector Hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 04

¿Cree que el personal cuenta con la capacidad de trabajar en equipo?



En la tabla N° 04 y gráfico N° 04: se observa que de los clientes encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas. El 50% considera que los trabajadores si poseen la capacidad de trabajar en equipo, mientras que el otro 50% respondió que no cuentan con

la capacidad de trabajar en equipo.

TABLA N° 05

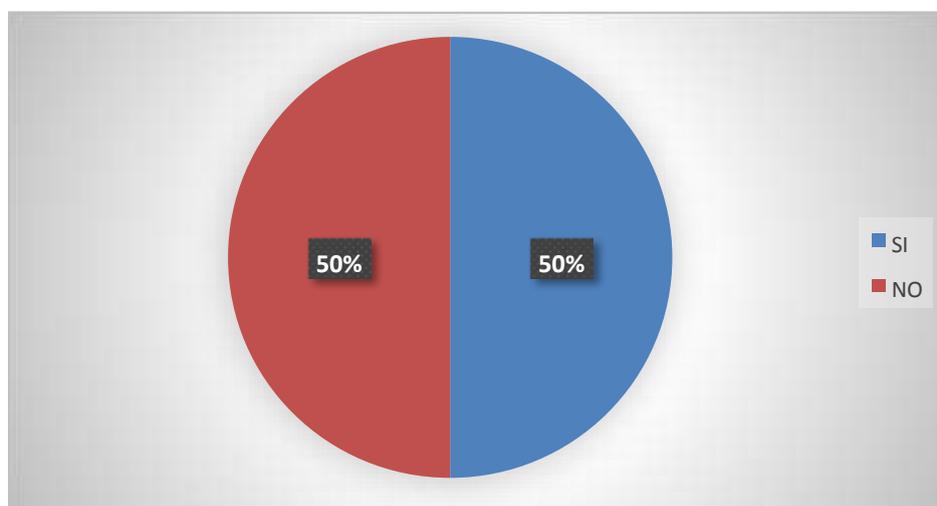
¿Los trabajadores cuentan con cualidades que los diferencian en cuanto a la atención al cliente?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	50%
NO	34	50%
Total	68	100%

Fuente: clientes del sector Hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 05

¿Los trabajadores cuentan con cualidades que los diferencian en cuanto a la atención al cliente?



En la tabla N° 05 y gráfico N° 05: Se observa que de los clientes encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, el 50% del personal si demuestra

sus cualidades como la amabilidad, autocontrol y dinamismo en cuanto a la

atención del cliente y mientras que para el 50% considera que no.

Capacitación

TABLA N° 06

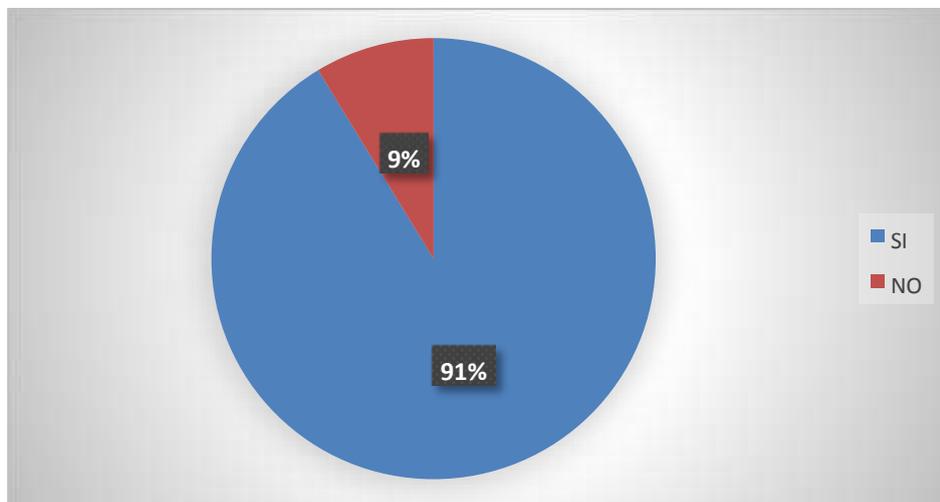
¿Considera usted que la capacitación le permitirá desarrollar sus habilidades?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	91%
NO	4	9%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 06

¿Considera usted que la capacitación le permitirá desarrollar sus habilidades?



En la Tabla N° 06 y grafico N°06: Se observa que el 91% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas si Considera que la capacitación le permite desarrollar sus habilidades ya que en estas se manejan la motivación y desarrollo personal, mientras que el 9% considera que no.

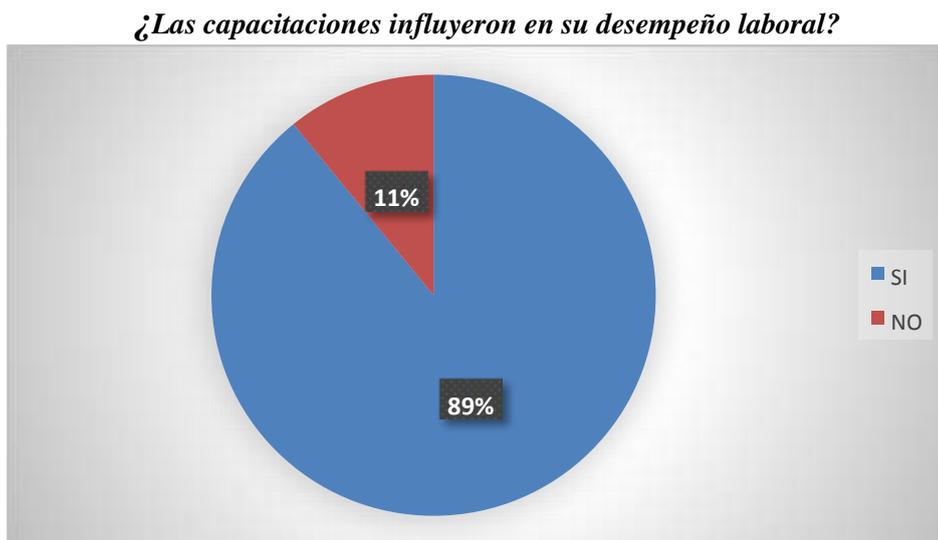
TABLA N° 07

¿Las capacitaciones influyeron en su desempeño laboral?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	41	89%
NO	5	11%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 07



En la tabla N° 07 y grafico N° 07: se observa que el 89% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, *si* considera que la capacitaciones influye en su desempeño laboral ayudando a la empresa a cumplir sus objetivos, en cambio para el 11% considera que las capacitaciones no mejoraron su desempeño.

TABLA N° 08

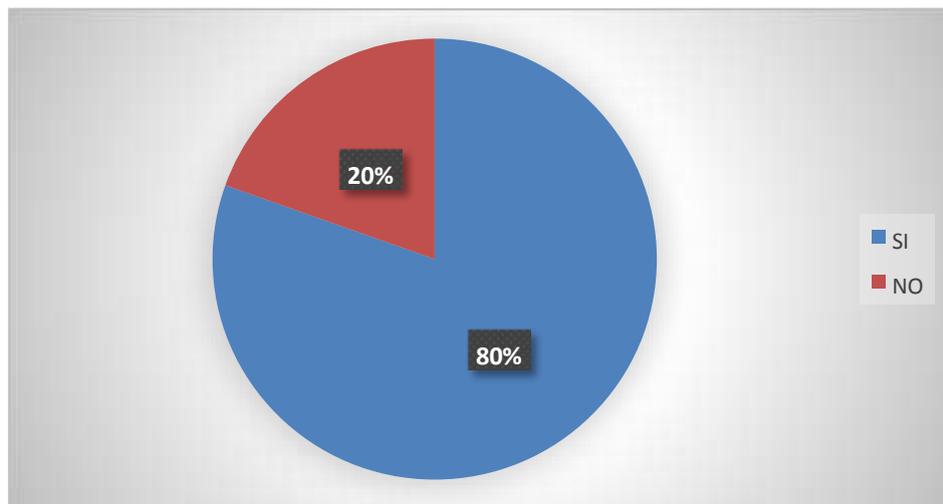
¿La capacitación mejora el conocimiento para alcanzar un mayor puesto de trabajo a nivel jerárquico?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	37	80%
NO	9	20%
<hr/>		
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 08

¿La capacitación mejora el conocimiento para alcanzar un mayor puesto de trabajo a nivel jerárquico?



En la tabla N° 08 y grafico N° 08: Se observa que del 100% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, el 80% si considera que la capacitación mejora el conocimiento del trabajador con oportunidades de obtener un mayor puesto de trabajo, en cambio el 20 % no ofrece a sus trabajadores subir de puesto.

TABLA N° 09

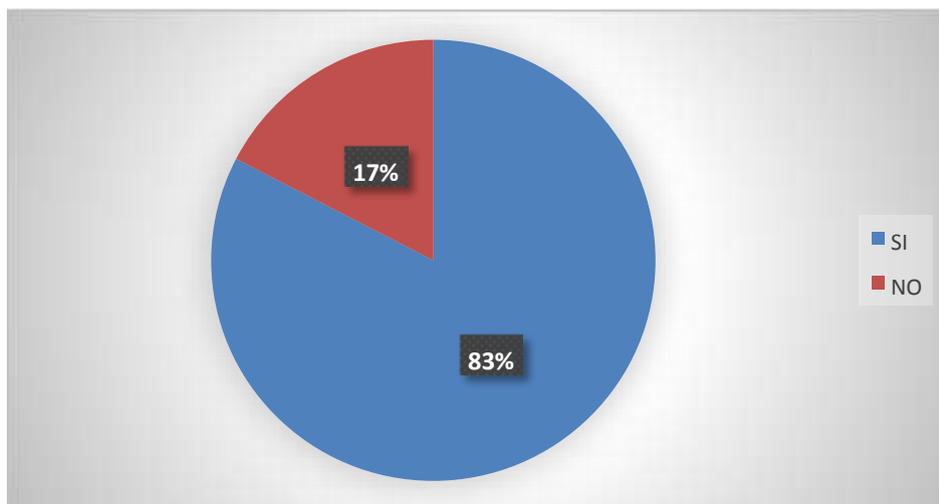
¿Considera usted que la capacitación es una herramienta efectiva para desarrollar sus actividades?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	38	83%
NO	8	17%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 09

¿Considera usted que la capacitación es una herramienta efectiva para desarrollar sus actividades?



En la tabla N° 09 y grafico N° 09: se observa que del 83% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, si consideran como herramienta, como adiestramiento en áreas específicas para mejora de la productividad del trabajador, el 17% no lo considera como una herramienta necesaria.

TABLA N° 10

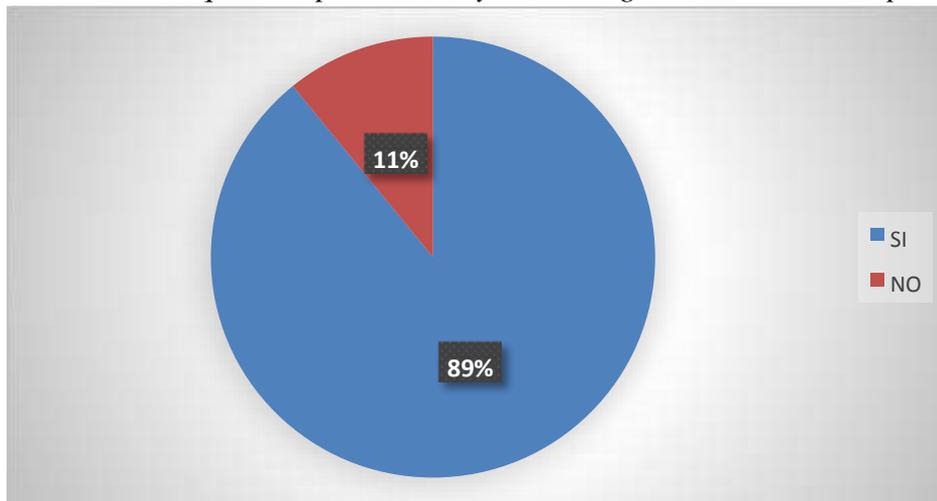
¿Usted considera que la capacitación ayuda a integrar al candidato al puesto?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	41	89%
NO	5	11%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 10

¿Usted considera que la capacitación ayuda a integrar al candidato al puesto?



En la tabla N° 10 y gráfico N° 10: se observa que del 89% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas consideran que la capacitación de inducción da a conocer al trabajador la información general de la empresa permitiéndole orientarse e integrarse al puesto, y para el 11% no.

TABLA N° 11

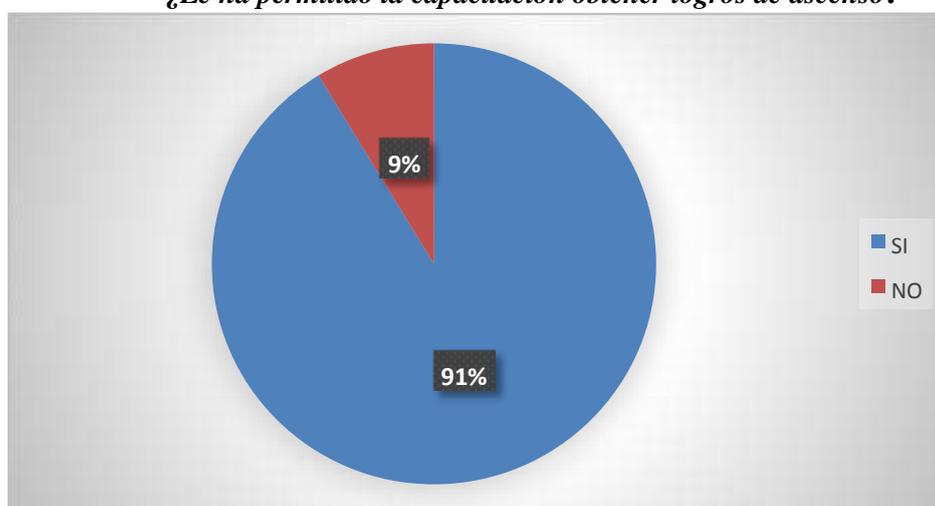
¿Le ha permitido la capacitación obtener logros de ascenso?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	91%
NO	4	9%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 11

¿Le ha permitido la capacitación obtener logros de ascenso?



En la tabla N° 11 y gráfico N° 11: se observa que el 91% de los trabajadores encuestados que laboran en las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, afirman que las capacitaciones brindadas les permitieron lograr un ascenso, en cambio el 9% asegura que si los capacitaron pero no se brindaba oportunidades de ascenso.

TABLA N° 12

¿Recibe capacitación de acuerdo al nivel de obrero calificado?

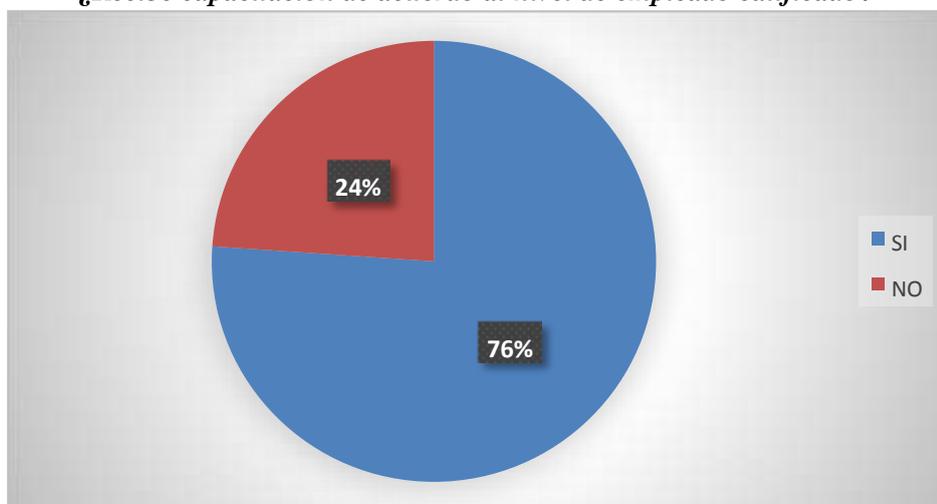
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

SI	35	76%
NO	11	24%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 12

¿Recibe capacitación de acuerdo al nivel de empleado calificado?



En la tabla N° 12 y grafico N° 12: Se observa en los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, el 76% si recibe capacitaciones de acuerdo a su puesto que lo ayuda a mejorar su competitividad en el rubro laboral, en cambio el 24 % recibe capacitaciones generales.

TABLA N° 13

¿La capacitación le ha permitido alcanzar sus metas?

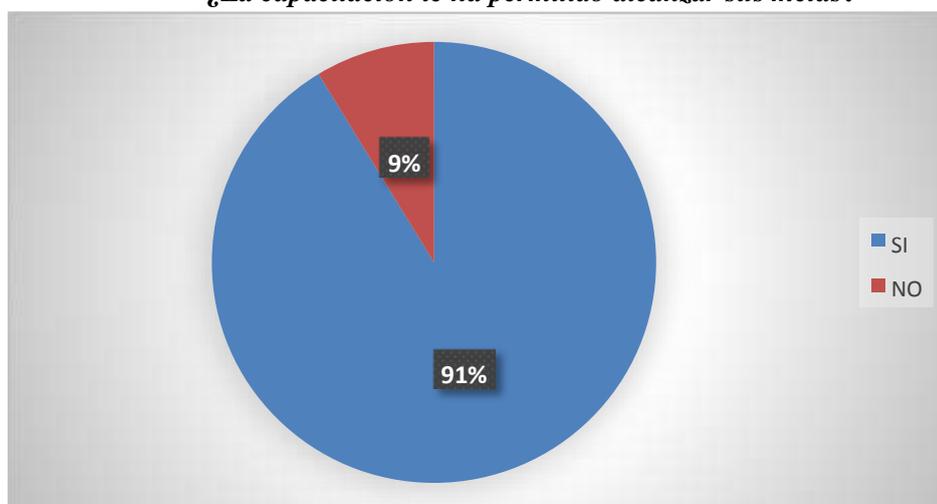
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

SI	42	91%
NO	4	9%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 13

¿La capacitación le ha permitido alcanzar sus metas?



En la tabla N° 13 y grafico N° 13: se observa que los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 91% asegura que la capacitación permanente es de importancia y les ha permitido alcanzar metas trazadas como trabajador dentro de la empresa. Mientras que para el 9% no lo considera.

TABLA N° 14

¿La capacitación mejora sus actitudes para su Formación integral?

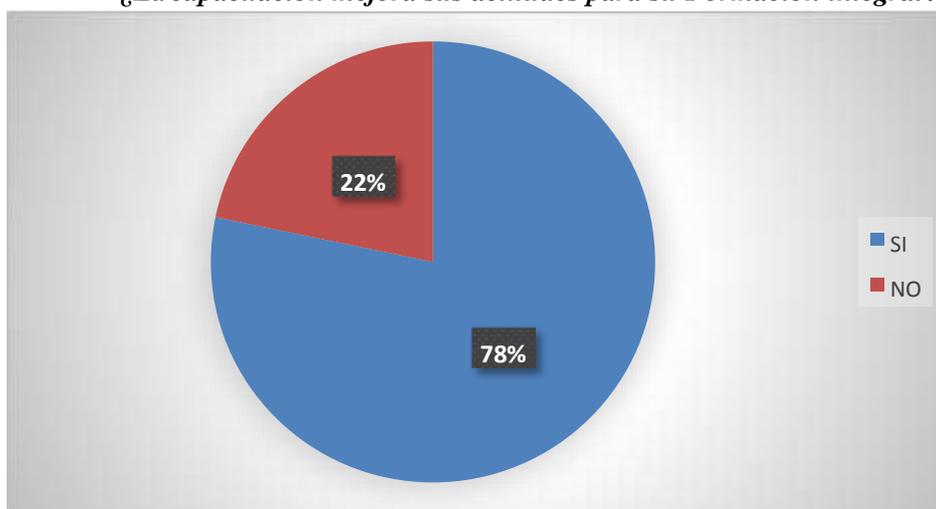
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	36	78%

NO	10	22%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 14

¿La capacitación mejora sus actitudes para su Formación integral?



En la tabla N° 14 y grafico N° 14: se observa que los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 78% considera que respecto a la capacitaciones realizadas les ayudaron a mejorar sus actitudes para desempeñar varias funciones dentro de la empresa y estar más dispuestos a aprender, y para el 22% la capacitación no fue adecuada por lo que no le ayudo a mejorar sus actitudes.

TABLA N° 15

¿Considera importante la información brindada mediante capacitación?

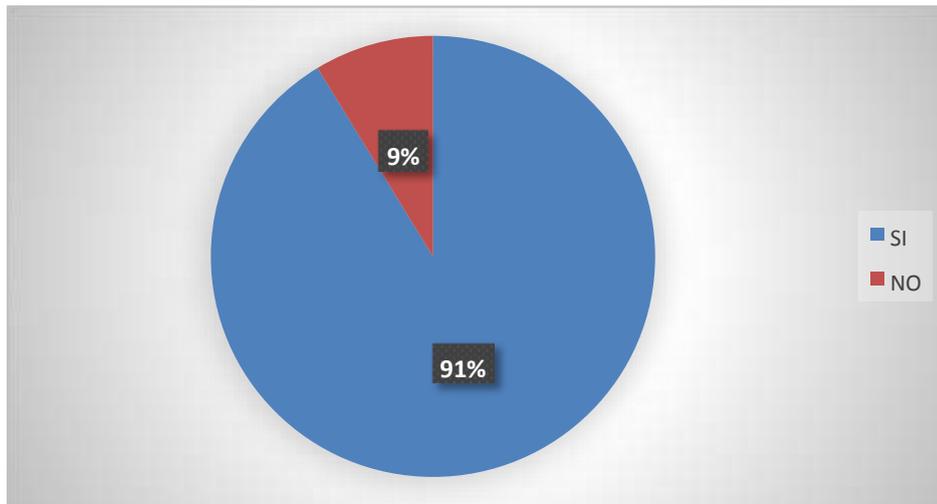
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	91%

NO	4	9%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 15

¿Considera importante la información brindada mediante capacitación?



En la tabla N° 15 y gráfico N° 15: se observa que los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, el 91% asegura que la información brindada durante las capacitaciones le ayudaron a mejorar sus conocimientos, por otro lado el 9 % de los trabajadores encuestados asegura que las capacitaciones no fueron las adecuadas.

TABLA N° 16

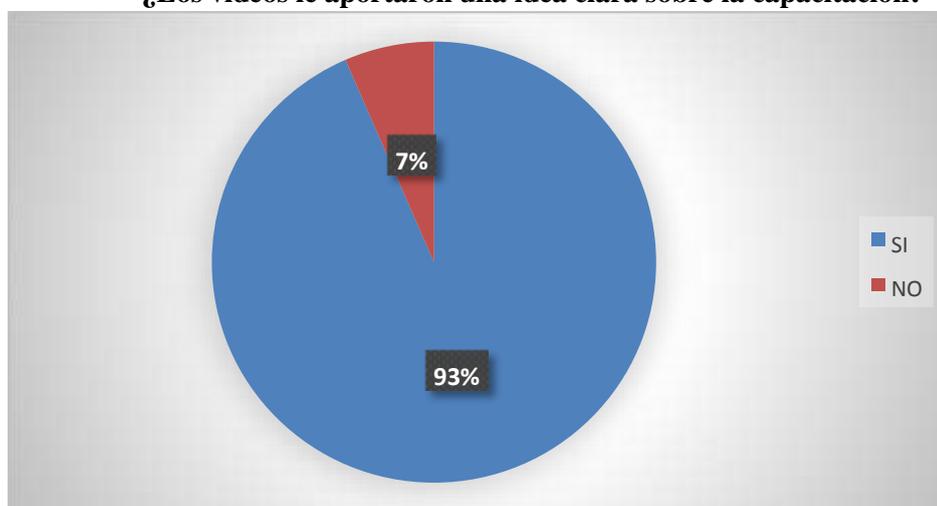
¿Los videos le aportaron una idea clara sobre la capacitación?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	43	93%
NO	3	7%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 16

¿Los videos le aportaron una idea clara sobre la capacitación?



En la tabla N° 16 y grafico N° 16: se observa que los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 93% de los trabajadores que recibieron capacitaciones utilizando medios visuales les permitió entender de manera más clara el tema a tratar. Por otro lado el 7% dice que este medio no fue de gran ayuda.

TABLA N° 17

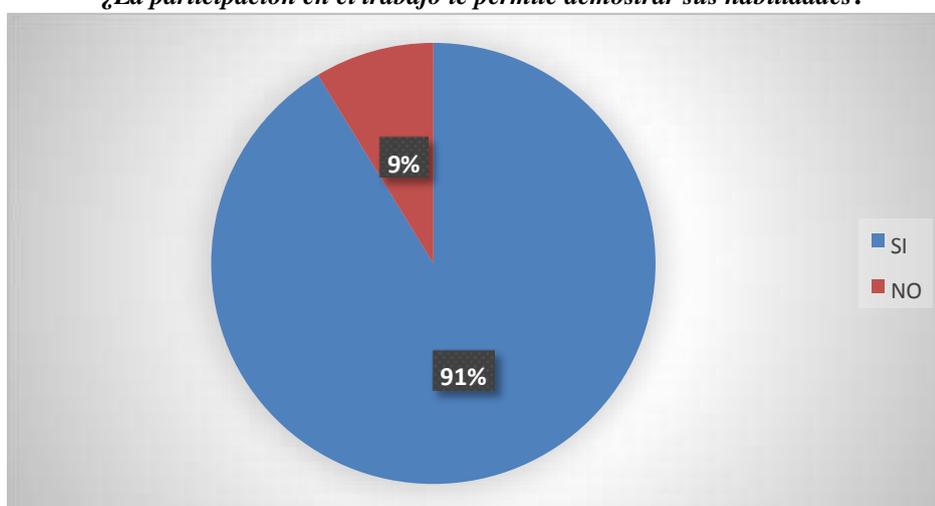
¿La participación en el trabajo le permite demostrar sus habilidades?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	91%
NO	4	9%
Total	46	100%

Fuente: Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 17

¿La participación en el trabajo le permite demostrar sus habilidades?



En la tabla N° 17 y gráfico N° 17: se observa que del 100% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 91% considera que aquellas capacitaciones realizadas y/o actividades que realizadas la entidad permiten que la participación les ayudaron a demostrar y mejorar sus habilidades.

TABLA N° 18

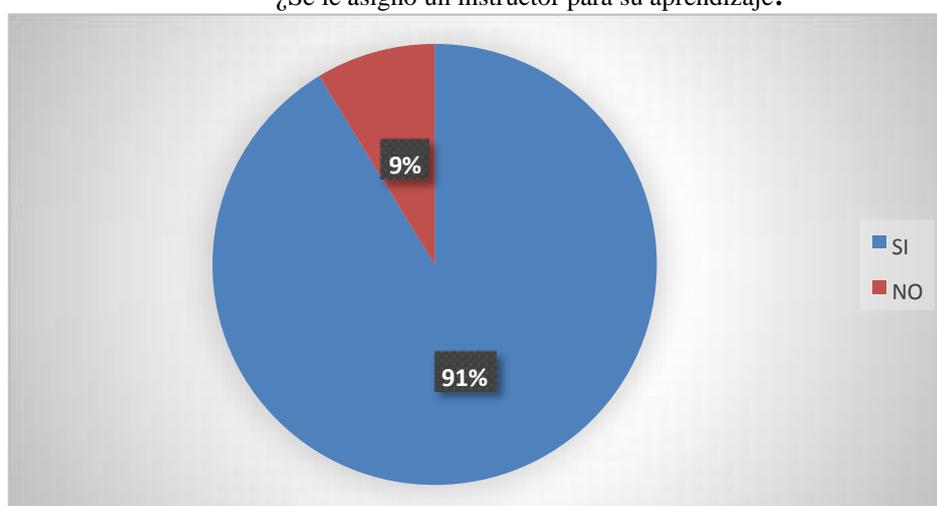
¿Se le asignó un instructor para su aprendizaje?

Fuente:	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
	SI	42	91%	
	NO	4	9%	
				Total
	46	100%		

Trabajadores del sector hotelero. Pariñas-Talara

GRÁFICO N° 18

¿Se le asignó un instructor para su aprendizaje?



En la tabla N° 18 y grafico N° 18: se observa que del 100% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 91% si Se le asignó un instructor para su aprendizaje, y solo para el 9% no.

4.2. Análisis de los resultados

4.2.1. Respecto a competitividad

En la tabla 1. Denominada “precios bajos” se observa que de los clientes encuestados del sector hotelero en el distrito de Pariñas. El 50% Manifestó que si se les ofrecen precios bajos y el otro 50% respondió que no. Ya que según (TORRES, 2016) el servicio se puede ofrecer de manera inferior al de la competencia.

En la tabla 2. Según la tabla denominada “diferenciación” se observa que el 82% de los clientes encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, si ofrecen un servicio diferente al de la competencia, con respecto a la calidad de limpieza y atención al cliente, mientras que el 18% considera que no. Por otro lado RUJEL(2015), comenta que mejorar constantemente su servicio, o diferenciándose con la competencia, hace sentir a los clientes una confianza única.

En la tabla 3. En la tabla “nuevas estrategias” de mercado el 50% de los clientes consideran que si usan nuevas estrategias para mantenerse en el mercado, mientras que el 50% desconoce las diferentes estrategias que se pueden aplicar para poder mantenerse dentro de un mercado estable. PINEIRO (1993) El verdadero nivel de importancia estuvo enmarcado por las condiciones cambiantes del mercado global, las cual demanda a las empresas a aplicar de nuevas estrategias que les permitieran mantener una posición y participación más constante dentro del mercado.

En la tabla 4. En la tabla referente a capacidad de trabajar en equipo los clientes considera que solo 50% de sus trabajadores si poseen la capacidad de trabajar en equipo, mientras que el 50% de la población no trabaja en equipo, Lo cual es preocupante ya que trabajar en equipo es lo fundamental para alcanzar los objetivos que la empresa se traza. Según CARDENAS (2010) Nos dice que la competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes, habilidades, sobre todo de trabajar individualmente y en equipo.

En la tabla 5. Según la tabla cualidades en atención al cliente el 50% de los clientes manifestó que el personal si demuestra sus cualidades al atender a los clientes, y por otro lado el 50% respondió que no. lo cual esta se consideraría como una ventaja competitiva para la empresa. Ya que ROSAS, (2014), dice que este promueve el aprendizaje práctico, dinámico, creativo en la cual la persona desarrolla habilidades, destrezas y competencias laborales; ya que los estos tienen contacto directo con los clientes y se obtendrá un mejor servicio, por lo que es muy necesario invertir e incentivar las capacitaciones en atención al cliente, ya que son una estrategia para la competitividad en el mercado empresarial del rubro hospedaje.

4.2.2. Respecto capacitación

En la tabla 6. En la tabla denominada habilidades el 91% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero si Considera que la capacitación le permite desarrollar sus habilidades ya que en estas

se manejan la motivación y desarrollo personal, mientras que el 9% considera que no. BENITES, (2009) nos comenta la capacitación es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, es el desarrollo de tareas con el fin de mejorar el rendimiento productivo, al elevar la capacidad de los trabajadores mediante la mejora de las habilidades, actitudes y conocimientos.

En la tabla 7. Denominada desempeño laboral, Se observa que el 89% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, *si* considera que las capacitaciones influyen en su desempeño laboral ayudando a la empresa a cumplir sus objetivos, en cambio para el 11% considera que las capacitaciones no mejoraron su desempeño.

La mayoría de los microempresarios requieren capacitación con características de tipo: Capacitación para el desarrollo en el trabajo es decir hacer las cosas bien a la primera; Capacitación de tipo promocional es decir que el trabajador tenga la oportunidad de aprender otras actividades; y Capacitación que contribuya en su autorrealización.

ROSAS, (2014)

En la tablas 8. En las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, el 80% si considera que la capacitación mejora el conocimiento del trabajador con oportunidades de obtener un mayor puesto de trabajo, en cambio el 20 % no ofrece a sus trabajadores subir de puesto. NAVARRO, (2013). Nos dice que La capacitación beneficia a las MYPE

del rubro investigado, dado que ayuda a que cada colaborador se sienta motivado e inspirado en la labor que está realizando, contribuyendo a que estos puedan asumir nuevos cargos, y que permitan un buen liderazgo dentro de las MYPE.

En la tabla 9. Se observa que del 83% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, si consideran como herramienta como adiestramiento en áreas específicas para mejora de la productividad del trabajador, el 17% no lo considera como una herramienta necesaria.

Por otro lado GUGLIELMETTI, (2014), dice que La capacitación es una de las funciones clave de la administración y desarrollo del personal en las organizaciones y, por consiguiente, la administración y el desarrollo del personal debe entenderse como un todo, en que las distintas funciones -incluida la capacitación- interactúan para mejorar el desempeño de las personas y la eficiencia de la organización.

En la tabla 10. Se observa que del 89% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas consideran que la capacitación de inducción da a conocer al trabajador la información general de la empresa permitiéndole orientarse e integrarse al puesto, y para el 11% no. Ya que esta nos sirve en la orientación, ubicación y supervisión que se efectúa a los trabajadores de reciente ingreso en una empresa o área durante el periodo de desempeño inicial.

En la tabla 11. Se observa que el 91% de los trabajadores encuestados que laboran en las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, afirman que las capacitaciones brindadas les permitieron lograr un ascenso, en cambio el 9% asegura que si los capacitaron pero no se brindaba oportunidades de ascenso.

En la tabla 12. Se observa que de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, el 76% si recibe capacitaciones de acuerdo a su puesto que lo ayuda a mejorar su competitividad en el rubro laboral, en cambio el 24 % recibe capacitaciones generales.

En la tabla 13. Se observa que de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 91% asegura que la capacitación permanente es de gran importancia y que les ha permitido alcanzar metas trazadas como trabajador dentro de la empresa.

Mientras que el 9% no alcanzado sus metas. (VELÁSQUEZ, 2017) Nos dice que el el 62% de los trabajadores respondieron que la capacitación les ha permitido el logro y mayores metas, y el 38% respondieron lo contrario

En la tabla 14. Se observa que de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 78% considera que respecto a la capacitaciones realizadas le ayudaron a mejorar sus actitudes para desempeñar varias funciones dentro de la empresa y estar

más dispuestos aprender, y para el 22% la capacitación no fue adecuada por lo que no le ayudo a mejorar sus actitudes.

En la tabla 15. Se observa que en la tabla denominada “mejores actitudes” los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, el 91 % asegura que la información brindada durante las capacitaciones le ayudaron a mejorar sus conocimientos, por otro lado el 9% de los trabajadores encuestados asegura que las capacitaciones no fueron las adecuadas.

Ya que se conoce que es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa. Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo. El desarrollo incluye la capacitación, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona.

En la tabla 16. Se observa que del 100% de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 93% de los trabajadores que recibieron capacitaciones utilizando medios visuales les permitió entender de manera más clara el tema a tratar. Por otro lado el 7% aduce que este medio no los ayudo a entender.

En la tabla 17. Se observa que de los trabajadores de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 91% considera que aquellas

capacitaciones realizadas y/o actividades que realizadas la entidad permiten que la participación les ayudaron a demostrar y mejorar sus habilidades.

En la tabla 18. Se observa que de los trabajadores encuestados de las MYPE del sector hotelero en el Distrito de Pariñas, del 91% considera que si Se les asignó un instructor para su aprendizaje, y solo para el 9% respondió que no.

V. CONCLUSIONES

Las estrategias de competitividad más frecuentes en el sector hotelero son el liderazgo de costos identificándose en: la calidad del servicio, precios bajos, diferenciándose a través de la utilización adecuada al servicio, la seguridad de la infraestructura, contar con personal en el cual desarrolle sus actitudes y habilidades, en la cual apliquen nuevas estrategias para mantenerse en el mercado.

Con respecto a los factores de competitividad del sector hotelero considera que trabajar en equipo crea una ventaja competitiva en el mercado de tal manera que los trabajadores demuestran sus cualidades para la atención al cliente.

Los diferentes tipos de capacitación utilizados por las MYPE del sector hotelero están determinados por la capacitación de pre ingreso, de inducción, promocional, la cual comprende en una serie de acciones encaminadas a tener de conocimiento la información de la empresa y a desarrollar nuestras actitudes en los trabajadores para mejora de la empresa y personalmente.

Los medios de capacitación en las MYPE del sector hotelero se da por medios de conferencia, la cual en su mayoría consideran importante la información que se les brinda, también la información se les facilita mediante imágenes de video para tener una idea más clara y por medio de simuladores la cual se les asigna un instructor para mejorar el aprendizaje.

5.1. PROPUESTA DE MEJORA

Tras un recojo de información hemos podido conocer algunas de las deficiencias que se presentan en las MYPE del sector hotelero las cuales proponemos respecto a:

Con la variable Competitividad se propone a que los colaboradores trabajen de manera colectiva la cual se puede convertir en una herramienta objetiva para la

mejora continua de la calidad de servicio que se ofrece y convertir un mejor clima laboral alcanzando las metas trazadas.

Respecto a la Capacitación se propone a orientar a cada trabajador de acuerdo a cada puesto o nivel en el que se encuentre. De esta manera incrementaría la eficiencia dentro de la empresa.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

(2015). <http://concepto.de/competitividad/#ixzz4LNqjjGez>.

Ángel, R. P. (17 de 03 de 2014). Obtenido de Gestipolis:
<http://www.gestipolis.com/la-importancia-de-la-capacitacion-y-motivaciondentro-de-la-empresa/>

BARDALES, E. I. (2011).

BENITEZ, L. R. (2009). *METODOLOGIA PARA MEDIR EL IMPACTO DE LA CAPACITACION EN DEPENDIENTE DE SERVICIO GASTRONÓMICO*. MATANZAS: e.se-todo.com.

Borrego, M. (2009). *Dossier de metodología de la investigación*. El Cid Editor | apuntes.

CAMACHO, N. D. (2014). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA CAPACITACIÓN EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO DE TEXTILES DE LA CIUDAD DE SULLANA. AÑO 2014*. Sullana:
[file:///C:/Users/nuevo/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/nuevo/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(3).pdf).

Canales, C. (26 de febrero de 2017). Inversiones hoteleras en Perú superarán los US\$ 3,000 millones hasta el 2021. *el diario de la economía y negocios de Perú*, pág. 1.

CARRERA, E. P. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y RENTABILIDAD*. Talara:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1041/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_VARGAS_CARRERA_ERICK_PAUL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

CASTAÑEDA, E. E. (2014).

Chiavenato, I. (OCTUBRE de 2012). *Administración de recursos humanos*. Obtenido de http://www.mep.go.cr/sites/default/files/capacitacion_mep.pdf

clubEnsayos. (26 de junio de 2012). Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Tecnolog%C3%ADa/Competitividad/223901.htm>

- FLORES, R. R. (2014).
- García, I. L. (2013).
- GARCIA, M. J. (2012). QUITO, ECUADOR.
- GONZALES, A. A. (2011).
- Gonzales, L. H. (18 de noviembre de 2016). APEC 2016: Perú propone fomentar participación de mypes en rutas exportadoras. *APEC 2016: Perú propone fomentar participación de mypes en rutas exportadoras*, págs. 4-4.
- guisella. (15 de mayo de 2013). *capacitacion laboral*. Obtenido de blog de wordpress.com: <https://boutiquegisell.wordpress.com/category/sin-categoria/>
- guisella. (15 de mayo de 2013). *capacitacion laboral*. Obtenido de blog de wordpress.com: <https://boutiquegisell.wordpress.com/category/sin-categoria/>
- Hernandes, L. (2012).
- Hernández, B. (2006). *Encuestas transversales*. Mexico: Red Salud Pública de México.
- JOSE, L. G. (2012). QUITO, ECUADOR.
- LEON GARCIA, M. J. (2012). QUITO, ECUADOR.
- LOPEZ, J. G. (2011). El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones". *Contribuciones a la Economía*.
- LUIS, C. O. (2016). *LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO -VENTA DE AGROQUÍMICOS Y FERTILIZANTES DEL JIRON LIMA, DISTRITO DE BARRANCA, 2016*. Lima: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/578>.
- Martínez Mediano, C. (2014). *Técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos*. Madrid: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- MERINO, B. V. (2014).
- Ministerio de trabajo y promoción de empleo. (13 de 10 de 2014). REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA {REMYPE}.
- MIRANDA, Y. L. (2016). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPE TURÍSTICAS-RUBRO HOSPEDAJES, DISTRITO SULLANA, AÑO 2016*. Piura: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1077>.
- Morales & Pech. (JUNIO de 2000). ENFOQUE DE LAS COMPETENCIAS ESCENCIALES Y ENFOQUE BASADO EN LOS RECURSOS. *CONTADURIA Y ADMINISTRATIVA*. Obtenido de <http://www.ejournal.unam.mx/rca/197/RCA19705.pdf>

NAVARRO, E. D. (2013). *LA COMPETITIVIDAD Y CAPACITACIÓN EN LAS MYPES*. piura:
file:///C:/Users/To%C3%B1ito/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(1).pdf.

NEYRA, L. M. (2013). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA CAPACITACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA DE ROPA DEL CENTRO COMERCIAL LOS FERROLES, CHIMBOTE, AÑO 2011*. Chimbote:
file:///C:/Users/nuevo/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(4).pdf.

OVIEDO, L. F. (2014). *CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD EN LAS MYPE DE SECTOR SERVICIO RUBRO FUNERARIAS DE SULLANA, AÑO 2013*. piura: file:///C:/Users/nuevo/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(5).pdf.

PEÑA, M. D. (2013). *CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y CALIDAD*. piura:
file:///C:/Users/nuevo/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(1).pdf.

PERDOMO, S. A. (2014). *Análisis de la competitividad hotelera de Cartagena dentro de los objetivos transversales del Plan Regional de Competitividad 20082032, en los Mipyme del Centro y Bocagrande*. CARTAGENA - COLOMBIA:
<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/3297/1/An%C3%A1lisis%20de%20la%20competitividad%20hotelera%20de%20Cartagena%20dentro%20de%20los%20objetivos%20transversales%20del%20Pla.pdf>.

Perez, M. c. (2015). *Cómo aprovechar el APEC Perú 2008 en la Era de los TLC*. lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

PERFIL DE LA PEA OCUPADA EN LA PEQUEÑA Y MICROEMPRESA. (2000). *PROYECTO OBSERVATORIO SOCIO LABORAL*. Obtenido de http://drtp.e.regionpiura.gob.pe/recursos/documentos/perfil_pea_mype.pdf

POTER, M. (2005).

PPK publica Ley del IGV Justo impulsada por bancada fujimorista, ¿en qué consiste? (13 de diciembre de 2016). *diari gestion*, pág. 1.

RAMIREZ, S. E. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO –RUBRO VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, MERCADO LA PERLA, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2013*. Chimbote:
file:///C:/Users/nuevo/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(6).pdf.

Ramos, E. E. (24 de septiembre de 2016). *MiEmpresaPropia 2016*. Obtenido de mi empresa propia: <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

RENGIFO SILVIA, J. (2011).

Rivera, J. A. (2012). *MYPEs en el Perú*. monografías.com.

Robles, A. G. (18 de noviembre de 2014). *slide share*. Obtenido de LinkedIn Corporation © 2016:
<http://es.slideshare.net/AsuncionGlezRobles/lacompetitividad-es-la-capacidad-que-tiene-una-empresa-o-pas-de-obtenerrentabilidad-en-el-mercado-en-relacion-a-sus-competidores>

Roca, S. (2012). Especialización tecnológica en el comercio exterior del Perú: un análisis comparado con Corea, China, Colombia y México. *Revista de Ciencias Sociales*.

RODRIGUEZ, J. A. (07 de JULIO de 2005). *DE GERENCIA.COM*. Obtenido de http://www.degerencia.com/articulo/por_que_es_importante_la_capacitacion

ROSAS, R. W. (2014). *CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD EN LAS MYPE SEVICIO – RUBRO HOSPEDAJE DE PIURA, AÑO 2013*. piura:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034286>.

Ruiz, L. M. (s.f). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2014/lmr/marco-teorico.htm>

RUJEL, Z. M. (2015). *COMPETITIVIDAD Y MERCADOTECNIA EN LAS MYPE COMERCIALES RUBRO CALZADO DEL MERCADO MODELO LA PARADA*. TALARA.

SOSA, A. F. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y MERCHANDISING DE LAS MYPE RUBRO CARWASH EN LA PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2016*. Talara:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/385>.

Timaná, D. Z. (2016).

VALENTÍN, R. G. (2015).

Vasquez, E. (12 de MAYO de 2017). Mincetur: 75% de las exportaciones peruanas a Costa Rica ingresan sin pagar aranceles. *el Diario de la Economía y Negocios del Peru*, pág. 1.

Vergara, G. (30 de marzo de 2009). Importancia de la Competitividad Empresarial y Profesional para lograr el éxito. *Blog de MejoraTuGestion*.

VÍLCHEZ, M. E. (2016). *FORMALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO ROPA DEL MERCADO CENTRAL DE TALARA (PIURA), AÑO 2016*. Talara:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1019>.

VILLA, M. (25 de octubre de 2012). *TAREAS DE MERCADOTECNIA*. Obtenido de <http://niabus.blogspot.pe/2012/10/posicionamiento-y-ventajacompetitiva.html>

ANEXOS

ANEXO N° 01: PRESUPUESTO

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PARCIAL	TOTAL
1	Remuneraciones					
	• Validador	Unidad	3	30.00	90.00	90.00
	• Asesor		1	16500.00	1500.00	1600.00
	• Encuestador	Unidad	1	100.00	100.00	100.00
	• Estadista	Unidad	1	50.00	50.00	50.00
2	Bienes					
	• Hojas	Unidad	1	30.00	30.00	
	• USB	Ciento	5	20.00	20.00	
	• Bibliografía	Global		200.00	200.00	
	• Materiales de escritorio	Global		50.00	50.00	300.00

3	Servicios						
	• Fotocopiado	Unidad	30	0.05	15.00		
	• Impresión	Unidad	0				
		Global	20	0.30	60.00		
	• Internet	Global	0	90.00	90.00		
	• Transporte	Global		300.0	300.00		
	• Teléfono			50.00	50.00		525.00
• Otros			10.00	10.00			
TOTAL							2665.00



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: “caracterización de la competitividad y capacitación en las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el Distrito de Pariñas, Provincia de Talara, año 2018.” Tesis que servirá Para obtener el título Lic. En Administración. La información que usted proporciona será utilizado solo con fines académicos y de investigación, por lo se les agradece anticipadamente su valiosa información que proporcione.

VARIABLE COMPETITIVIDAD	ALTERNATIVA	
	SI	NO
PREGUNTAS		
¿Se les Ofrece precios bajos?	34	34

¿Cree usted que el servicio que se brindan es diferente a las otras MYPE?	56	12
¿Considera que la MYPE utiliza estrategias para permanecer en mercado?	34	34
¿Cree que el personal cuenta con la capacidad de trabajar en equipo?	34	34
¿Los trabajadores cuentan con cualidades que los diferencian en cuanto a la atención al cliente?	34	34



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: “caracterización de la competitividad y capacitación en las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el Distrito de Pariñas, Provincia de Talara, año 2018.” Tesis que servirá Para obtener el título Lic. En Administración. La información que usted proporciona será utilizada solo con fines académicos y de investigación, lo cual se les agradece anticipadamente su valiosa información que proporcione.

VARIABLE CAPACITACIÓN PREGUNTAS	ALTERNATIVA	
	SI	NO
¿Considera usted que la capacitación le permitirá desarrollar sus habilidades?	42	4
¿Las capacitaciones influyeron en su desempeño laborar?	41	5
¿La capacitación mejora el conocimiento para alcanzar un mayor puesto de trabajo a nivel jerárquico?	37	9
¿Considera usted que la capacitación es una herramienta efectiva para desarrollar sus actividades?	38	8
¿Usted considera que la capacitación ayuda a integrar al candidato al puesto?	41	5

¿Le ha permitido la capacitación obtener logros de ascenso?	42	4
¿Recibe capacitación de acuerdo al nivel de empleado calificado?	35	11
¿La capacitación le ha permitido alcanzar sus metas?	42	4
¿La capacitación mejora sus actitudes para su Formación integral?	36	10
¿Considera importante la información brindada mediante capacitación?	42	4
¿Los videos le aportaron una idea clara sobre la capacitación?	43	3
¿La participación en el trabajo le permite demostrar sus habilidades?	42	4
¿Se le asignó un instructor para su aprendizaje?	42	4



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ÁNGELES DECHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FINANCIERAS, CONTABLES y ADMINISTRATIVAS

1. Número de RUC										2. Razón social	
3. Nombre del Propietario											
4. Dirección De la MYPE											
A. UBICACIÓN GEOGRÁFICA											
1.											
2. Provincia											
3. Distrito											

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado

“Caracterización de la competitividad y la capacitación de las MYPE del sector Hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, Provincia de Talara, año 2018”

La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

I. RESPECTO A COMPETITIVIDAD:

1. ¿Se les Ofrece precios bajos?

a. Si b. No

2. ¿Cree usted que el servicio que se brindan es diferente a las otras MYPE?

a. Si b. No

3. ¿Considera que la MYPE utiliza estrategias para permanecer en mercado?

a. Si b. No

4. ¿Considera que sus trabajadores cuentan con la capacidad de trabajar en equipo?

a. Si b. No

5. ¿Los trabajadores cuentan con cualidades que los diferencian en cuanto a la atención al cliente?

a. Si b. No



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ÁNGELES DECHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS FINANCIERAS, CONTABLES y ADMINISTRATIVAS

1. Número de RUC										2. Razón social	
3. Nombre del Propietario											
4. Dirección De la MYPE											

A. UBICACIÓN GEOGRÁFICA	
1. Departamento	
2. Provincia	
3. Distrito	

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado

“Caracterización de la competitividad y la capacitación de las MYPE del sector Hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, Provincia de Talara, año 2018”

La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

II. RESPECTO A CAPACITACIÓN

1. ¿Considera usted que la capacitación le permitirá desarrollar sus habilidades?

a. Si b. No

2. ¿Las capacitaciones influyeron en su desempeño laboral?

a. Si b. No

3. ¿La capacitación mejora el conocimiento para alcanzar un mayor puesto de trabajo a nivel jerárquico?

a. Si b. No

5. ¿Cree que el personal cuenta con la capacidad de trabajar en equipo?
- a. Si b. No
6. ¿Usted considera que la capacitación ayuda a integrar al candidato al puesto?
- a. Si b. No
6. ¿Le ha permitido la capacitación obtener logros de ascenso?
- a. Si b. No
7. ¿Recibe capacitación de acuerdo al nivel de obrero calificado?
- a. Si b. No
8. ¿La capacitación le ha permitido alcanzar sus metas?
- a. Si b. No
9. ¿La capacitación mejora sus actitudes para su Formación integral?
- a. Si b. No
10. ¿Considera importante la información brindada mediante capacitación?
- a. Si b. No
11. ¿Los videos le aportaron una idea clara sobre la capacitación?
- a. Si b. No
12. ¿La participación en el trabajo le permite demostrar sus habilidades?
- a. Si b. No
13. ¿Se le asignó un instructor para su aprendizaje?
- a. Si b. No

¡Muchas gracias!