

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPES DEL SERVICIO RUBRO HOTELES -
CHULUCANAS AÑO 2018**

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

AUTOR:

JENNY DEL ROSARIO MINGA INGA

ASESOR:

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE
BRICEÑO**

PIURA -PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPES DEL SERVICIO RUBRO HOTELES -
CHULUCANAS AÑO 2018**

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

AUTOR:

JENNY DEL ROSARIO MINGA INGA

ASESOR:

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE
BRICEÑO**

PIURA -PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño

Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes René Palacios de Briceño

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser fortaleza en los momentos de debilidad.

A mis padres por el apoyo incondicional que me brindan para poder salir adelante.

DEDICATORIA

A mis padres y demás familiares en reconocimiento de su apoyo incondicional, confianza y esfuerzo que me brindaron para cumplir mis metas.

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar cómo influye la “capacitación en la competitividad de las MYPE del servicio rubro hoteles de Chulucanas año 2018”, ver la relación que existe entre la capacitación de los empleados para que la empresa sea más competitiva dentro de su rubro. Se empleó la metodología nivel de investigación descriptiva, el tipo de investigación cuantitativa, diseño no experimental, con corte transversal. La población para este estudio en la variable de capacitación está conformada por los trabajadores, para la variable competitividad está conformada por los clientes, la técnica utilizada es la encuesta, el plan de análisis recopilados los datos se tabularon y se graficaron ordenándolos de acuerdo a cada variable.

Se tomó información de 5 MYPE, utilizando las variables de Capacitación y Competitividad. El 45 % de las MYPE no capacitan constantemente a sus trabajadores, estas empresas no tienen clara su idea de negocio, no están bien informadas ni actualizadas y no cuentan con capacitación constante. En cuanto a la competitividad como no tienen una buena capacitación no son competitivas, aún no se adaptan al cambio. En cuanto al sustento teórico de la investigación, esta se realizó basada en las teorías, conceptos, tipos, indicadores, dimensiones y fuentes que pueden tener las MYPE respectivas supeditado especialmente en las variables de Capacitación (independiente) y Competitividad (dependiente).

Palabras clave: Competitividad, MYPE, capacitación, cambio

ABSTRACT

The objective of this research work is to determine how the "training in the competitiveness of the MSPE of the Chulucanas hotels service, year 2018" influences the relationship that exists among employees for the most competitive company within its category. The descriptive level of research methodology was used, the type of quantitative research, non-experimental design, with cross-section. The population for this study in the training variable that is made up of the workers, for the variable of competitiveness is made up of the clients, the technique used is the survey, the analysis plan compiled by the data was tabulated and graphed for make an agreement according to each variable.

Information was collected from 5 MSEs, using the variables of Training and Competitiveness. 45% of the MSEs do not constantly train their workers, these companies are not clear about their business idea, they are not well informed and updated and do not have a constant continuum. In terms of competitiveness, since they do not have good training, they are not competitive, they still do not adapt to change. As for the theoretical sustenance of the research, this is based on the techniques, concepts, types, indicators, dimensions and sources that the respective MSEs can have, especially in the variables of Training (independent) and Competitiveness (dependent).

Key words:

Competitiveness, Mype, training, change.

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR DE TESIS.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
CONTENIDO.....	vi
INDICE DE GRÁFICOS.....	viii
INIDICE DE CUADROS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	11
2.1.- Antecedentes.....	11
2.1.1. Variable Capacitación.....	11
2.1.2 Variable Competitividad.....	14
2.2. Marco teórico.....	20
2.2.1. Teoría de la Capacitación.....	20
2.2.1.2 Tipos de capacitación.....	22
2.2.1.3 Proceso del sistema de capacitación.....	23
2.2.1.4 Características de la capacitación.....	29
2.2.1.5 Como beneficia la capacitación en las organizaciones.....	30
2.2.1.6 Como beneficia la capacitación al personal.....	31
2.2.2 Teoría de competitividad.....	31
2.2.2.1 Factores que influyen en la competitividad.....	33
2.2.2.2 Ventaja de la competitividad.....	35
2.2.2.3 Desventaja de la competitividad... ..	35
2.2.2.4 Tipos de competitividad.....	36
III.- SISTEMA DE HIPOTESIS.....	38
IV.- METODOLOGÍA.....	39
4.1.- Diseño de la investigación.....	39
4.2.- Población Y Muestra.....	40

4.3.- Técnicas e instrumento.....	41
4.4.- Plan de análisis.....	41
4.5.- Matriz de consistencia.....	42
4.6.- Matriz de Operacionalización	44
V.- RESULTADOS	46
5.1. Resultado de capacitación	46
5.2.- Resultado de competitividad	51
5.3.- Discusión de resultado	56
5.3.1.- Resultado Capacitación	56
5.3.2 Resultado Competitividad	62
VI.- CONCLUSIONES.....	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 01: proceso de capacitación.....	16
Grafico 02: Fases de capacitación	21

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Operacionalización de las variables.....	44
--	----

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente Chulucanas se encuentra en pleno crecimiento, existen varias empresas en el sector rubro hotel que están compitiendo entre sí, en el entorno actual la capacitación convierte en una de las variables consideradas clave en la atención al cliente para la competitividad de los hoteles.

Las MYPE, necesitan poner en práctica la capacitación para darle mayor énfasis y combatir la problemática de su personal, que tenga una mejor atención al cliente, dado que los actuales clientes buscan innovación, calidad superior, un servicio que satisfaga las expectativas del cliente, en potencia el precio y calidad, que sea un conjunto de bondades que deslumbren al usuario, atendiendo las exigentes demandas y que esto no sea un obstáculo para las empresas que hoy en día están saliendo; sino todo lo contrario un nuevo reto y aprendizaje para ellos.

Para tener mayor demanda en los servicios que ofrecen hay diferentes puntos de estrategias como primero capacitar a sus empleados para que ellos puedan desenvolverse al momento de atender a un cliente, atraer a esa persona para se sienta más cómoda al momento de la atención y a la calidad del servicio a ofrecer. Gracias a estas estrategias tendremos las ventajas de como competir con las demás MYPE.

Las MYPE son unidades económicas que tienen como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, existen problemas dentro de las empresas porque a veces hay pocos ingresos que resultan insuficiente para los propietarios y trabajadores.

Se puede destacar que los trabajadores de las MYPE son indiferentes ante la llegada de los clientes no le brindan una atención rápida, esmerada y la pequeña empresa no creen en la necesidad de capacitarlo en la cual es muy importante en que

el trabajador y el cliente tenga un mayor acercamiento para tener un mayor ingreso en los servicios que se ofrece y así el cliente se sienta motivado satisfecho en el servicios de las MYPE.

En la actualidad existe el poco interés por parte de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles en la ciudad de Chulucanas, ha dado paso a que no se realicen capacitaciones al personal que presta sus servicios en dichos hoteles, lo que genera una baja preparación en el personal respecto al servicio que brinda en cuanto a la atención al cliente, esto no les permite crecer, diferenciarse de sus competidores y mejorar la calidad de servicio para satisfacer oportuna y eficientemente a los clientes que frecuentan estos establecimientos.

Según INEI (2013) en los últimos años las MYPE se han constituido como un factor importante en la economía del Perú, que representan el 98.3% del total de empresas existentes (94.4% micro y 3.9% pequeña), pero el 74% de ellas opera en la informalidad. Que aun que generan empleo gran parte de estas son de mala calidad (trabajadores familiares en muchos casos no remunerados) con ingresos inferiores a los alcanzados en las empresas formales, además de la mala capacitación en muchos casos, lo que hace que sus empresas no sean competitivas.

El autor Albuja (2010) quien determina que tales cifras reflejan la necesidad de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de las empresas así como permite incrementar su tamaño, para que las micro se conviertan luego en pequeñas y estas a su vez en medianas empresas, sin embargo a pesar de esta necesidad que tienen estas empresas por desarrollarse, en el país no se adoptan las acciones referidas a las estrategias que enrumben el desarrollo y competitividad de la MYPE por lo que

estas acciones se encuentran aún en etapas de implementación. Hasta el momento el gobierno no refleja resultados positivos respecto al desarrollo de la competitividad de la MYPE.

Los actores involucrados para fortalecer desarrollo y competitividad de este sector trabajan de manera aislada, sin concertación ni articulación de las partes, ni asumen la importancia y relevancia que tiene la capacitación para el desarrollo de sus empresas, por tal razón establece que la mayoría de las micro empresas presentan serias limitaciones en su desempeño, como consecuencia de la baja calificación del empresario y de los trabajadores razón por la cual la microempresa suele mostrar baja productividad, productos de baja calidad, desperdicio de recursos, problemas de comercialización, ingresos reducidos, entre otros, lo cual se traduce en altos índices de subempleo, informalidad y baja competitividad.

Tal problemática determina que todas estas dificultades están relacionadas con el hecho de que los que manejan la microempresa deberían adecuarse a los cambios económicos, ya que su falta de manejo en las diferentes áreas de la empresa reflejan fallas en la gestión, por lo cual la capacitación de los empresarios es muy importante, sin dejar de lado a los demás empleados de la empresa.

De acuerdo a la vida actual del mundo empresarial el termino capacitación y sistemas de información están cambiando la forma de trabajo de las MYPE, los sistemas de información ayudan a acelerar procesos, por lo tanto las organizaciones que los implantan logran ventajas competitivas al adaptarlos en sus funciones. La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas dentro de la empresa las habilidades que necesitan para realizar su trabajo, ya sea teórico o a base de prácticas o mejor aún combinando los dos.

La capacitación permite rediseñar nuevas técnicas, y diferenciarnos de la competencia, logrando tener un producto y un servicio de calidad. Las micro y pequeñas empresas deberían capacitar constantemente a su personal para poder ofrecer un mejor servicio de atención al cliente, para que el usuario se sienta a gusto y satisfecho por recibir una buena atención, las empresas grandes solo se preocupan por generar ingresos y dejan a un lado a su personal, ya que eso es una estrategia de mucha importancia y que gracias al personal están generando ingresos y muchas veces estos colaboradores no reciben capacitación alguna.

Por lo tanto los empresarios tienen que seguir el ejemplo de las MYPE bien organizadas, comparándose con ellas, innovando, capacitándose permanentemente, para la obtención de conocimientos actualizados, siendo creativos, trabajando en equipo para que crezcan y se mantengan en una buena posición en el mercado liderando con un nivel alto de competitividad. Es por ello que se deben definir estrategias competitivas, ver las características internas que la empresa tiene que desarrollar para obtener y reforzar una posición superior respecto a las empresas competidoras.

Un aspecto a tener en cuenta en relación a la competitividad de las MYPE también lo constituye la normatividad legal existente, la cual está amparada en la Ley N° 28015 Ley de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (promulgada el 3 de julio del 2003). Señala en el Título II el Marco Institucional de las Políticas de Promoción y Formalización.

Si las MYPE quieren permanecer en este mercado de globalización y de cambios permanentes tienen que saber adaptarse a los cambios constantes, utilizando adecuadamente sus recursos y preparar correctamente a su recurso humano, sabiendo

identificar el ambiente interno y externo de la organización, siendo proactivos y creando nuevas estrategias para enfrentar a la competencia y permanecer en un largo plazo.

Según INEI (2013) dirigió una encuesta de Micro y Pequeña Empresa, aplicó un conjunto de preguntas para conocer la participación de los conductores o responsables de las MYPE en eventos que les permitirían incrementar sus conocimientos de gestión empresarial. Los conocimientos aprendidos en gestión empresarial son aquellos que se emplean en la dirección, organización, planificación y control de las diferentes funciones de una empresa.

Se considera que el desarrollo de una empresa se produce en la medida que los encargados de la gestión empresarial obtengan, renueven o actualicen su manejo de prácticas de gestión y que estas prácticas sean pertinentes para el tamaño de su empresa y el giro de su actividad. La obtención de conocimiento de prácticas de administración moderna se logra mediante la participación del conductor de la empresa en cursos de capacitación presenciales, cursos de capacitación virtuales, pasantías, asesorías o tutorías.

En dicha encuesta se consideran estudios en los siguientes temas: Formalización, compras estatales, instrumentos financieros, exportaciones, calidad, marcas y franquicias, atención al cliente, planes de negocios, marketing, cadena de suministros, gestión financiera, negocios por internet, innovación, gestión de recursos humanos y seguridad laboral.

Datos del INEI (2013) muestra que en el año 2012, el 19,0%, de los conductores de las Micro y Pequeña Empresas declararon que habían participado en

cursos o eventos de capacitación relacionados con la gestión empresarial. La asistencia según ciudades es la siguiente: Ayacucho (50,0%), Huancayo (37,9%), Piura (27,4%), Cusco (26,8%), Trujillo (20,5%), Juliaca (19,4%), Arequipa (19,1%), Lima - Callao (18,4%), Iquitos (16,7%) y Chiclayo (8,2). Las MYPE han adquirido un papel preponderante en la economía peruana ya que aquí encontramos al 98% de las empresas del Perú.

Estas aportan el 42% del PBI y emplean a casi el 80% de la población económicamente activa, es una de las principales fuentes de empleo y permite una inversión inicial pequeña y el acceso a estratos de bajos y medianos recursos, además puede constituirse en apoyo importante para la gran empresa.

Siempre se menciona que en la economía peruana las MYPE son las mayores generadoras de empleo, además de contribuir con un alto porcentaje del PBI. Sin embargo, también es uno de los sectores con menos apoyo concreto y decidido por parte del gobierno.

Prácticamente no existe un sistema nacional de capacitación dirigido a la mejora de la competitividad de la micro y pequeña empresa en el mediano plazo, como sí lo tienen otros países latinoamericanos Chile, Brasil y México, de cuyas experiencias se ha podido identificar que básicamente se debe contar con cuatro subsistemas: regulatorio de representación apoyo y promoción, proveedores, servicios, capacitación o desarrollo empresarial. Con esta pauta a través del análisis legal y funcional de las instituciones relacionadas con la MYPE y entrevistas a expertos de estas instituciones, los autores diagnostican el estado en que se encuentra el aparato institucional y las políticas de promoción y apoyo a la MYPE Peruana.

Para resolver estas limitaciones, proponen un sistema nacional de capacitación mediante un modelo de acciones y estrategias que articule eficientemente a todos los actores involucrados con la MYPE, en el que exista un organismo regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a los demandantes.

Finalmente, la investigación se justifica porque el estudio es importante ya que permitirá conocer a nivel exploratorio y descriptivo la relación de la capacitación en la competitividad de los micros y pequeñas empresas del servicio rubro hotel, nos permitirá conocer las principales características del rubro antes mencionado. Así mismo la investigación también se justifica porque nos permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera la capacitación dentro de la competitividad en el accionar de las micros y pequeñas empresas del sector en estudio.

Con referente al planteamiento del problema en esta tesis se realiza un estudio de mercado para saber y tener en cuenta el tipo de servicio que brinda la competencia, por lo consiguiente trabajar para hacerle frente a ello, en la creación de nuevas estrategias, siendo así las ofertas que incentiven al cliente.

La capacitación permite rediseñar nuevas técnicas y diferenciarnos de la competencia, logrando tener un servicio de calidad. Las micro y pequeñas empresas deberían capacitar a su personal cada 3 meses para poder ofrecer un mejor servicio de atención al cliente, para que ellos se sientan a gusto y satisfecho por recibir una buena atención, las empresas solo se preocupan por generar ingresos y dejan de lado a su personal, ya que eso es una estrategia de mucha importancia ya que gracias a su personal están generando ingresos y que poco de ello no reciben capacitación alguna.

Caracterizando el problemas en las MYPE rubro hoteles se encuentra que el personal no brinda buen trato, ellos no aprecian al cliente si se les pide una habitación se demoran en ofrecerla, no cumple con las tareas encomendadas a su puesto de trabajo, no cuentan con vestimenta que los identifique con la empresa para realizar su trabajo, se encuentran contratados por locación de servicios, encontramos falta de capacitación por parte de la empresa hacia sus trabajadores, ellos no cuentan con un seguro.

Aquí tiene que ver mucho con los incentivos que se hace por parte de la empresa a sus trabajadores para que ellos tengan una mayor motivación en su desenvolvimiento, ellos perciben un salario de S/ 500.00 y no se les reconoce sus horas extras, este es un problema que se encuentra en estas MYPE.

La tecnología es uno de los factores del ambiente interno con la que pueden contar las MYPE, pocas de estas cuentan con instalaciones en cada habitación de cable, teléfonos, señal wifi, aire acondicionado con pos. Pero no cuentan con la tecnología necesaria para poder competir de manera más eficiente.

No cuentan con una base de datos acerca de sus clientes para poder llegar a ellos, es necesario contar con esto para poder electrónicamente comunicarse, mostrarle las ofertas y novedades que cuentan en el servicio que varían semanal o mensual.

En cuanto a su personal debe desempeñarse de manera eficiente en atención al cliente, muchas empresas hoteleras carecen de ello ofreciendo mal servicio, por tanto deben capacitar constantemente para obtener mejores resultados. En su infraestructura deben indicar sus señales de seguridad, ver en qué estado se

encuentran los equipos, mobiliario y darle su adecuado mantenimiento.

De acuerdo a su Ambiente externo debemos tener en cuenta lo siguiente para que la empresa pueda trabajar en regla y evitar así multas o cierre del local perjudicando a la empresa como a sus trabajadores:

- a) **Licencia de funcionamiento:** Es muy importante para que el negocio funcione, porque es una constatación de que cumples con las normas técnicas de salud, de seguridad y de infraestructura.
- b) **Superintendencia Nacional administrativa tributaria (SUNAT):** Permite a las empresas a tener un control para luego poder sustentar la posesión de su mercadería o servicio que ofrece.
- c) **Defensa civil:** conjunto de medidas permanentes destinadas a prevenir, reducir, atender y reparar los daños a personas y bienes, que pudieran causar o causen desastres o calamidades.

Tenemos como variables independiente: Capacitación y Variable dependiente: Competitividad, la delimitación socio-demográfica es la MYPE del servicio rubro hoteles de Chulucanas 2018.

Encontrando el siguiente problema ¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad en la MYPE del servicio rubro hotel en Chulucanas en el año 2018?

El Objetivo General: Identificar las características que tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE del servicio rubro hotel en Chulucanas en el año 2018.

Teniendo como objetivos Específicos: a) Conocer los tipos de capacitación en las MYPE rubro hotel en Chulucanas en el año 2018. b) Identificar los beneficios de la capacitación en las MYPE rubro hoteles en Chulucanas en el año 2018.

c) Conocer los factores de la competitividad de las MYPE del servicio rubro hotel en Chulucanas en el año 2018. d) Identificar los tipos de competitividad de las MYPE del servicio rubro hoteles en Chulucanas en el año 2018.

Esta investigación busca que los beneficiarios sean las MYPE y la sociedad de tal forma que estas tengan un mejor crecimiento económico, mejor servicio al cliente y un producto de calidad, ya que las MYPE realizan actividades de desarrollo de la capacidad humana, proporcionando el 88% de empleo a los grandes sectores de la población para así combatir la pobreza y mejorar la calidad de vida.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1- Antecedentes Capacitación

Herrera (2006) En un estudio se centró en la creación de un programa de capacitación para el hotel boutique “La Quinta Luna” ubicado en la ciudad de Cholula Puebla - México con el fin de conocer la preparación, entrenamiento y adiestramiento de capacitación, tipos de errores en la capacitación, proceso de capacitación, entre otros. Se aplicó una entrevista que consta de diecisiete preguntas a cuatro departamentos del hotel, los cuales fueron: subgerencia, recepción, ama de llaves y anfitriones con el fin de conocer cuál es el nivel de capacitación con el que cuentan dentro de estos departamentos.

El análisis de resultados le permitió al investigador observar cuáles son los puntos de vista de cada uno de los empleados entrevistados, llevando a cabo un análisis de cada una de las entrevistas. Concluyó que es importante que los empleados reciban capacitación en cuanto a idiomas estandarización de sus checklist, la creación de un folleto de ventas, entre otros puntos importantes. Quedando como propuesta de un programa de capacitación para el hotel boutique “La Quinta Luna”, que da pautas para que la empresa implemente y desarrolle dicha propuesta.

Martínez (2005) en su tesis “ Propuesta de un Modelo de Capacitación Basado en Competencias para las PYME del Sector Hotelero de la Cd. de Huajuapán de León, Oaxaca” - México en la Universidad Tecnológica de la MIXTECA, la metodología de investigación fue de tipo descriptiva, correlacional, explicativa, cuantitativa, de campo y transversal, llegándose a las siguientes conclusiones: Permite valoración integral al personal de la empresa ya que no solo toma en cuenta competencias

técnicas, que comúnmente evalúan las empresas, sino también competencias del comportamiento que tienen que ver con motivos, rasgos de personalidad, auto-imagen y rol social; al evaluar ambas competencias se puede tener un perfil completo de la persona que 13 ocupa el puesto.

Como resultado de ello se puede saber si la persona necesita capacitación, si puede promoverse para una planeación de carrera dependiendo de sus competencias desarrolladas o rotarlo para la realización de alguna otra actividad y así tener a la persona adecuada en el puesto adecuado. En la investigación se logró la aplicación del método lo que se obtuvo resultados que permitieron valoración de competencias del comportamiento y su diagnóstico: pues se tuvieron más debilidades (éstas se clasificaron en un rango de débil, muy débil y carentes) que fortalezas de los 60 trabajadores incluyendo al Gerente General, las competencias que se consideraron son las que como mínimo deben tener las personas que se desempeñan en los diversos puestos de una pyme hotelera de Huajuapán de León, aunque la empresa puede agregar otras de acuerdo a su propio criterio y los requerimientos del puesto.

Sánchez (2014) en su tesis sobre “Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el hotel de la ciudad de Trujillo” cuyo objetivo consistió en elaborar un plan de capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado, para lo cual se aplicó una investigación experimental, utilizando un diseño en sucesión o en línea y la muestra estuvo conformada por 18 empleados.

Concluye que hay que retroalimentar al personal para lograr mejores resultados y se desempeñe eficientemente en las funciones asignadas, brindando excelentes servicios cumpliendo con las exigencias de los clientes.

Monasy (2015) en su tesis sobre “La atención al cliente en hospedaje de la provincia de Chíncha, Perú en el año 2011”, cuyo objetivo general consistió en determinar la fidelización y retención del cliente y la satisfacción del mismo de la provincia de Chíncha. El tipo de investigación que se aplicó fue la investigación descriptiva y explicativa y bajo un paradigma cuantitativo ya que se llevó a cabo una encuesta para obtener información acerca de la opinión y características del objeto de investigación, cabe resaltar que la encuesta se aplicó a 18 empleados de diversos hospedajes de Chíncha.

Conclusiones: El cliente por naturaleza es cada vez más exigente, por tal razón, es importante implantar nuevas estrategias que le llamen la atención para satisfacerlos, ya que la capacitación está encaminada hacia el perfeccionamiento técnico del trabajador para que este se desempeñe eficientemente en las últimas funciones que le han sido asignadas, produciendo resultados de calidad, brindando excelentes servicios a sus clientes previniendo y solucionando anticipadamente problemas potenciales dentro de la organización a través de la capacitación se logra que el trabajador se adecue al perfil de conocimiento, habilidades y actitudes requeridos en el puesto de trabajo.

Bautista (2008) elaboró una investigación denominada “propuesta de un sistema de capacitación para las empresas hoteleras en el departamento de Piura”. La que se presentó en la Universidad César Vallejo Piura. En este trabajo la investigadora ha considerado que este rubro es muy importante en la economía en el departamento de Piura, siendo un potencial alternativo de desarrollo social y económico.

El autor concluye la investigación diciendo que es fundamental aplicar un sistema de capacitación para las empresas hoteleras en el departamento de Piura, ya que de esta forma las empresas que apliquen dicho sistema van a lograr promover la eficiencia de sus operaciones y la obtención de información correcta y segura.

2.1.2.- Antecedentes de Competitividad

Lima (2012) realizó un estudio sobre Estrategias de Competitividad para Pymes la que se presentó en la Universidad Nacional Autónoma (México). Las Pymes mexicanas representan, según datos de 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el 95% de las empresas en México. En los últimos años México ha presentado un retroceso en temas de competitividad a nivel mundial. De acuerdo con la información publicada por el Foro Económico Mundial (WEF), en su índice Global de Competitividad 2010-2011, México se encuentra en la posición 66 de 132 después de haberse ubicado en el sitio 52 en la misma publicación para el periodo 2007-2008.

Esta es la problemática planteada, y el objetivo de esta tesis es brindar el apoyo necesario para mejorar la competitividad de las Pymes. La mayoría de los empresarios mexicanos ven a sus empresas como forma de manutención para ellos y sus familias. Esto representa un arraigo cultural que necesita ser modificado en aras del crecimiento de la empresa. El caso de aplicación propuesto es el desarrollo del perfil de puesto que debe tener un empresario PYME, un gerente competitivo que debe tener un conocimiento integral de la empresa ya que en la mayoría de los casos, en cuanto a PYMES se refiere, la responsabilidad recae en una sola persona.

Moran (2013) tesis titulada “Nivel de competitividad de las Mipymes de Bogotá. Análisis por dimensiones estratégicas” Tesis presentada como requisito

parcial para optar al título de Magister en Administración. objetivo final determinar el nivel de competitividad de los sectores servicio y comercio en Bogotá, detalle la metodología de investigación cuantitativa desarrollada en el estudio, tiene como resultado que en los últimos tres años siempre se ha ubicado dentro del 25% de los países con menor nivel de competitividad, y que el comportamiento que ha tenido es un comportamiento negativo, ya que aunque en los años 2010 y 2011 ha tenido un comportamiento mejor que al 2009, 12 en generar la tendencia es a ubicarse cada vez más lejos de los países más competitivos. Se puede observar un comparativo entre los dos indicadores de competitividad en los últimos 5 años, los cuales muestran una tendencia similar excepto en el año 2009, Dando con la conclusión que Los niveles de competitividad global de las Mype de los sectores Comercio y Servicio de Bogotá se encuentran en bien, ya que el sector Servicios tiene un nivel “Muy Alto” de competitividad y el sector Comercio de “Alto” según la clasificación dada por el Mapa de competitividad del BID, además existe un buen desempeño en las 8 dimensiones que componen el instrumento.

Bernuy (2013) en su tesis Caracterización de la competitividad empresarial y rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz 2013, obtuvo como resultado que la mayoría de los encuestados afirmaron la eficiencia es de nivel muy bajo en las empresas hoteleras de la ciudad de Huaraz. Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros encuestados manifiestan que la innovación de los servicios es de nivel bajo estos resultados afirman que los hoteles de Huaraz no están en constate innovación o no son creativos con los servicios que brinda.

Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros afirman que la diferenciación de los servicios prestados es bajo estos resultados nos indican que

existen deficiencias en cuanto a diferenciación. El nivel de competitividad empresarial en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz en el año 2013, es bajo. Cerca de la mitad de los empresarios hoteleros encuestados manifestaron que la rentabilidad económica no ha mejorado en el rendimiento de los activos de la empresas por lo tanto los encuestados calificaron que es de nivel bajo. Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros encuestados dijeron que la rentabilidad financiera tenía muchas deficiencias es por eso que se encontraba en nivel bajo. A partir de las contrataciones se da por concluir de que la competitividad empresarial y rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz es de nivel bajo. La competitividad empresarial y la rentabilidad en las empresas hoteleras en el año 2013 se relacionan significativamente.

Araujo (2017) El presente trabajo de investigación titulado en la Provincia de Leoncio Prado – Huaraz periodo – 2017” Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración El objetivo general es conocer las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector servicio rubro hoteles en la Provincia de Leoncio Prado, La innovación tecnológica permite mejorar los servicios existentes, según los encuestados, el 50% si implementa innovación tecnológica de acuerdo a la exigencia del cliente, El costo de habitación normal por día, de acuerdo a la encuesta realizada el 36% manifiesta que el precio es de S/. 30.00, de igual manera otro 36% ofrece habitaciones de S/. 40.00, un 21% ofrece habitaciones de S/. 50.00 y solamente el 7% brinda habitaciones cuyo costo es de S/. 60.00.

Conclusión que Los documentos de gestión que usan para mejorar la calidad del servicio para tener mayor competitividad, son en su mayoría el plan de trabajo,

también cuentan con plan estratégico, muy pocos cuentan con documentos de estudios de mercados, sabiendo que este último es un proceso sistemático de datos acerca de los clientes y competidores, a partir de ello tomar decisiones acertadas en cuanto a calidad del servicio.

Hernán (2007) en su tesis “la competitividad de la industria del calzado en el Perú y sus proyecciones en el mediano plazo: caso pyme tobbex international y el papel de citeccal” Lima - Perú., concluyo que de acuerdo con los datos de PROMPEX, de la actividad industrial del rubro calzado, sólo un escaso 18% de las organizaciones empresariales se encuentra sujeto al régimen del Registro Único de Contribuyentes (RUC) y por tanto tributando al Estado, mientras que el 72% restante no cuentan con la formalidad necesaria para promover un crecimiento de la actividad productiva, favoreciendo adicionalmente, la evasión tributaria.

Ello indica que las medidas adoptadas hasta ahora no han propiciado una verdadera promoción de esta actividad, favoreciendo la informalidad y la evasión tributaria en un país que requiere elevar las contribuciones fiscales a mejores niveles porcentuales.

Asimismo refiere que el sector cuero y calzado no es competitivo por que no se ha adaptado la tecnología moderna que se utiliza en otros países, expresando que mientras ello se mantenga, la producción nacional no podrá competir con los productos importados. Finalmente, recomienda que se debe mejorar el sistema legal que regula el sector de cuero y calzado, de manera que estos dos subsectores no anden tan desarticulados como lo están ahora, por lo cual enfatiza en que la principal acción del Estado, debe ser la de promotor de la producción y productividad de este importante sector.

RAMOS (2016) en su tesis “Diseño de un plan de servicio para una mejor

gestión competitiva en las empresas hoteleras de la región de tumbes- 2016” explora la identificación de un impacto diferencial, particularmente en cuanto a las posibilidades de lograr mejoras competitivas, en las empresas que emprenden procesos de innovación, combinaban inversiones en maquinarias y equipos con otros esfuerzos endógenos asociados a cambio organizacional, diseño, ingeniería, capacitación y actividades de I+D. Concluye que la competitividad por medio de los recursos internos de la empresa para logra una ventaja competitiva.

En los años recientes, la pequeña y mediana empresa hotelera ha sido un tema importante de atención, lo que ha permitido una mejora de determinados aspectos directamente vinculados con la competitividad de dicho tipo de empresas. Sin embargo, los retos que están afrontando requieren reforzar la sensibilidad hacia las problemáticas de ese grupo, así como intensificar su apoyo.

Flores (2009) Realizó una investigación titulada: Venta de abarrotes por Internet: mejora de la competitividad de los comercios mayoristas, en la Universidad de Piura (Perú). Concluyo que estamos frente a una oportunidad de negocio viable y sugerimos una estrategia para el ingreso exitoso de un comerciante de abarrotes en el comercio electrónico.

Esta innovación permitirá a los comerciantes diferenciarse de los comercios, tradicionales, aumentando su cartera de clientes fidelizando a los nuevos y antiguos clientes, este sistema permite que los clientes puedan realizar sus compras de productos en línea desde cualquier lugar a través de internet, facilitando el pago por su compra mediante una tarjeta de crédito y el comercio reciba el dinero directamente en su cuenta bancaria a través de sistemas de pago electrónico, esto significa poder estar a la altura de la tecnología innovando y actualizando constantemente utilizando

catálogos de productos especificados por sección , agrupando los productos por categorías facilitándole así al cliente que encuentra de una manera más fácil y sencilla los productos que está buscando.

Para demostrar que el uso del comercio electrónico es una oportunidad de negocio para estas empresas, el estudio se basará en la metodología de elaboración de un Plan de Negocios, con la característica de que la idea de negocio propuesta no se evaluará como un emprendimiento dentro de una organización en particular, sino que buscará mostrar las ventajas de la oportunidad para que cualquier mayorista/minorista de abarrotes pueda adoptarla y llevarla a cabo. Al aplicar esta metodología, concluimos que estamos frente a una oportunidad de negocio viable y sugerimos una estrategia para el ingreso exitoso de un comerciante de abarrotes en el comercio electrónico.

Grafico 01 proceso de capacitación



2.2.- Marco teórico

Aquí se presenta las teorías específicas como referencia a las variables de capacitación y competitividad para interpretar el problema identificado: ¿Existe relación entre capacitación y la competitividad de las MYPE del servicio rubro hoteles de Chulucanas, año 2018?, se analizan las variables a estudiar capacitación y competitividad.

2.2.1.- Capacitación

Bailón (2014) La capacitación involucra al trabajador para que desarrolle sus habilidades y conocimientos y que sea capaz de sobrellevar con más afectación la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de diferentes tipos y estos se enfocan a diversas terminaciones individuales y organizacionales.

Toda empresa o negocio deberá capacitar a su personal para lograr un perfeccionamiento, actitudes privadas para el mejor desempeño de sus efectivos y futuros cargos, para poder adaptar a cada colaborador y poder llevar a cabo las exigencias que la empresa requiera en su entorno.

La capacitación cuenta con objetivos muy claros, entre los cuales podemos mencionar:

1. Conducir a la empresa a una mayor rentabilidad
2. Mejorar el conocimiento del puesto a todos los niveles
3. Elevar la moral de la fuerza laboral ayudar al personal a identificarse con los objetivos de la empresa.
4. Obtener una mejor imagen.

5. Fomentar la autenticidad, la apertura y la confianza.
6. Mejorar la relación jefe-subalterno.
7. Preparar guías para el trabajo.
8. Agilizar la toma de decisiones y la solución de problemas.
9. Promover el desarrollo con miras a la promoción.
10. Contribuir a la formación de líderes dirigentes.
11. Incrementar la productividad y calidad del trabajo.
12. Promover la comunicación en toda la organización.
13. Reducir la tensión y permitir el manejo de áreas de conflicto.

Flores (2014) La capacitación es el desarrollo y entrenamiento de las personas para que puedan alinearse a una forma de trabajo de la cual todas las enseñanzas recibidas les abrirán puertas para la superación personal y profesional dentro o fuera de la empresa, de igual manera requiere de un gran compromiso y responsabilidad.

Cuando hablamos de cursos de capacitación y desarrollo de personal nos referimos a un asunto en particular, conocimiento o manejo de un procedimiento, herramienta o equipo de trabajo de la empresa.

La capacitación del personal aunque requiere un gasto económico no se debe ver como tal, sino como una inversión para beneficio de la empresa, cuando los empleados ven que la empresa se ocupa de su crecimiento profesional se siente seguro y dan lo mejor de ellos. Cuando en una empresa existe mucha rotación de personal, altas y bajas una de las razones puede ser la falta de capacitación y la exigencia de los gerentes, jefes o supervisores para con los empleados pero no les facilitan las herramientas necesarias, al no capacitar al personal no se pueden saber cuáles son las necesidades

de la empresa, como había mencionado antes la capacitación debe ser dinámica con ejercicios para saber cuáles son las áreas que se debe trabajar más pero sin hacer menos a las otras áreas o departamentos, puesto q que todos van tomados de las manos para llegar a un resultado que beneficie a la empresa y a los empleados.

2.2.1.2.- Tipos de capacitación

Reynoso (2013) hace referencia de los tipos de capacitación que son muy variados y se clasifican con criterios diversos:

A. Capacitación Inductiva: Es aquella que se orienta a facilitar la integración del nuevo colaborador, en general como a su ambiente de trabajo en particular.

Normalmente se desarrolla como parte del proceso de Selección de Personal, pero puede también realizarse previo a esta. En tal caso, se organizan programas de capacitación para postulantes y se selecciona a los que muestran mejor aprovechamiento y mejores condiciones técnicas y de adaptación.

B. Capacitación Preventiva: Es aquella orientada a prever los cambios que se producen en el personal, toda vez que su desempeño puede variar con los años, sus destrezas pueden deteriorarse y la tecnología hacer obsoletos sus conocimientos.

Esta tiene por objeto la preparación del personal para enfrentar con éxito la adopción de nuevas metodología de trabajo, nueva tecnología o la utilización de nuevos equipos, llevándose a cabo en estrecha relación al proceso de desarrollo empresarial.

C. Capacitación Correctiva: Como su nombre lo indica, está orientada a solucionar “problemas de desempeño”. En tal sentido, su fuente original de información es la Evaluación de Desempeño realizada normal mente en la empresa,

pero también los estudios de diagnóstico de necesidades dirigidos a identificarlos y determinar cuáles son factibles de solución a través de acciones de capacitación.

D. Capacitación para el Desarrollo de Carrera: Estas actividades se asemejan a la capacitación preventiva, con la diferencia de que se orientan a facilitar que los colaboradores puedan ocupar una serie de nuevas o diferentes posiciones en la empresa, que impliquen mayores exigencias y responsabilidades.

Esta capacitación tiene por objeto mantener o elevar la productividad presente de los colaboradores, a la vez que los prepara para un futuro diferente a la situación actual en el que la empresa puede diversificar sus actividades, cambiar el tipo de puestos y con ello la pericia necesaria para desempeñarlos

E. 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.

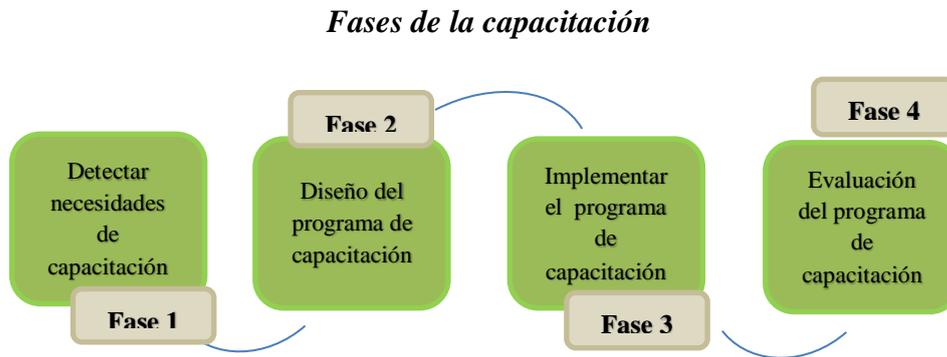
F. Capacitación Formal: Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

G. Por su naturaleza o Capacitación de Orientación: Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo en caso de los colaboradores ingresantes.

2.2.1.3.- El proceso de sistemas de capacitación

Aguilar (2015) muestra el enfoque de capacitación como un proceso administrativo complejo, compuesto de diferentes fases.

Grafico 02:



1. Detectar necesidades de capacitación

La búsqueda de necesidades de capacitación es la clarificación de las demandas educativas de los proyectos prioritarios de una empresa.

Los gerentes y el personal de Recursos Humanos deben permanecer alerta a los tipos de capacitación que se requieren, cuándo se necesitan, quién lo precisa y qué métodos son mejores para dar a los empleados el conocimiento, habilidades y capacidades necesarias. Para asegurar que la capacitación sea oportuna y esté enfocada en los aspectos prioritarios los gerentes deben abordar la evaluación de necesidades en forma sistemática utilizando tres tipos de análisis:

- a. Organizacional, consiste en observar el medio ambiente, las estrategias y los recursos de la organización para definir tareas en las cuales debe enfatizarse la capacitación, permite establecer un diagnóstico de los problemas actuales y de los desafíos ambientales, que es necesario enfrentar.
- b. De tareas, que significa determinar cuál debe ser el contenido del programa de capacitación, es decir identificar los conocimientos, habilidades y capacidades que se requieren, basado en el estudio de las tareas y funciones del puesto. Se

debe hacer hincapié en lo que será necesario en el futuro para que el empleado sea efectivo en su puesto.

- c. De personas, este análisis conlleva a determinar si el desarrollo de las tareas es aceptable y estudiar las características de las personas y grupos que se encontrarán participando de los programas de capacitación.

Una vez realizados todos los análisis, surge un panorama de las necesidades de capacitación que deberían definirse formalmente en términos de objetivos.

La determinación de las necesidades de capacitación es una responsabilidad de línea y una función de staff, corresponde al administrador de línea la responsabilidad por la percepción de los problemas provocados por la carencia de capacitación.

Los principales medios utilizados para la determinación de necesidades de capacitación son: Evaluación de desempeño; Observación; Cuestionarios; Solicitud de supervisores y gerentes; Entrevistas con supervisores y gerentes; Reuniones interdepartamentales; Examen de empleados; Modificación de trabajo; Entrevista de salida; Análisis de cargos.

Además de estos medios, existen algunos indicadores de necesidades de capacitación. Estos indicadores sirven para identificar eventos que provocarán futuras necesidades de capacitación (indicadores a priori) o problemas comunes de necesidades de entrenamiento ya existentes (indicadores a posteriori)

Indicadores a priori son por ejemplo: Modernización de maquinarias y equipos; Producción y comercialización de nuevos productos o servicios; Expansión de la empresa y admisión de nuevos empleados; Reducción del número de empleados.

Indicadores a posteriori son por ejemplo: Calidad inadecuada de la producción; Baja productividad; Relaciones deficientes entre el personal; Número excesivo de quejas.

2. Diseño del programa de capacitación

La determinación de necesidades de capacitación debe suministrar las siguientes informaciones, para que el programa de capacitación pueda diseñarse:

- a) ¿QUÉ debe enseñarse?
- b) ¿QUIÉN debe aprender?
- c) ¿CUÁNDO debe enseñarse?
- d) ¿DÓNDE debe enseñarse?
- e) ¿CÓMO debe enseñarse?
- f) ¿QUIÉN debe enseñar?

Una buena evaluación de las necesidades de capacitación conduce a la determinación de objetivos de capacitación y estos se refieren a los resultados deseados de un programa de entrenamiento. La clara declaración de los objetivos de capacitación constituye una base sólida para seleccionar los métodos y materiales y para elegir los medios para determinar si el programa tendrá éxito.

Existen dos condiciones previas para que el aprendizaje influya en el éxito de las personas que lo recibirán. La buena disposición, que se refiere a los factores de madurez y experiencia que forman parte de sus antecedentes de capacitación. La otra es la motivación, para que se tenga un aprendizaje óptimo los participantes deben reconocer la necesidad del conocimiento o habilidades nuevos, así como conservar el deseo de aprender mientras avanza la capacitación. Las siguientes seis estrategias pueden ser esenciales:

1. Utilizar el refuerzo positivo
2. Eliminar amenazas y castigos
3. Ser flexible
4. Hacer que los participantes establezcan metas personales
5. Diseñar una instrucción interesante
6. Eliminar obstáculos físicos y psicológicos de aprendizaje
7. Principios de aprendizaje

Los principios de aprendizaje constituyen las guías de los procesos por los que las personas aprenden de manera más efectiva. Mientras más utilicen estos principios en el aprendizaje, más probabilidades habrá de que la capacitación resulte efectiva. El éxito o fracaso de un programa de capacitación, suele relacionarse con dichos principios. Algunos de estos principios son: participación, repetición, retroalimentación, etc.

3. Implementar el programa de capacitación

Existe una amplia variedad de métodos para capacitar al personal que ocupa puestos no ejecutivos. Uno de los métodos de uso más generalizado es la capacitación en el puesto de trabajo, porque proporciona la ventaja de la experiencia directa, así como una oportunidad de desarrollar una relación con el superior y el subordinado. Es un método por el cual los trabajadores reciben la capacitación de viva voz de su supervisor o de otro capacitador. En la capacitación de aprendices, las personas que ingresan a la empresa reciben instrucciones y prácticas minuciosas, tanto dentro como fuera del puesto, en los aspectos teórico y prácticos del trabajo.

A continuación se nombrarán algunas de las dimensiones de la capacitación:

La capacitación de inducción, comienza y continúa durante todo el tiempo que un empleado presta sus servicios en una organización. Al participar en un programa formal de inducción, los empleados adquieren conocimientos, habilidades y actitudes que elevan sus probabilidades de éxito en la organización.

La capacitación en habilidades, la capacitación de equipos y la capacitación de diversidad tienen una importancia fundamental en las organizaciones actuales.

La capacitación combinada consiste en programas de entrenamiento que combinan la experiencia práctica del trabajo, con la educación formal en clases.

Los programas de internado revisten especial eficacia porque brindan experiencia en el puesto y fuera de éste.

Otros métodos fuera del trabajo incluyen las conferencias o discusiones, la capacitación en el aula, la instrucción programada, la capacitación por computadora, las simulaciones, los circuitos cerrados de televisión, la capacitación a distancia y los discos interactivos de video, entre otros.

Estos últimos métodos pueden suponer una aportación al esfuerzo de capacitación de un costo relativamente bajo en relación con la cantidad de participantes que es posible alcanzar. Cabe destacar, a su vez, que cada día está adquiriendo mayor importancia el e-learning. El mismo consiste en un nuevo modelo de aprendizaje, progreso y desarrollo profesional, se trata de la capacitación a través de Internet, on-line.

4.- Evaluación del programa de capacitación

La etapa final del proceso de capacitación es la evaluación de los resultados obtenidos, en la cual se intenta responder preguntas tales como: ¿Qué estamos

obteniendo de los programas de capacitación? ¿Estamos usando productivamente nuestro tiempo y nuestro dinero? ¿Hay alguna manera de demostrar que la formación que impartimos es la adecuada?

La capacitación debe evaluarse para determinar su efectividad. La experiencia suele mostrar que la capacitación muchas veces no funciona como esperan quienes creen e invierten en ella. Los costos de la capacitación siempre son altos en términos de costos directos y aún más importantes, de costos de oportunidad. Los resultados, en cambio, suelen ser ambiguos, lentos y en muchos casos, más que dudosos.

La evaluación debe considerar dos aspectos principales:

1. Determinar hasta qué punto el programa de capacitación produjo en realidad las modificaciones deseadas en el comportamiento de los empleados.
2. Demostrar si los resultados de la capacitación presentan relación con la consecución de las metas de la empresa.

En este punto existen diferentes modelos, los cuales ya fueron mencionados anteriormente, para evaluar hasta qué punto los programas de capacitación mejoran el aprendizaje, afectan el comportamiento en el trabajo, e influyen en el desempeño final de una organización. Por desgracia pocas organizaciones evalúan bien sus programas de capacitación.

2.2.1.4.- Características de la capacitación

El autor Chiavenato (1999) considera lo siguiente como características:

- a) Es continua y perenne, abarca toda la existencia del ser humano.
- b) Es dinámica, flexible y diversa, ya que está constantemente en cambio.
- c) Es evolutiva, ya que se desarrolla a la par de la ciencia y la tecnología.

- d) Es el resultado del medio cultural, ya que sufrirá transformaciones producto de la cultura en que se inserta.
- e) Es formal e informal, ya que su influencia en el individuo se debe tanto a programas de educación, capacitación o adiestramiento como el aprendizaje por curiosidad, limitación o necesidad.
- f) Es unificadora, ya que envuelve y unifica las etapas escolares, básicas, medias y superiores y otras a que está sometido el individuo.
- g) Es reflexiva y de amplio espectro, ya que no sólo se preocupa de aspectos técnicos y profesionales del individuo, sino que abarca su circunstancia, su pasado, presente y futuro.
- h) Es universal, auto dirigido, no elitista, ya que es privilegio de todos los seres humanos por lo que constituye la democratización de la educación.

2.2.1.5.- Cómo beneficia la capacitación a las organizaciones

Neyra (2013) menciona lo siguiente:

- a) Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.
- b) Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- c) Crea mejor imagen.
- d) Mejora la relación jefes-subordinados.
- e) Se promueve la comunicación a toda la organización.
- f) Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos.
- g) Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- h) Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
- i) Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.

2.2.1.6.- Cómo beneficia la capacitación al personal

Neyra (2013) menciona que la capacitación en todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Recursos Humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización, es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas de contar con un personal calificado y productivo. Debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional del trabajador:

- a) Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- b) Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- c) Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones. Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- d) Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- e) Permite el logro de metas individuales.
- f) Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.
- g) Elimina los temores a la incompetencia o a la ignorancia individual

2.2.2.- Competitividad

Pelayo (2013) menciona sobre competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

En la actualidad la competitividad de las empresas propiamente dicha, está basada en un gran porcentaje en el desarrollo de nuevas tecnologías, aquellas que

mueven al mundo y que permite aperturar mercado extranjeros en pro de obtener productos que satisfagan las necesidades humanas.

La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos.

Coulter (2013) hace mención que la competitividad es la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, o sea con producción al menor costo posible. La competitividad depende especialmente de la calidad e innovación del producto; del nivel de precios que depende de la productividad y de la inflación diferencial entre países. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la calidad del producto, la cualidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

Sallenave (2014) Define que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa a obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores, depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

Una empresa es competitiva en precios cuando tiene la capacidad de ofrecer sus productos o servicios a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Sin embargo, en ciertos mercados los precios de productos que compiten entre sí puede variar, y una empresa puede tener la capacidad de colocar un producto a un precio mayor que la competencia debido a factores distintos del precio, como la calidad, la imagen, o la logística. En

estos tipos de mercado, si la empresa puede colocar sus productos y obtener una rentabilidad, la empresa es competitiva en otros factores.

La competitividad en precios es importante en mercados de bienes y servicios estandarizados, mientras que la competitividad en otros factores es importante en mercados de bienes y servicios que pueden ser diferenciados por aspectos como la calidad. Las ventajas son los elementos que permiten tener mayor productividad en relación a los competidores. Las ventajas se pueden clasificar en ventajas comparativas y ventajas competitivas. Las ventajas comparativas surgen de la posibilidad de obtener con menores costos ciertos insumos, como recursos naturales, mano de obra o energía.

Las ventajas competitivas se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas. Las ventajas competitivas se crean mediante la inversión en recursos humanos y tecnología, y en la elección de tecnologías, mercados y productos.

2.2.2.1.- Factores que inciden en la competitividad

De La Fuente (2013) toma en cuenta a los siguientes como factores importantes que influyen dentro de la competitividad

A. Calidad del servicio

Calidad del servicio es la capacidad de producir satisfactores (bienes y servicios) que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios, logrando altos grados de satisfacción en sus relaciones con la organización o institución proveedora del servicio.

Por otro lado, también significa realizar correctamente cada paso del proceso de producción para satisfacer a los clientes internos de la organización y evitar

satisfactores defectuosos. Su importancia se basa en que la satisfacción del cliente aumenta su fidelidad al producto (en organizaciones mercantiles).

B. Productividad

La capacidad de producir mayor cantidad de producto de una cierta calidad (sean bienes o servicios) con menos recursos. La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano), así en países industrializados los empleados puede producir en promedio mucha mayor cantidad de bienes gracias a la existencia de maquinaria que mecaniza o automatizan parte de los procesos.

En cuanto a los servicios, especialmente los que requieren atención personal directa, la productividad frecuentemente es mucho más difícil de mejorar mediante capital físico o humano. En cambio, históricamente la producción de bienes manufacturados ha sufrido grandes aumentos de productividad gracias a la introducción de bienes de equipo y nuevas tecnologías.

Una mayor productividad redonda en una mayor capacidad de producción a igualdad de costes, o en un menor coste a igualdad de producto producida. Un coste menor permite precios más bajos (importante para las organizaciones mercantiles) o presupuestos menores (importante para organizaciones de Gobierno o de Servicio Social).

C. Imagen

Es la capacidad de la organización de promover en la mente del usuario creando una mejor alternativa para la obtención de los servicios que dejarán satisfechas sus expectativas. Posicionar la marca en la cabeza y gustos del consumidor.

2.2.2.2.- Ventaja de la competitividad

1. Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos competitivos.
2. Consigue mejoras en un corto plazo y resultados visibles.
3. Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas o sea los productos son de mejor calidad.
4. Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.
5. Permite eliminar procesos repetitivos de poco rendimiento evitando así gastos innecesarios.

2.2.2.3.- Desventaja de la competitividad

1. Hay que hacer inversiones importantes.
2. Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre dos miembros de empresa.
3. Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener los éxitos es necesario la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel.
4. En vista de que los gerentes en la pequeña y mediana empresa son muy conservadores, el mejoramiento continuo se hace un proceso muy largo.

2.2.2.4.- Tipos de Competitividad

Perea (2013) menciona los siguientes tipos de competitividad:

A.- Competitividad nacional

La competitividad nacional incluye a toda una nación, para llevarla a cabo se utiliza el diamante nacional que se subdivide en cuatro elementos los cuales son:

1. La dotación y el uso de factores.
2. La rivalidad y la competencia entre las empresas.
3. La creación de la demanda interna.
4. Los sectores conexos y de apoyo.

B.- Competitividad Sistémica

Se caracteriza por tener un desarrollo industrial de gran éxito que se determina por el impulso de factores a nivel micro y macroeconómico.

También se caracteriza por la presencia de medidas determinadas por el gobierno y por las instituciones no gubernamentales que se enfocan en el fortalecimiento de la competitividad que tienen las empresas a nivel meta y meso La competitividad sistémica se desarrolla en cuatro niveles:

1.- Nivel meta: Los patrones de la organización económica y política se orientan a la competitividad de la economía usando un nivel estructural cuyo objetivo sea contemplar el desarrollo social de los empresarios, la creación de estrategias, fomentar la disposición al aprendizaje y al cambio, conseguir la cohesión social y obtener identidad nacional a través de la memoria colectiva.

2.- Nivel macro: El ambiente legal y político se orienta a conservar la estabilidad usando políticas presupuestarias, cambiarias, fiscales, monetarias, antimonopólicas, de protección al consumidor y de comercio exterior.

3.- Nivel Meso: Se llevan a cabo políticas de manera específica para conseguir ventajas competitivas en el desarrollo regional, en las exportaciones, fomentando la infraestructura estratégica, en la promoción del desarrollo y crecimiento económico que motiva el desarrollo industrial, agropecuario, de servicios privados y públicos y comercial, que aumentan el nivel de educación, incluya el mejoramiento ambiental y sean promotores del desarrollo tecnológico.

4.- Nivel micro: Se realizan de manera permanente actividades en lo interno de las empresas que posibiliten la formación de ventajas competitivas. Se mantienen alianzas de cooperación informal y formal que permitan crear cadenas de valor que tengan la iniciativa de fomentar procesos de aprendizaje que promuevan la detonación y crecimiento del desarrollo regional.

C.- Competitividad Estructural

Este tipo de competitividad se origina como un resultado de las ventajas competitivas nacionales. Se especifica en especializar la innovación tecnológica, la economía, los factores de localización y la calidad de las redes de distribución, todo esto forma parte del estado de suministro de servicios y bienes.

La competitividad suele hacer mejor el desarrollo de las economías y el desarrollo de una región en la que las empresas que forman parte contribuyan al avance regional.

D.- Competitividad Empresarial

Este tipo de competitividad hace referencia a todas las otras mencionadas, pues en las empresas se dan diferentes tipos de competitividad, esto depende del público al que vaya dirigido, igualmente si tienen exportaciones e importaciones.

En las empresas debe existir innovación, tecnología, liderazgo, personal altamente capacitado y creativo, estas cualidades forman parte de la competitividad empresarial.

III.- HIPOTESIS

3.1.- Sistema de hipótesis

Según (Hernández, 2010) la investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar. Por lo tanto no es necesario establecer hipótesis.

El investigador debe definir su análisis y los procesos que involucrará el mismo. Las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

IV.- METODOLOGÍA

4.1.- Diseño de la Investigación

Tipo de la de investigación

Es descriptivo, debido a que solo se limitará a detallar las principales características de las variables en estudio. (Hernández 2010)

Nivel de la investigación: es cuantitativa

Cuantitativa se utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadísticas para establecer con exactitud, patrones de comportamiento en una población. (Hernández 2010)

Diseño de la investigación:

El diseño es una investigación no experimental, porque se observaron los fenómenos tal y como se dieron en el contexto natural. También es de corte transversal porque que se midió la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizara el diseño no experimental descriptivo porque se realizar a través del tiempo y de una manera.

-No experimental, porque se realizara sin manipular deliberadamente las variables y a través del tiempo.

-Descriptivo, porque se detallaran las partes más relevantes de la variable en estudio.

Dónde:

M= Muestra conformada por las MYPE encuestadas

O= Observación de las variables capacitación y competitividad

4.2.- POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Según Mousalli (2015) una población “es el conjunto de todos los elementos que se estudian y acerca de los cuales se intenta sacar conclusiones”. El concepto de población en estadística, se precisa como un conjunto infinito de personas u objetos que presentan características comunes.

Para esta investigación de estudio para la variable capacitación estuvo conformada por los trabajadores de las 5 MYPE del servicio rubro Hoteles del distrito de Chulucanas. Para la variable Competitividad, la población estuvo constituida por los clientes de las MYPE del servicio rubro Hoteles del distrito de Chulucanas.

Muestra:

La muestra es una colección de mediciones seleccionadas de la población de interés. Puede estar conformada por personas; y el interés por la muestra se basa en la posibilidad de describir con ella a la población de la cual fue extraída.

Según el autor Linares (2013) hace referencia que cuando población es menor a 50 la muestra es finita, por lo tanto no se aplica formula ya que $N=n$

Dentro de los criterios de inclusión tenemos: Clientes de ambos sexo, mayores de edad, que utilicen los servicios del hotel del distrito de Chulucanas.

Los criterios de exclusión: Clientes no disponibles.

4.3.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, con la que se buscó recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado y un test de autoevaluación. Estos instrumentos no buscan modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación.

Los datos se obtuvieron a partir de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa. El recojo de la información se realizó aplicando como instrumento al cuestionario, el que consta de 20 preguntas (10 preguntas por cada variable).

Además, la aplicación de los instrumentos antes mencionados fue realizada por la investigadora, quien se preparó especialmente para ello y se eligió un horario que no interfiera con las labores de las MYPE, así el test de autoevaluación de la inteligencia emocional fue resuelto por los trabajadores en un horarios de descanso, para no interrumpir sus labores.

Finalmente se realizó el procedimiento estadístico, con la ayuda de Excel y el SPSS a partir del cual se procedió al análisis cuantitativo de los resultados obtenidos.

4.4.- PLAN DE ANÁLISIS

Una vez recopilados los datos, se tabularon y se graficaron ordenándolos de acuerdo a cada variable. Se empleó la estadística descriptiva, se calcularon las frecuencias y porcentajes, se empleó el programa Excel y el SPSS versión 21.

Luego se realizó el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario) que fue validado con el método juicio del experto

4.5.- Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Técnica	Instrumento
Capacitación y competitividad de las MYPE del servicio rubro hoteles – Chulucanas año 2018.	General: ¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE del servicio rubro hoteles – Chulucanas año 2018?	General: Determinar las características que tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE del servicio rubro hoteles – Chulucanas año 2018	Según Larramendi (2017) la investigación por ser descriptiva no registra hipótesis	Capacitación	Flores (2014) desarrollo y entrenamiento de personas para que puedan alinearse al trabajo de la cual todas las enseñanzas recibidas les abrirán puertas para la superación.				Encuesta	Cuestionario
		a) conocer los tipos de capacitación que utilizan las MYPE servicio rubro hotel – Chulucanas año 2018				Tipos de capacitación	La dimensión tipos de capacitación se medirá con sus indicadores “charlas, talleres, seminario” con la técnica de encuesta.	Charlas talleres seminario		
		b) Identificar los beneficios de la capacitación para las MYPE del servicio rubro hotel – Chulucanas año 2018				Beneficios de capacitación	La dimensión “grado de capacitación” se medirá con sus indicadores “alto rendimiento, mayor producción, conocimientos en el área” con la técnica encuesta	Alto rendimiento, mayor producción, conocimientos en el área.		

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Técnica	Instrumento	
Capacitación y competitividad de las MYPE del servicio rubro hoteles – Chulucanas año 2018.	General: ¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE del servicio rubro hoteles – Chulucanas año 2018?	General: Determinar las características que tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE del servicio rubro hoteles – Chulucanas año 2018	Según Larramendi (2017) la investigación por ser descriptiva no registra hipótesis	Competitividad	Salazar (2014) En el ámbito de la economía, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores.				Encuesta	Cuestionario	
		c) conocer los factores de la competitividad de las MYPE del servicio rubro hotel – Chulucanas año 2018				Factores de la competitividad	La dimensión “elementos clave de competitividad” se medirá con sus indicadores “calidad del servicio” con la técnica de encuesta.	Buena Regular Malo			Encuesta
		d) Identificar los tipos de competitividad de las MYPE del servicio rubro hotel – Chulucanas año 2018				Tipos de competitividad	La dimensión “otros servicios a implementar” se medirá con sus indicadores “movilidad, paquetes turísticos, bar” con la técnica de encuesta	Movilidad Paquetes turísticos bar			

4.6.- Matriz de Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGIA
CAPACITACION	<p>Es una formación continua de enseñanza y aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, permitiéndoles un mejor desempeño en sus labores habituales</p> <p>Velasco (2015)</p>	Tipos de capacitación	<p>Capacidad de un grupo de personas que forman parte de una organización con una misión compartida para adquirir nuevos conocimientos, habilidades y conductas, así como el desarrollo de procesos eficaces de trabajo.</p>	¿Qué tipos de actividades de actualización recibes por parte de la empresa?	Ordinal	<p>Tipo: descriptivo</p> <p>Nivel: cuantitativo</p> <p>Diseño: no experimental</p> <p>Técnica: encuesta</p>
		Beneficios de la capacitación		<p>¿Cómo la enseñanza te permite desarrollar la competencia requerida en el puesto de trabajo?</p> <p>¿La enseñanza recibida permite trabajar en equipo?</p>	<p>Ordinal</p> <p>Nominal</p>	<p>Instrumento: cuestionario</p>

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGIA
COMPETITIVIDAD	<p>Es la capacidad de una organización de mantenerse en sus ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico</p> <p>Reynoso (2013)</p>	Factores de la competitividad	<p>Capacidad de competir contra un rival, mejorando los servicios y obteniendo una mayor ventaja.</p>	<p>¿Cómo consideras a la calidad del servicio ofrecido?</p> <p>¿La calidad del servicio es un factor clave para la competitividad de la MYPE?</p>	<p>Ordinal</p> <p>Nominal</p>	<p>Tipo: Descriptivo</p> <p>Nivel: Cuantitativo</p> <p>Diseño: no experimental</p> <p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>
		Tipos de competitividad		<p>¿Qué otro servicio le gustaría que ofrezca la empresa?</p> <p>¿Considera usted que la empresa le ofrece los servicios adecuados?</p>	<p>Ordinal</p> <p>Nominal</p>	

V.- RESULTADOS

5.1.- Resultados Capacitación

Tabla 01

Programas de capacitación

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- SI	9	45%
b.- NO	11	55%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.
Elaborado por: Investigador

En la tabla 01 Denominada “Programas de actualización”, el 55% de los trabajadores encuestados respondieron que no reciben programas de capacitación por parte de la empresa para mejorar la atención al cliente.

Tabla 02

Tipos de actividades de capacitación

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Charlas	10	50%
b) Talleres	3	15%
c) Seminarios	7	35%
e) Ninguno	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta
Elaborado por : Investigador

En la tabla 02 Denominada “Tipos de actividades de actualización”, el 50% de los encuestados respondieron que la empresa utiliza charlas para poderlos capacitar.

Tabla 03

Como la enseñanza permite desarrollar en el puesto de trabajo

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.-Alto rendimiento	12	60%
b.- Mayor producción	2	10%
c.- Conocimientos en el área	6	30%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

En la tabla 03 Denominada “La enseñanza permite desarrollar en el puesto de trabajo”, el 60% de los encuestados manifestaron que la enseñanza recibida les permite alcanzar un alto rendimiento dentro de su desempeño en sus áreas respectivas

Tabla 04

La enseñanza permite aprender por sí mismo

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- SI	15	75%
b.- NO	5	35%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta

Elaborado por: Investigador

En la tabla 04 Denominada “La enseñanza recibida permite aprender por sí mismo”, el 75% de los encuestados manifestaron que la enseñanza recibida les permite alcanzar un alto rendimiento dentro de su desempeño en sus áreas respectivas.

Tabla 05

La enseñanza brindada permite trabajar en equipo

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- SI	20	100%
b.- NO	0	0
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

En la tabla 05 Denominada “La enseñanza brindada permite trabajar y desempeñarte en equipo”, el 100% de los encuestados respondieron que la enseñanza recibida si les permite trabajar en equipo ya que mediante ello interactúan entre si y les permiten conocerse más.

Tabla 06

Cada que tiempo recibes capacitación

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Al mes	-	-
b) cada tres meses	4	20%
c) Casi nunca	16	80%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Investigador

En la tabla 06 Denominada “Cada que tiempo recibes capacitación”, el 80% de los encuestados respondieron que casi nunca reciben capacitación por parte de la empresa en la que laboran.

Tabla 07

Calificación de la enseñanza brindada

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Buena	5	25%
b) Regular	15	75%
c) Mala	-	-
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.
Elaborado por: Investigador

En la tabla 07 Denominada “Calificación de la enseñanza brindada”, el 75% de los encuestados respondieron que la enseñanza brindada la califican como regular, ya que sus charlas no son motivados y no incentivan a sus colaboradores.

Tabla 08

Consideras que posees las habilidades que el puesto lo exige

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- SI	4	20%
b.- NO	16	80%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta
Elaborado por : Investigador

Tabla 08 Denominada “Consideras que posees las habilidades que el puesto lo requiere”, el 80% respondieron que no se consideran con las habilidades suficientes que exige el puesto de trabajo es por ello que deben capacitarse para demostrarlo.

Tabla 09

Te desempeñas a los requerimientos de los clientes

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- SI	13	65%
b.- NO	7	35%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 09 Denominada “Te desempeñas a los requerimientos de la empresa”, el 65% respondieron que no se consideran con las habilidades suficientes que exige el puesto de trabajo es por ello que deben capacitarse para demostrarlo.

Tabla 10

Días en que el hotel tiene más acogida

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Fin de semana	5	25%
b) Fin de mes	10	50%
c) Otros	5	25%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta

Elaborador por: Encuestador.

En la tabla 10 Denominada “Días en el hotel tiene mayor acogida”, los encuestados respondieron que mayor acogida tiene los fines de mes.

5.2.- Resultados Competitividad

Tabla 01

La empresa mejora siempre sus servicios

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Si	8	40%
b) No	12	60%
TOTAL	40	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborador por: Encuestador

En la tabla 01 Denominada “Las empresas mejoran siempre sus servicios”, el 60% de los clientes respondieron no mejoran los servicios que estas empresas ofrecen y es por eso que ellos que no se vuelven competitivas

Tabla 02

Aspectos que influyen para una mayor competitividad

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Buena infraestructura	3	15%
b) Buena Ubicación	11	55%
c) Buena seguridad	3	15%
d) Otros	3	15%
TOTAL	20	100%

Fuente : resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 02 Denominada “Que aspectos influyen para lograr una mayor competitividad”, el 55% de los clientes respondieron que es la ubicación la que hace que la empresa sea más competitiva, porque la ubicación llama a la clientela.

Tabla 03

Calidad del servicio

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Buena	7	35%
b) Malo	0	0%
c) Regular	13	65%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 03 Denominada, “*Calidad del servicio*” el 65% de los encuestados respondieron que el servicio brindado por parte de empresa es regular.

Tabla 04

Los empleados responden oportunamente las preguntas de los clientes

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- SI	12	60%
b.- NO	8	40%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 04 Denominada “los empleados responden oportunamente las preguntas de los clientes” el 60% de los encuestados respondieron que si responden a las preguntas que se les formulan.

Tabla 05

Que otros servicios le gustaría que la empresa implemente

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Movilidad	5	25%
b) Paquetes turísticos	9	45%
c) Bar	4	20%
d) Otros	2	10%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 05 Denominada “Que otros servicios le gustaría que la empresa les ofrezca” el 45% de los encuestados respondieron que deberían implementar el servicio de paquetes turísticos.

Tabla 06

Considera que la empresa les ofrece los servicios adecuados

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	14	70%
b) NO	6	30%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 06 Denominada “Consideras que la empresa les ofrece los servicios adecuados” el 70% de los encuestados respondieron que la empresa si les brindan buenos servicios.

Tabla 07

El comportamiento de los trabajadores les transmite confianza

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	60%
NO	8	40%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 07 Denominada “Los comportamientos de los trabajadores les transmite confianza”, el 60% respondieron que si les transmite confianza

Tabla 08

Considera que la empresa donde recurre esta en buena ubicación

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	75%
NO	5	25%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 08 Denominada “Considera que la empresa donde recurre esta en buena ubicación”, el 75% respondieron que si esta en buena ubicación.

Tabla 09

La calidad del servicio es un factor clave para competitividad de la empresa

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	80%
NO	4	20%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 09 Denominada “La calidad del servicio es un factor clave para competitividad de la empresa”, el 80% respondieron que si influye bastante para ser competitivas.

Tabla 10

Posición socioeconómica

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)Baja	3	15%
b) Media	10	50%
c) Alta	4	20%
d) Otros	3	15%
TOTAL	20	100%

Fuente : Resultados de encuesta.

Elaborado por: Encuestador

En la tabla 10 Denominada “posición socioeconómica”, el 50% respondieron que el nivel socioeconómico es de un nivel medio.

5.3.- Discusión de Resultados

5.3.1.- Capacitación

En la tabla 01 “Programas de actualización”, para el autor Diaz (2013) menciona que la capacitación es como un entrenamiento ya que ayuda a los empleados a desempeñar su trabajo actual y los beneficios de ésta pueden extenderse a toda su vida laboral o profesional de la persona y pueden ayudar a desarrollar para responsabilidades futuras.

Un programa de capacitación y desarrollo estructurado asegura que los empleados tengan una experiencia consistente y conocimiento de fondo. La consistencia es particularmente relevante para las políticas y los procedimientos básicos de la empresa. Todos los empleados deben ser conscientes de las expectativas y los procedimientos dentro de la empresa. Esto incluye sobre todo los procedimientos y ética administrativa durante la ejecución del deber.

Para el autor Frost (2017) diseñar programas de actualización de capacitación ayuda a transmitir la información relacionada con las diferentes actividades de la empresa, además de que transmite conocimientos, desarrolla habilidades y actitudes del personal para así mejorar su desempeño en la organización.

Gracias a los programas de capacitación del Capital Humano, los colaboradores pueden aprender cosas nuevas y actualizar sus conocimientos mediante técnicas y métodos que los ayuden a incrementar sus capacidades, para así desempeñar con éxito su labor y llevar a la empresa a alcanzar sus metas.

En la tabla 02 “Tipos de actividades de actualización”, según el autor Rojas (2017) dice que a través de las charlas se mide el desarrollo de dichas competencias que depende mucho del tipo de Capacitación. La medición de Capacitación técnica es más simple, puesto que el resultado es tangible: sabes o no sabes. El verdadero reto es medir el impacto de la Capacitación, dado que el avance en esa área no se materializa de forma evidente.

Para el autor Alvarez (2013), hace referencia sobre la importancia y el beneficio de las charlas para los trabajadores en el entorno empresarial, la empresa más saludable será la que innova y se adapta constantemente a las condiciones del mercado, lo que solo se puede lograr al tener el personal con el entrenamiento adecuado y por supuesto una buena comunicación.

Dentro de este enfoque, cada vez son más comunes los talleres que incluyen algún orador extranjero que dicta los temas que se desean reforzar en la empresa, por lo que se deben considerar todos los aspectos necesarios para que los asistentes comprendan a cabalidad los detalles expuestos, lo que incluye la contratación de servicios de interpretación de calidad.

En la tabla 03 “Como la enseñanza permite desarrollar en el puesto de trabajo”, Candelo (2013) menciona que la participación es el principal eje metodológico de la capacitación, permitiendo que la persona tenga un alto rendimiento en su desempeño laboral, persona sólo puede aplicar la participación en su campo de trabajo cuando ella misma la haya vivido como algo positivo y constructivo, y haya logrado con ella buenos resultados para sí misma.

Vecino (2014) hace referencia que los instrumentos miden el mejoramiento del desempeño del personal en el puesto de trabajo y desarrollan modelos que permiten establecer la curva de aprendizaje en cada uno de los participantes, mejorando su rendimiento personal en las actividades designadas. 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. Por lo tanto la capacitación del personal debe ser coherente y en correcto

En la tabla 04 “La enseñanza permite aprender por sí mismo” Para el autor Chiavenato (2006) destaca que la capacitación es un proceso educativo por medio del cual las personas adquieren conocimientos, habilidades y actitudes para el desempeño de sus cargos. Es un proceso educacional porque su fin es la formación y preparación de las personas esta orientación eminentemente hacia el desempeño del cargo ya sea actual o futura en la empresa.

El autor Herrera (2013) menciona que la capacitación permite que el aprendizaje se lleva a cabo dentro del sujeto y se convierte en una adquisición personal que forma parte esencial de su desarrollo, dado que es siempre la persona en su integridad la que aprende. El aprendizaje se lleva a cabo cuando un individuo siente la necesidad de él, realiza el esfuerzo para satisfacer esa necesidad, y experimenta satisfacción al ver los resultados de su esfuerzo.

En la tabla 05 “La enseñanza obtenida permite trabajar en equipo” el autor Candelo (2013), dice que el taller mejora la convivencia dentro de los colaboradores

de la institución ya que el grupo desarrollará su propia dinámica, es decir, ningún grupo funciona exactamente igual que otro. Una persona que asiste a un taller puede inicialmente sentir temor o inseguridad, ya que por un lado, se va a ver confrontada e integrada con otras personas que no conoce, y por otro, va a experimentar un proceso del cual es posible que tenga una idea, pero no sabe si en realidad va a ser así. Este estado de inseguridad puede aumentar por el desafío de cambiar actitudes.

El autor Alvarez (2013) dice la capacitación permite trabajar en conjunto y aprender el manejo adecuado del diálogo y la discusión da la posibilidad de habilitar y desarrollar el pensamiento crítico y creativo que nos permitirá potenciar nuestra capacidad para trabajar y con otros seres humanos. Sin embargo, la mayoría de la gente carece de aptitud para distinguir entre el diálogo y la discusión y moverse entre ambos. Un esfuerzo de concertación para llegar a metas comunes, formas de trabajo y mecanismos para regular el comportamiento. Trabajar en equipo no es estar reunidos en un espacio, en un mismo momento; es compartir ideales, formas de trabajo e intereses, es contar con un propósito común al que cada uno aporta.

En la tabla 06 Denominada “Cada que tiempo recibes capacitación”, para el autor Pelaez (2012) hace referencia que las empresas líderes, la capacitación es una necesidad del negocio. El propósito es orientar los mejores recursos para obtener el mejor producto final o el más alto nivel de servicio efectivamente prestado. Esto significa contar, en la dotación, con empleados formados adecuadamente para responder a las necesidades de la empresa y las demandas del mercado.

En capacitación, como en toda acción que implique inversión, las empresas no deberían dejar casi nada librado al azar. La formación del personal debe proyectarse

según los planes que la compañía tiene para su propio negocio y para sus empleados y las iniciativas personales deben acomodarse a esos intereses y prioridades.

El autor Frias (2015) menciona que en la actualidad cada vez más las empresas invierten una gran cantidad de dinero en programas de capacitación para sus empleados con el objetivo de aumentar la productividad y generar una ventaja competitiva en el mercado.

Una empresa depende de su talento humano, por lo tanto las capacitaciones deben ser permanentes y constantes, mientras más capacitado está su personal mayor será el beneficio y rentabilidad para la empresa.

En la tabla 07 Denominada “Calificación de la enseñanza brindada”, El autor Pedro Guglielmetti (2000) nos habla de los métodos y medios de enseñanza aprendizaje. Existe una gran variedad de métodos y medios didácticos, cada uno de los cuales posee características propias en cuanto a su eficacia, en función de los objetivos del aprendizaje y de sus costos de aplicación.

El autor Paris (2016) menciona que existe en las organizaciones una tendencia a medir el impacto de los procesos clave, de modo que ello permita a la alta dirección saber cómo se están haciendo las cosas y proponer soluciones en caso que algo no marche bien. Justamente, el proceso de capacitación del personal, es el que más debe medirse para saber cuáles fueron los alcances logrados.

La calidad se juega hoy frente a la equidad. Se puede seleccionar, por ejemplo, a los trabajadores de mayor aptitud para el aprendizaje y lograr con ellos excelentes niveles

de calificaciones y mejor rendimiento en su puesto de trabajo.

Tabla 08 Denominada “Consideras que posees las habilidades que el puesto lo requiere”, Cruz (2013) menciona sobre los programas de capacitación que mejoran las habilidades relacionadas con las tareas específicas de los miembros del personal, deben basarse en la competencia. Los empleados han de participar activamente en el proceso de formación.

La clave del éxito para una capacitación basada en la competencia, es la participación activa de los empleados. Para asegurar esto, deben elegirse capacitadores que utilicen la demostración y la práctica en vez de la charla o la conferencia. Estos educadores se basan en las experiencias de trabajo de los empleados y los comprometen activamente en el proceso de instrucción. El papel del capacitador, en este caso, consiste en ayudar a los empleados a dominar habilidades que les permitirán desempeñar sus trabajos de una manera más efectiva.

El autor Giarratana (2013) dice que las razones para brindar capacitación a los empleados son numerosas, ya que gracias a esta se obtienen beneficios, no solo para la organización, sino también para el desarrollo de los individuos y el mejoramiento de las interrelaciones laborales. Ayuda al individuo para la toma y sube el nivel de satisfacción con las exigencias del puesto requeridas, permitiendo el logro de metas individuales, eliminando los temores a la incompetencia o a la ignorancia.

En la tabla 09 Denominada “Te desempeñas a los requerimientos de la empresa”, Giarratana (2013) menciona los beneficios que tiene al capacitar al personal conduce a rentabilidad más alta y actitudes positivas, mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles, eleva la moral de la fuerza de trabajo, ayuda al personal a

identificarse con los clientes, mejorando la atención al público y obtener mejores servicios.

El autor Perez (2016) explica que la capacitación incrementa el rendimiento de los empleados es un factor vital para que la empresa se mantenga competitiva en el mercado. Permite que el colaborador se sienta seguro de sus habilidades y pueda tener mejor desempeño con las exigencias de los clientes. Para guiar a los colaboradores en el desarrollo de las competencias laborales requeridas es importante brindar planes de formación y capacitación acorde a éstas ya que esto trae ventajas importantes para la compañía.

En la tabla 10 Denominada “Días en el hotel tiene mayor acogida” Según Gonzales (2008) Para poder llegar a tener mayor acogida en hospitalidad, depende del buen trato y el servicio que ofrezcan estas, es por ello que deben capacitar constantemente al personal para que el cliente se familiarice y se identifique con la empresa.

5.3.2.-Competitividad

En la tabla 01 Denominada “Las empresas mejoran siempre sus servicios”, el autor Lima (2014) indica que apostar en una sola estrategia no es suficiente para que la empresa mantenga una buena posición en el mercado. Es necesario diversificar las áreas de inversión, Las empresas innovadoras potencializan su competitividad en el mercado. Esto sucede porque son capaces de agregar valor por medio del desarrollo o mejora de servicios o productos, modelos de negocio o procesos organizacionales.

Según Sánchez (2013) dice que para lograr una mayor competitividad, es necesario que la empresa siempre este pendiente de la calidad del servicio que ofrece

y mejorar en los errores que cometen ya que competitividad es considerada como la medida en que una organización es capaz de producir bienes y servicios de calidad, que logren éxito y aceptación en el mercado global.

En la tabla 02 Denominada “Que aspectos influyen para una mayor competitividad”, según Jauregui (2013) la infraestructura y ubicación de la empresa genera ventajas competitivas que deben ser aprovechadas por las diferentes empresas.

En el mundo competitivo de hoy, las empresas deben analizar todas las facetas y las variables a afrontar, en la búsqueda de ventajas competitivas y un criterio importante en la búsqueda de dichas ventajas.

El autor Claver (2015) sugiere que para obtener mayor competitividad en el mercado se tiene que utilizar Estrategia de Mejora. En él se albergan con cargas factoriales muy elevadas las variables grado de implicación con la calidad, estrategia ambiental básica y avanzada, formación a cargo de la empresa e importancia e inversión.

En la tabla 03 Denominada, “Calidad del servicio” Ivancevich (2013) dice que la calidad del servicio está relacionada con la capacidad de satisfacer a los clientes, usuarios o ciudadanos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., logrando altos grados de satisfacción en sus relaciones con la organización o institución proveedora del servicio.

El autor Peschard (2014) expone que la esencia máxima de las organizaciones de servicios es la opinión que de los clientes. Así, resulta obvio que los clientes tendrán una opinión favorable hacia la organización si ésta satisface todas

sus necesidades y expectativas. Esto es lo que se conoce como Calidad en el Servicio.

En la tabla 04 Denominada “los empleados responden oportunamente las preguntas de los clientes” Ivanof (2000) nos hace referencia sobre la forma en que cada miembro de una empresa se comunica e interactúa con cada uno de sus clientes, genera impresiones e impacta de manera positiva o negativa en el proceso de generación de valor de toda la compañía. Por esa razón es importante comprender y tomar conciencia de que siempre es posible mejorar la calidad de atención a los clientes y, a su vez, todos somos responsables de atenderlos bien.

El autor Plankey (2015) hace referencia al grado de satisfacción de los clientes estará determinado por el desempeño del trabajador, es por ello que deben capacitar al personal para así obtener mejores resultados.

En la tabla 05 Denominada “Que otros servicios le gustaría que la empresa les ofrezca” El autor Camilo (2015) sostiene que la competitividad es un factor clave de crecimiento económico de una nación en un entorno mundial cada vez más abierto y dinámico pues una exigencia impuesta por el dinamismo tecnológico y la globalización de la competencia .Hace referencia a la posición competitiva de una empresa en relación con las demás se pone de manifiesto por su capacidad para producir bienes y servicios.

El autor Soto (2014) señala que siempre hay que estar a la expectativas de los clientes, a lo que ellos sugieran para implementación del servicio, tomando en cuenta su opinión, el cliente al llegar a un establecimiento de servicio es porque requiere de uno de ellos, pero sobre todo busca seguridad, confort de habitaciones y áreas del hotel. Cualquier técnica o ciencia aplicada a la dirección hotelera no sería efectiva si no se logra entender por todos los trabajadores la necesidad de lograr el servicio de

excelencia.

Fundamentar la importancia de la calidad de las habitaciones y la necesidad de lograr el servicio de excelencia, es de vital importancia para fidelizar la clientela y lograr clientes satisfechos de verdad.

En la tabla 06 Denominada “Consideras que la empresa les ofrece los servicios adecuados” Berry (2016) Nos menciona sobre la filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios post – venta a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente.

En la tabla 07 Denominada “El comportamientos de los trabajadores les trasmite confianza”, El autor (Gómez 2016) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

El autor Megia (2017), dice que para las grandes marcas, los empresarios y los pequeños emprendedores es muy importante contar con el beneplácito de su audiencia, tener la aprobación de su comunidad y ganar la confianza de sus clientes.

Sin lugar a dudas, aumentar la confianza de tus clientes va a llevar a tu empresa a vender más (y de manera más sencilla) cada uno de los productos y servicios que tienes disponibles. Ello busca que los clientes se sientan seguros a la hora de adquirir un servicio o comprar.

De hecho, la desconfianza de los clientes potenciales es la principal razón por la que fracasan muchos pequeños emprendimientos, sobre todo en el comercio electrónico, donde crear una reputación sólida toma más tiempo.

En la tabla 08 Denominada “Considera que la empresa donde recurre está en buena ubicación”, Según este autor Gallo (2016) La ubicación de un negocio determina en gran medida su clientela, su duración y, en resumen, su éxito: hay que considerar que si bien es cierto que una apropiada localización ayuda a paliar algunas deficiencias administrativas que existan, una ubicación inadecuada afectaría gravemente a la gestión, incluso del comerciante más hábil. Así pues, una de las primeras tareas del emprendedor será conocer cuál será el lugar idóneo para llevar a buen puerto su negocio. Hay que elegir la mejor localización para tu negocio para conseguir los mejores beneficios de la empresa.

En la tabla 09 Denominada “*La calidad del servicio es un factor clave para competitividad de la empresa*”, El citado autor Fuente (2014) sostiene que la competitividad se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los clientes o la capacidad de poder ofrecer un mejor servicio de calidad, es decir, la optimización de la satisfacción o el precio fijados algunos factores.

El citado autor Prieto (2014) dice que “existen muchas fuentes de ventaja competitiva, entre ellos: elaborar un producto o servicio de alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos que los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que genere un mejor rendimiento que las marcas de la competencia, hacer un producto más confiable así como duradero; y proporcionar a los compradores un mayor valor por su dinero”.

En la tabla 10 Denominada “posición socioeconómica”, Según el autor Rodriguez (2015) plantea que los factores socioeconómicos se determinan a través de los niveles sociales y económicos en diferentes dimensiones, tales como infraestructura básica y espacio, infraestructura sanitaria, infraestructura práctica, conectividad y entretenimiento, planeación y futuro y capital humano, que son parte fundamental dentro de una empresa.

VI.- CONCLUSIONES

En relación a los tipos de capacitación, uno de los elementos fundamentales y esenciales para el buen desarrollo del personal de trabajo es brindar las charlas adecuadas y estratégicas, para así lograr un personal eficaz que brinde al cliente confianza y confort dentro del rubro empresarial.

Uno de los beneficios de la capacitación es que genera a su personal un alto rendimiento dentro de sus funciones en el área competente, mejoras las habilidades y actitudes para atender las distintas necesidades que el cliente requiera, proyectando una buena imagen tanto de la empresa como del personal que lo atendió.

Uno de los factores para lograr una buena competitividad dentro del rubro hotelero es la calidad del servicio, si la calidad brindada es competente tendremos una mayor demanda de clientes dentro del mercado ya sea nacional o internacional.

Finalmente los tipos de competitividad en las MYPES hoteleras serían las implementaciones de servicios turísticos, ya que brindado adicionalmente estos servicios estaría siendo reconocida por clientes extranjeros ya que Chulucanas es conocida como la tierra de la cerámica, el mango y el limón, ya que es una ciudad exportadora de estos productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarez, R. (2013). *Importancia y beneficio de los talleres empresariales*. Chile. Obtenido de <http://www.interpreta.cl/interpretacion/la-importancia-y-beneficios-de-los-talleres-empresariales-workshops.html>
- ARAUJO, J. (2017). *Caracterización Gestión de calidad y Competitividad de las MYPES, en el sector servicio rubro hoteles*. HUARAZ. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4514/ATENCION%20AL%20CLIENTE%20_COMPETITIVIDAD_CARRANZA_GARCIA_XIOMARA_STIFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Coulter, M. (2013). *Definiciones de competitividad* . Mexico. Obtenido de <https://www.monografias.com/docs111/competitividad-empresarial/competitividad-empresarial2.shtml>
- Frias, E. (2015). *Capacitacion a los empleados* . Obtenido de <http://www.eljaya.com/opinion/13540-con-que-frecuencia-una-empresa->
- Gabriela, R. M. (2007). *EVALUACION DE IMPACTO EN LA CAPACITACION DE RECURSOS HUMANOS* . MEXICO. Obtenido de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1186_RuttyMG.pdf
- Giarratana, M. (2013). *Como capacitar a su personal*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/como-capacitar-a-su-personal/>
- Gomez, S. (2012). *Metodologia de la investigacion*. Mexico. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Gonzales, B. (2008). *Hospitalidad factor básico en la satisfacción del cliente turístico*.
- Larramendi, I. (2017). *Proyecto de investigacion*. Lima .
- Lima, A. (2014). *Cómo puede ser más competitiva la empresa*.
- LIMA, C. (2012). *ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD PARA LAS MYPES*. MEXICO. Obtenido de <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/jspui/bitstream/132.248.52.100/2171/1/Tesis.pdf>
- MARTINEZ, V. (2005). *Propuesta de un Modelo de Capacitación Basado en Competencias para las PYMES del Sector Hotelero de la Cd. de Huajuapán*

- de León, Oaxaca: Caso de Estudio*". MEXICO. Obtenido de <https://docplayer.es/5822355-Universidad-tecnologica-de-la-mixteca.html>
- Mousalli, G. (2015). *Metodos y Diseño de Investigacion*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_d_e_Investigacion_Cuantitativa
- Pelaez, M. (2012). *Capacitacion y desarrollo de los recursos humanos*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33232000000200015
- Pelayo. (2013). *Definiciones de competitividad* . <https://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>.
- PEÑA, M. (2016). TESIS CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES VEGETARIANOS DEL CENTRO DE PIURA. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PENA_LIZANO_MERCEDES.pdf?sequence=1
- Perea, J. (2013). *Tipos de competitividad para el desarrollo empresarial*. Chicago.
- Perez, O. (2016). *Metodos para desarrollar y fortalecer las competencias laborales de ts empleados*. Obtenido de <http://blog.peoplenext.com.mx/5-metodos-para-desarrollar-y-fortalecer-competencias-laborales-de-tus-empleados>
- Peschard, E. (2014). *Administración de la Calidad en el Servicio como Ventaja Competitiva*. Lima.
- Prieto, A. (2014). *CALIDAD DE SERVICIO COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD*. Venezuela.
- RAMOS, K. (2016). *DISEÑO DE UN PLAN DE SERVICIO PARA UNA MEJOR GESTIÓN COMPETITIVA EN LAS EMPRESAS HOTELERAS*. TUMBES. Obtenido de <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/92/TESIS%20-%20RAMOS%20Y%20ROMERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, S. (2017). *La importancia de la capacitacion y la formacion continua*. Obtenido de <https://www.grupoargos.com.mx/blog/capacitacion-y-formacion-continua/>

ANEXOS

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, Manuel Gerardo Merino Hin,
Identificado con DNI 02659232, MAGISTER EN
CIENCIAS POLÍTICAS:

Por medio de la presente hago constar que se ha revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por

JENNY DEL ROSARIO MINGA INGA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SERVICIO RUBRO HOTELES (CHULUCANAS - PIURA) 2014”**, que se encuentra realizando.

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


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hin
CLAD 05862

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Escala de Medición
CAPACITACION	Es una formación continua de enseñanza y aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, permitiéndoles un mejor desempeño en sus labores habituales. Porter (1991)	Formación	¿Recibe programas de actualización en la empresa?	Trabajador	Ordinal
		Enseñanza	¿Qué tipos de actividades de actualización recibe por parte de la empresa?	Trabajador	Ordinal
			¿La enseñanza recibida le permite desarrollar la competencia requerida en su puesto de trabajo?		
		Habilidades	¿La enseñanza recibida te permite aprender por si mismo?	Trabajador	Nominal
			¿La enseñanza le permite trabajar en equipo?		
Desempeño	¿Posee las habilidades que el puesto exige?	Trabajador	Ordinal		
	¿Te desempeñas apropiadamente a los requerimientos del cliente?				


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
 CLAD 05862

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Escala de Medición
COMPETITIVIDAD	Es la capacidad de una organización de mantenerse en sus ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico Blaque (1999)	Capacidad	¿Considera que el hotel siempre utiliza toda su capacidad instalada? ¿Cuáles son los días en que la capacidad del hotel está full?	Cliente	Ordinal
		Ventaja	¿Qué tipo de ventaja tiene la empresa?	Cliente	Nominal
		Mejora	¿Considera que la empresa debe mejorar siempre sus servicios para lograr una mayor competitividad? ¿Cree que la calidad del servicio es un factor clave para la competitividad de la MYPE?	Cliente	Ordinal
		Posición	¿Qué tipo de posición tiene la empresa dentro del entorno socioeconómico?	Cliente	Nominal


 Mg. Lc. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
 CLAD 05862

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, Fernando Suárez Carrasco

Por medio de la presente hago constar que se ha revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por

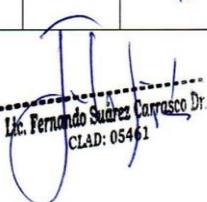
JENNY DEL ROSARIO MINGA INGA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SERVICIO RUBRO HOTELES (CHULUCANAS-PIURA) 2015”**, que se encuentra realizando.

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


M. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD: 05461

VALIDACION

Ítems relacionados con CAPACITACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la relación?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Recibe programa de capacitación por parte de la empresa? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
2. ¿Qué tipos de actividades de capacitación recibes? a) Charlas b) Talleres c) Seminarios d) Otros	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
3. ¿La enseñanza recibida te permite desarrollar la competencia requerida en tu puesto de trabajo? a) Alto rendimiento b) Mayor producción c) Conocimientos en el área	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
4. ¿La enseñanza recibida te permite aprender por sí mismo? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
5. ¿La enseñanza recibida te permite trabajar en equipo? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
6. ¿Cada que tiempo recibes capacitación? a) Al mes b) Cada tres meses c) Casi nada	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
7.- ¿Cómo calificas la enseñanza brindada por la empresa? a) Buena b) Regular c) Mala	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
8.- ¿Consideras que posees las habilidades que el puesto lo exige? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
9.- ¿Te desempeñas apropiadamente a los requerimientos del cliente? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
10.- ¿Cuáles son los días en que el hotel tiene más acogida? a) Fin de semana b) Fin de mes c) Otros	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)


 Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CLAD: 05461

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Escala de Medición
CAPACITACION	Es una formación continua de enseñanza y aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, permitiéndoles un mejor desempeño en sus labores habituales. Porter (1991)	Formación	¿Recibe programas de actualización en la empresa?	Trabajador	Ordinal
		Enseñanza	¿Qué tipos de actividades de actualización recibe por parte de la empresa?	Trabajador	Ordinal
			¿La enseñanza recibida le permite desarrollar la competencia requerida en su puesto de trabajo?		
		Habilidades	¿La enseñanza recibida te permite aprender por si mismo?	Trabajador	Nominal
			¿La enseñanza le permite trabajar en equipo?		
Desempeño	¿Posee las habilidades que el puesto exige?	Trabajador	Ordinal		
	¿Te desempeñas apropiadamente a los requerimientos del cliente?				


 Dr. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CL: 05461

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Escala de Medición
COMPE TITIVIDAD	Es la capacidad de una organización de mantenerse en sus ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico Blaque (1999)	Capacidad	¿Considera que el hotel siempre utiliza toda su capacidad instalada?	Cliente	Ordinal
		Ventaja	¿Cuáles son los días en que la capacidad del hotel está full? ¿Qué tipo de ventaja tiene la empresa?	Cliente	Nominal
		Mejora	¿Considera que la empresa debe mejorar siempre sus servicios para lograr una mayor competitividad?	Cliente	Ordinal
		Posición	¿Cree que la calidad del servicio es un factor clave para la competitividad de la MYPE? ¿Qué tipo de posición tiene la empresa dentro del entorno socioeconómico?	Cliente	Nominal


 M. Fernando Suárez Corrales D.
 CLAD: 05461

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, Luis Fernando Noblecilla García

Por medio de la presente hago constar que se ha revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por

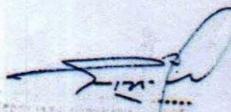
JENNY DEL ROSARIO MINGA INGA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SERVICIO RUBRO HOTELES (CHULUCANAS - PIURA) 2014”**, que se encuentra realizando.

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


LUIS FERNANDO NOBLECILLA GARCÍA
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 10890

VALIDACION

Ítems relacionados con CAPACITACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Recibe programa de capacitación por parte de la empresa? a) Si b) No	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿Qué tipos de actividades de capacitación recibes? a) Charlas b) Talleres c) Seminarios d) Otros	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿La enseñanza recibida te permite desarrollar la competencia requerida en tu puesto de trabajo? a) Alto rendimiento b) Mayor producción c) Conocimientos en el área	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿La enseñanza recibida te permite aprender por sí mismo? a) Si b) No	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿La enseñanza recibida te permite trabajar en equipo? a) Si b) No	X			X		X	Si () No (X)
6) ¿Cada que tiempo recibes capacitación? a) Al mes b) Cada tres meses c) Casi nada	X			X		X	Si () No (X)
7.- ¿Cómo calificas la enseñanza brindada por la empresa? a) Buena b) Regular c) Mala	X			X		X	Si () No (X)
8.- ¿Consideras que posees las habilidades que el puesto lo exige? a) Si b) No	X			X		X	Si () No (X)
9.- ¿Te desempeñas apropiadamente a los requerimientos del cliente? a) Si b) No	X			X		X	Si () No (X)
10.- ¿Cuáles son los días en que el hotel tiene más acogida? a) Fin de semana b) Fin de mes c) Otros	X			X		X	Si () No (X)


 INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES Y ESTADÍSTICAS
 UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN
 CALIFICACIÓN

VALIDACION

Ítems relacionados con COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la relación?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1 ¿Consideras que la empresa mejora sus servicios para lograr una mayor competitividad? b) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
2.- ¿Cuál de estos aspectos consideras que es una ventaja para la empresa? a) Buena infraestructura b) Buena ubicación c) Buena seguridad d) Otros	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
3. ¿Cómo consideras la calidad del servicio? a) Bueno b) Malo c) Regular	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
4. ¿Los empleados tienen conocimiento y responden oportunamente a las preguntas de los clientes? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
5. ¿Qué otros servicios le gustaría que ofrezca la empresa? a) Movilidad b) Paquetes turísticos c) Bar d) otros	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
6) ¿Considera usted que la empresa le ofrece los servicios adecuados? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
7.- ¿El comportamiento de los trabajadores transmite confianza a los clientes? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
8.- ¿Considera que la empresa donde recurre se encuentra en buena ubicación? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
9.- ¿La calidad del servicio es un factor clave para la competitividad? a) Si b) No	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
10.- ¿Cómo califica a la posición que tiene la empresa dentro del entorno socioeconómico? a) Baja b) Media c) Alta	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Escala de Medición
CAPACITACION	<p>Es una formación continua de enseñanza y aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, permitiéndoles un mejor desempeño en sus labores habituales.</p> <p>Porter (1991)</p>	Fomación	¿Recibe programas de actualización en la empresa?	Trabajador	Ordinal
		Enseñanza	¿Qué tipos de actividades de actualización recibe por parte de la empresa?	Trabajador	Ordinal
			¿La enseñanza recibida le permite desarrollar la competencia requerida en su puesto de trabajo?		
		Habilidades	¿La enseñanza recibida te permite aprender por si mismo?	Trabajador	Nominal
			¿La enseñanza le permite trabajar en equipo?		
Desempeño	¿Posee las habilidades que el puesto exige?	Trabajador	Ordinal		
	¿Te desempeñas apropiadamente a los requerimientos del cliente?	Trabajador	Ordinal		

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Escala de Medición
COMPE TITIVIDAD	Es la capacidad de una organización de mantenerse en sus ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico Blaque (1999)	Capacidad	¿Considera que el hotel siempre utiliza toda su capacidad instalada?	Cliente	Ordinal
		Ventaja	¿Cuáles son los días en que la capacidad del hotel está full? ¿Qué tipo de ventaja tiene la empresa?	Cliente	Nominal
		Mejora	¿Considera que la empresa debe mejorar siempre sus servicios para lograr una mayor competitividad? ¿Cree que la calidad del servicio es un factor clave para la competitividad de la MYPE?	Cliente	Ordinal
		Posición	¿Qué tipo de posición tiene la empresa dentro del entorno socioeconómico?	Cliente	Nominal


 M. PÉREZ GARCÍA
 EXPEDIENTE DE ADMINISTRACIÓN
 CLAS. 7 10884

6.- ¿Cada que tiempo recibes capacitación por parte de la empresa?

- a) Al mes ()
- b) Cada tres mes ()
- c) Casi nunca ()

7.- ¿Cómo calificas la enseñanza brindada por la empresa?

- d) Buena ()
- e) Regular ()
- f) Mala ()

8.- ¿Consideras que tienes las habilidades que el puesto exige?

Si () No ()

9.- ¿consideras que te desempeñas apropiadamente a los requerimientos del cliente?

Si () No ()

10.- ¿Cuáles son los días en que el hotel tiene más acogida?

- a) Fin de semana ()
- b) Fin de mes ()
- c) Otros ()

GRACIAS POR SU TIEMPO

CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS, CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SERVICIO
RUBRO HOTELES - CHULUCANAS AÑO 2018**

INSTRUCCIONES: Con una (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

1.- ¿Consideras que la empresa mejora siempre sus servicios para lograr una mayor competitividad?

Si ()

No ()

2.- ¿Cuáles de estos aspectos consideras que influye para lograr una mayor competitividad?

- a) Buena infraestructura ()
- b) Buena ubicación ()
- c) Buena seguridad ()
- d) Otros ()

3.- ¿Cómo consideras a la calidad del servicio que te brinda la empresa?

- a) Bueno ()
- b) Malo ()
- c) Regular ()

4.- ¿Los empleados tiene conocimientos y responden oportunamente a las preguntas de los clientes?

Si ()

No ()

5.- ¿Qué otros servicios le gustaría que la empresa ofrezca?

- a) Movilidad ()
- b) Paquetes turísticos ()

- c) Bar ()
- d) Otros ()

6.- ¿Considera que la empresa le ofrece los servicios adecuados?

Si () No ()

7.- ¿El comportamiento de los trabajadores transmite confianza a los clientes?

Si () No ()

8. ¿Consideras que la empresa donde recurre se encuentra en buena ubicación?

Si () No ()

9.- ¿La calidad del servicio es un factor clave para la competitividad?

Si () No ()

10.- ¿Cómo califica a la posición que tiene la empresa dentro del entorno socioeconómico?

- a) Baja ()
- b) Media ()
- c) Alta ()

GRACIAS POR SU TIEMPO

CODIFICACION DE LA VARIABLE CAPACITACION

CODIGO DE LA PREGUNTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
01	a	b	b	a	a	c	a	b	b	a
02	a	b	a	b	a	c	b	b	a	b
03	a	a	a	a	a	a	b	b	b	c
04	b	b	a	a	a	c	b	a	a	a
05	a	b	c	b	a	c	a	b	a	b
06	a	a	a	a	a	b	b	b	a	c
07	a	b	a	a	a	c	b	a	a	a
08	b	b	a	b	a	c	a	b	b	b
09	b	a	c	a	a	c	b	a	a	b
10	b	b	a	b	a	c	b	b	a	b
11	a	a	c	a	a	a	b	a	a	b
12	b	b	c	b	a	b	a	b	b	c
13	a	a	a	a	a	c	b	b	a	b
14	a	b	c	a	a	b	b	b	b	c
15	b	b	a	a	a	c	b	b	a	a
16	b	a	b	a	a	b	b	b	b	b
17	b	b	a	a	a	a	b	b	a	c
18	b	b	a	a	a	c	a	b	b	b
19	b	b	c	a	a	c	b	b	a	a
20	b	a	a	a	a	b	b	b	a	b
TOTAL	A: 9 45%	A:7 35%	A:12 60%	A:15 75%	A:20 100%	A:3 15%	A:5 25%	A:4 20%	A:13 65%	A:5 25%
	B:11 55%	B:5 25%	B:2 10%	B:5 25%		B:5 25%	B:15 75%	B:16 80%	B:7 35%	B:10 50%
			C:6 30%			C:12 60%				C:5 25%

CODIFICACION DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

CODIGO DE LA PREGUNTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
01	b	a	c	b	a	a	b	a	a	b
02	a	b	a	a	b	a	a	a	a	b
03	b	d	c	b	c	b	a	b	a	d
04	a	b	a	b	a	b	b	a	a	a
05	b	a	c	a	c	a	a	b	a	d
06	b	d	c	a	b	b	a	a	b	b
07	a	b	c	a	a	a	a	a	a	d
08	b	d	a	a	d	a	b	b	a	b
09	b	b	c	b	b	b	b	b	a	b
10	b	a	c	a	c	a	a	a	a	c
11	a	d	a	b	d	a	a	b	a	a
12	b	b	c	a	a	b	a	a	b	b
13	b	d	c	a	c	a	b	a	b	c
14	a	a	a	b	c	b	a	a	a	b
15	b	b	c	a	a	a	b	a	a	c
16	b	b	c	a	c	a	a	a	a	b
17	a	d	a	b	c	a	b	a	a	a
18	a	b	a	a	b	a	a	a	a	b
19	b	a	c	a	c	a	a	a	b	c
20	a	b	c	b	c	a	b	a	a	b
TOTAL	A:8 40% B:12 60%	A: 5 25% B:9 45% C:0 D:6 30%	A: 7 35% B:0 C:13 65%	A:12 60% B:8 40%	A: 5 25% B:4 20% C:9 45% D:2 10%	A: 14 70% B:6 30%	A:12 60% B:;8 40%	A:15 75% B:5 25%	A:16 80% B:4 20%	A:3 15% B:10 50% C:4 20% D:3 15%

EVIDENCIA DE TURNITIN

Turnitin Erp University

https://turnitin.com/t_inbox.asp?aid=70789338&lang=es&session-id=d546ff869d92a55b6d6eeaed34644eb6

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cunyarache Chininin ...	CUNYARACHE CHINININ	0%		•		987773639	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Paz Temoche Paz Temo...	PAZ TEMOCHE	0%		•		987787902	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Saavedra Mendoza Saa...	SAAVEDRA MENDOZA	0%		•		987765588	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Ayosa Chumacero Ayo...	AYOSA CHUMACERO	4%		•		987782865	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Avila Mendoz...	MENDOZA AVILA	6%		•		987782319	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Jaramillo Valle Jara...	JARAMILLO VALLE	7%		•		987775534	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Castro De Mújica Cas...	CASTRO DE MÚJICA	9%		•		987998059	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Medina Chunga Medina...	MEDINA CHUNGA	13%		•		987777570	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Montalban Ramos Mont...	MONTALBAN RAMOS	13%		•		987776544	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Minga Inga Minga Ing...	MINGA INGA	14%		•		987772891	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Gonzales Carrión Gon...	GONZALES CARRIÓN	15%		•		987766264	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valdiviezo Robledo V...	VALDIVIEZO ROBLEDO	17%		•		987765155	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Crisanto Yacila Cris...	CRISANTO YACILA	19%		•		987769509	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valverde Juarez Valv...	Valverde Juarez	24%		•		987998262	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Delgado Nanquen Delg...	DELGADO NANQUEN	27%		•		987765955	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Campos Huaman4 Campo...	CAMPOS HUAMAN4	30%		•		990311796	15-ago.-2018

Windows taskbar: 22:08 15/08/2018

USER: 45757402

Nro: 082018-00006911
Fecha: 16-08-2018 09:44

CONSTANCIA DE NO ADEUDO PROVISIONAL

El Área de Cobranzas hace Constar que el alumno(a) MINGA INGA JENNY DEL ROSARIO, con código de matrícula 1211091062, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no tiene deuda pendiente a la fecha.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 16 DE AGOSTO DEL 2018.


UNIVERSIDAD CATÓLICA
LOS ANGELES - CHIMBOTE

Mariana Gisela Masael Corbeiro


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS

Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.