



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**INCIDENCIA DE LA CAPACITACIÓN EN LA  
RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO DEL PERÚ-RUBRO  
HOTELES DE LA PROVINCIA DE POMABAMBA, 2016.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTOR:**

**BACH. ANDRÉS PONTE ASENCIOS**

**ASESOR:**

**MGTR. JUANA MARIBEL MANRIQUE PLÁCIDO**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2018**



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**INCIDENCIA DE LA CAPACITACIÓN EN LA  
RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO DEL PERÚ-RUBRO  
HOTELES DE LA PROVINCIA DE POMABAMBA, 2016.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTOR:**

**BACH. ANDRÉS PONTE ASENCIOS**

**ASESOR:**

**MGTR. JUANA MARIBEL MANRIQUE PLÁCIDO**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2018**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS**

Dr. LUIS TORRES GARCÍA  
**Presidente**

Mgtr. MARCO BAILA GEMIN  
**Miembro**

Dr. EZEQUIEL EUSEBIO LARA  
**Miembro**

Mgtr. JUANA MARIBEL MANRIQUE PLÁCIDO  
**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar, a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE Carlos Ponte, mi MADRE Bertha Asencios, mi esposa Karen Mujica, mis hijas Nayelie Nikole Ponte y Andrea Victoria Ponte Mujica.

A mis hermanos y a todos mis familiares; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo primeramente a Dios, a mis padres Carlos y Bertha que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica para poder llegar a ser un profesional.

A mi esposa Karen y mis hijas Nikole Nayelie y Andrea Victoria y demás familiares por el apoyo que me brindaron día a día en cada año de mi carrera universitaria.

Andrés Ponte Asencios

## RESUMEN

El objetivo logrado en la presente investigación contable consistió en: Determinar la capacitación y rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016. Metodología: el tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo; diseño descriptivo. La población muestral estuvo conformada por 22 administradores y/o propietarios. La técnica fue la encuesta y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario estructurado. Resultados: el 59% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoraba la confianza de su personal, el 68% afirmaron que en su micro empresa de hoteles realizaban capacitación a sus trabajadores, el 73% afirmaron que en su micro empresa con la capacitación mejoraban la comercialización y costo, el 73% afirmaron que en su micro empresa con la capacitación mejoraban la atención al público, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles modificaron la estructura de precios, el 77% indicaron que en su micro empresa de hoteles mejoraron la atención al público con la capacitación a su personal, el 68% afirmaron que en su micro empresa de hoteles obtenían rentabilidad económica, el 82% opinaron que en su micro empresa de hoteles obtenían liquidez económica. Conclusión: Queda determinada la capacitación y rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016; con el 55% afirmaron que en su micro empresa la capacitación mejoraba el vínculo entre cliente y personal; el 73% dijeron que la capacitación mejoró la intensidad de capital.

**Palabras Clave:** capacitación, rentabilidad, hoteles, micro y pequeña empresa.

## **ABSTRACT**

The objective achieved in the present accounting research consisted of: Determine the training and profitability in the Mypes sector hotels in the province of Pomabamba in 2016. Methodology: the type of research was quantitative; descriptive design The sample population was made up of 22 administrators and / or owners. The technique was the survey and the data collection instrument was the structured questionnaire. Results: 59% said that in their hotel microenterprise the training improved the confidence of their staff, 68% affirmed that in their micro hotel company they were training their workers, 73% affirmed that in their micro enterprise with the training improved marketing and cost, 73% said that in their microenterprise with training improved customer service, 73% said that in their hotel micro-company modified the price structure, 77% indicated that in their micro hotel companies improved customer service with training to their staff, 68% said that in their micro hotel business obtained economic profitability, 82% said that in their micro hotel business obtained economic liquidity. Conclusion: Training and profitability are determined in the Mypes sector hotels in the province of Pomabamba in 2016; with 55%, they stated that in their microenterprise the training improved the link between client and staff; 73% said that training improved capital intensity.

**Keywords:** training, profitability, hotels, Micro And Small.

## CONTENIDO

CARATULA	i
CONTRA CARATULA	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
CONTENIDO	vi
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN	11
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	14
2.1 Antecedentes	14
2.1.1 Internacionales	14
2.1.2 Nacionales	17
2.1.3 Regionales	22
2.1.4 Locales	23
2.2 Bases teóricas	23
2.3 Marco conceptual	27
2.4 Hipótesis	44
III. METODOLOGÍA	44
3.1 Tipo y nivel de investigación	44
3.2 Diseño de la investigación	44
3.3 Población y muestra	44

3.4 Definición y operacionalización de variables	46
3.5 Técnica e instrumento	48
Técnica	48
Instrumento	48
3.6 Plan de análisis	48
3.7 Matriz de consistencia	48
3.8 Principios éticos	48
VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	49
4.1 Resultados	49
4.1.1 Respecto al objetivo específico 1	49
4.1.2 Respecto al objetivo específico 2	52
4.2 Análisis de los resultados	54
4.2.1 Respecto al objetivo específico 1	54
4.2.2 Respecto al objetivo específico 2	59
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
5.1 Respecto al objetivo específico 1	65
5.2 Respecto al objetivo específico 2	65
5.3 Respecto al objetivo general	65
VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	67
6.1 Referencias bibliográficas	67
6.2 Anexos	73
6.2.1 Cuestionario	73
6.2.2 Estadística	75
6.2.3 Matriz de Consistencia	93

## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1	54
Tabla 2	55
Tabla 3	55
Tabla 4	56
Tabla 5	56
Tabla 6	57
Tabla 7	57
Tabla 8	58
Tabla 9	59
Tabla 10	59
Tabla 11	60
Tabla 12	60
Tabla 13	61
Tabla 14	62
Tabla 15	62
Tabla 16	63
Tabla 17	63
Tabla 18	64

## I. INTRODUCCIÓN

En México dentro de los mercados financieros, la rentabilidad se incrementan en relación al compromiso, lo cual, desde un tratamiento netamente keynesiano, implica un mayor incremento que está en función tanto de la inversión como del empleo; estudiando las modalidades de las fuentes de financiamiento existentes en la Ciudad de México, hallándose cada vez una mayor predominio hacia la preparación de las MiPyMES, más no hacia lo que en verdad debería convergerse, que es hacia el subvencionamiento, sin que a esto se le antepongan dificultades burocráticas que retardan la tarea de disminuir el riesgo y miedo que muchas veces el sector público posee ante la incertidumbre de ver recuperado o no el crédito otorgado a los microempresarios (Bustos, 2013).

En España la rentabilidad influye en las condiciones del entorno general, del sector de pertenencia y las propias peculiaridades de las empresas, y estas últimas en mayor medida. En la evaluación de los beneficios empresariales resulta sobresaliente la elección entre las distintas fuentes de recursos financieros. En este sentido, las empresas más endeudadas de la región son fundamentalmente las pertenecientes a la construcción, seguido de los servicios, agricultura e industria. Fundamentalmente, las Pymes son las que recurren en mayor semejanza a los recursos extraños, materializados a corto plazo (Acedo, 2010).

En Chile el negocio de hotelería deja una utilidad del 10% sobre las ventas. Para esta evaluación, algunas veces este resultado es medido utilizando el beneficio operativo, y otras empleando la utilidad líquido de sobre ventas. Sin embargo, si preguntamos a un grupo de ejecutivos que ensayen una explicación de rendimiento, normalmente nos dicen que es el beneficio obtenido en un determinado período de tiempo (Prevé, 2010).

En el Perú la capacitación es sumamente importante en las empresas hoteleras porque el 50% de las MYPES que recibió capacitación manifestó que la capacitación recibida mejoró su rentabilidad. El 22.22% de las MYPES recibió capacitación en inversión de créditos financieros, el 22.22% en manejo empresarial, el 11.11% en marketing empresarial, el 44.45% en constitución de empresas. El 100% de los encuestados considera la capacitación como una inversión. El 30% de las MYPES

tiene un año de estabilidad en el mercado, el 50% tiene 2 años, el 12.5% tiene 3 años y el 7.5% tiene más de tres años (Vega, 2014).

En la región Ancash el 72% de los representantes legales encuestados dijeron que la rentabilidad de sus negocios ha mejorado en los dos últimos años, el 80% cree que la rentabilidad de su empresa ha aumentado debido al préstamo recibido y el 88% perciben que las políticas de las transacciones, de las empresas financieras están motivando al incremento del rendimiento de sus negocios (Dextre, 2015).

Las Mypes tienen un papel fundamental en el desarrollo nacional, regional y sobre todo local, fomentando su competitividad y rendimiento en la perspectiva de mejor participación en los mercados internacionales. La informalidad es un reto que debe ser atendido, tanto por las propias Mypes como diversos organismos públicos y privados.

En nuestra región al igual que en todo el Perú registran altos índices de incumplimiento, como consecuencia de un complicado sistema administrativo gubernamental que no permite una celeridad en los procedimientos que los usuarios tienen que efectuar en los procesos previos con la finalidad de cumplir con los requerimientos exigidos por ley.

Para que las pequeñas y medianas empresas puedan alcanzar competitividad, formalización y desarrollo; incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, en el mercado interno; tienen que disponer de una gestión empresarial efectiva, de lo contrario siempre estarán en un círculo vicioso que no les permite crecer ni desarrollarse.

Actualmente las Mypes de la región Ancash presentan una insuficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos, financieros y administrativos, que imposibilita el crecimiento de experiencias asociativas de tipo gremial y empresarial. Así mismo, la escasa capacitación de la Mypes, no les permite tener capacidad competitiva, estas limitantes en la mayoría de los casos es porque los mismos microempresarios tienen poca valoración a la capacitación y desarrollo empresarial.

Mediante la capacitación la micro y pequeña empresa del sector hoteles mejora notablemente el nivel de calidad de atención de los empleados a los usuarios, mejorando la economía de la empresa y por ende la rentabilidad económica de la micro empresa.

Por las razones antes mencionadas se decidió responder al siguiente problema de investigación contable:

**¿Cómo es la capacitación y rentabilidad en las Mypes sector hoteles de la provincia de Pomabamba en el 2016?**

Para responder al problema de investigación se formuló el siguiente objetivo general:

**Determinar la capacitación y rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016.**

Para contribuir al objetivo general se desagregaron en los siguientes objetivos específicos:

1. Describir la capacitación en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016.
2. Describir la rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016.

Existen problemas de financiamiento y capacitación generados por los administradores y/o propietarios de las micro empresas del sector comercio rubro hoteles para efectos de mejoramiento de la rentabilidad de micro y pequeñas empresas. Por este motivo el trabajo de investigación tuvo mucha importancia por su trascendencia económica y social que permitió justificar desde los siguientes puntos de aspectos:

Justificación teórica: el trabajo de investigación adoptó un conjunto de definiciones, leyes, principios con la finalidad de darle un sustento teórico al trabajo de investigación contable. Así mismo sus resultados llenarán un vacío existente en el sistema de conocimientos teóricos carentes en este campo; sirviendo como fuente de información a los futuros investigadores de la carrera de contabilidad.

Justificación práctica: se proyectó con los resultados de la investigación a constituir en un marco orientador a los administradores y/o propietarios de las micro empresas de hoteles para que tomen las decisiones adecuadas.

Justificación metodológica: por la trascendencia de la investigación contable fue necesario la formulación de un problema de investigación, la estructuración de los objetivos a nivel general y específicos y el planteamiento de la hipótesis. Y para darle

el sustento teórico, la adopción de conceptos y definiciones y la posterior aplicación de la metodología de la investigación científica con la finalidad de contrastar los conocimientos teóricos que proponen los autores con la realidad empírica representada por la muestra mediante un instrumento de medición y llegar a las conclusiones.

Justificación de la viabilidad: la gestión del proyecto fue viable porque el responsable de la investigación contó con los recursos necesarios financieros, humanos y materiales para cumplir con todas las actividades propuestas en el cronograma y lograr los objetivos propuestos.

La capacitación es una de las inversiones más rentables que puede realizar una empresa. Una planificación adecuada del componente humano en una organización requiere de una política de capacitación permanente. Los jefes deben ser los primeros interesados en su propia formación y los primeros responsables en capacitar al personal a su cargo. El recurso humano es el más importante para que una empresa se desarrolle y logre un posicionamiento en el mercado. Así, los equipos de trabajo mejorarán su desempeño y logran los beneficios siguientes para la microempresa como: ayuda a la persona a solucionar problemas y tomar decisiones, favorece la confianza y desarrollo personal, ayuda a la formación de líderes, mejora las habilidades de comunicación y de manejo de conflictos, aumenta el nivel de satisfacción con el puesto, ayuda a lograr las metas individuales, favorece un sentido de progreso en el trabajo y como persona, disminuye temores de incompetencia o ignorancia, favorece la promoción hacia puestos de mayor responsabilidad, hace sentir más útil al trabajador mediante la mejora del desempeño; logrando con todo ello mejorar la rentabilidad de la microempresa.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Internacionales**

Cortijo, (2016) en su tesis sobre Administración del capital de trabajo y su influencia en la rentabilidad de la empresa Hotelera Antonio's S.A.C Trujillo 2014 -2015. Cuyo objetivo alcanzado consistió en: explicar la influencia de la administración del capital de trabajo en la rentabilidad de la

empresa hotelera ANTONIO'S, Ciudad de Trujillo periodo 2014-2015. El método utilizado fue inductivo/deductivo, investigación transaccional descriptiva. La muestra estuvo constituida por los Estados Financieros elaborados por el departamento de contabilidad periodo 2014-2015; se utilizó la técnica del análisis argumentativo y la encuesta. Concluyó: la rentabilidad de la empresa hotelera ANTONIO S.A.C., permite mantener el valor de la inversión e incrementarla periodo a periodo a pesar que en el 2015 hay una distorsión en la rentabilidad sobre el patrimonio; Sin embargo, una de la política de la empresa permite rentabilizar el efectivo comprando bienes muebles e inmuebles y mercaderías que a futuro permitan generar mayores ganancias.

Rodriguez, (2015) en su tesis titulada Factores determinantes de la rentabilidad de las empresas hoteleras del Mercosur. Un enfoque contable. El objetivo que se logró en la investigación fue: evaluar los estados contables de las instituciones que actúan en los países del Mercosur. El diseño de la investigación fue descriptivo, Investigación bibliográfica y descriptiva. La muestra estuvo compuesta por 243 bancos de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, en el período que va del año 2000 al 2012. Concluyó: es posible estimar los determinantes de la rentabilidad de las entidades bancarias. Esto ocurre tanto cuando los determinantes son factores internos, capaces de ser gestionados por la administración de la institución, como cuando son factores externos, que afectan las instituciones de una forma general y, sobre los cuales, una institución sola tiene poca o ninguna gestión. El estudio econométrico indicó que la rentabilidad de los bancos del Mercosur se determina con significación estadística por el nivel de actividad bancaria, el nivel de concentración bancaria del país, las tasas de interés de captación de fondos y de las inversiones.

Bustos, (2013) en su tesis acerca de las Fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal para el desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas hoteleras. El objetivo fue: describir las fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal para el desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas hoteleras. El tipo de investigación

fue de enfoque cuantitativo; diseño descriptivo, no experimental y transversal. La población estuvo conformada por 97 trabajadores y la muestra fue igual a 32 trabajadores. La técnica fue la encuesta y el instrumento de medición fue el cuestionario estructurado. Concluyó: dentro de los mercados financieros, la rentabilidad se incrementan en relación al compromiso, lo cual, desde un tratamiento netamente keynesiano, implica un mayor incremento que está en función tanto de la inversión como del empleo; estudiando las modalidades de las fuentes de financiamiento existentes en la Ciudad de México, hallándose cada vez una mayor predominio hacia la preparación de las MiPyMES, más no hacia lo que en verdad debería convergerse, que es hacia el subvencionamiento, sin que a esto se le antepongan dificultades burocráticos que retardan la tarea de disminuir el riesgo y miedo que muchas veces el sector público posee ante la incertidumbre de ver recuperado o no el crédito otorgado a los microempresarios.

Macas & Luna, (2013) en su tesis acerca del Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejoramiento en la empresa hotelera del Cantón Huaquillas en los periodos contables 2008 – 2009. El objetivo logrado consistió en: Analizar la rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejoramiento en la empresa comercializadora y exportadora de Bioacuáticos “Coexbi S.A” del Cantón Huaquillas en los periodos contables 2008 – 2009. La metodología consistió en: el tipo de investigación de cuantitativo; con un diseño descriptivo simple no experimental de corte transversal. La muestra de estudio fue igual a 36 personas. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el cuestionario estructurado fue el instrumento de medición para la investigación contable. Concluyó: la estructura financiera de la Empresa “COEXBI S.A” en los periodos 2008 y 2009, los cuales fueron objeto de análisis muestran una estabilidad, solvencia y rentabilidad normal que le permite desempeñar sus actividades con total normalidad, evidenciándose que durante los periodos de análisis la empresa si obtuvo utilidad.

Prevé, (2012) en su estudio sobre La Rentabilidad de las empresas de hoteles de tres estrellas; realizado en Chile. El objetivo logrado fue: Determinar la rentabilidad en las empresas de hoteles de tres estrellas chilenas. El tipo de investigación fue cuantitativo, diseño descriptivo simple; utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado, aplicando a una muestra de 21 empresarios. Concluyó: el negocio deja una utilidad del 10% sobre las ventas. Para esta evaluación, algunas veces este resultado es medido utilizando el beneficio operativo, y otras empleando la utilidad líquido de sobre ventas. Sin embargo, si preguntamos a un grupo de ejecutivos que ensayen una explicación de rendimiento, normalmente nos dicen que es el beneficio obtenido en un determinado período de tiempo.

Benavides, (2012) en su tesis titulada La calidad y productividad en el sector hotelero Andaluz. El objetivo logrado consistió en: describir la calidad y productividad en el sector hotelero Andaluz. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, con una población muestral de 232 establecimientos hoteleros. Como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario estructurado y como técnica se utilizó la encuesta. Concluyó: en cuanto a la concordancia entre condición y rendimiento en los servicios son muy abundantes para alcanzar mayor rendimiento en el micro empresas. En el departamento turístico han aparecido a lo largo del tiempo de preparación de diversas índoles para posibilitar la implantación del procedimiento de administración de calidad total.

### **2.1.2 Nacionales**

Silva, (2016) en su tesis sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016. El objetivo logrado fue: describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016. Investigación de tipo cuantitativa; diseño descriptiva

no experimental. La población muestral fue igual a 12 representantes legales de las Mype, a los cuales se les aplicó un cuestionario estructurado como instrumento de medición y la técnica fue la encuesta. Concluyó: el 67% de los representantes de las Mypes señalaron que su financiamiento fue extraño, el 50% gestionaron su crédito en cajas municipales. El 58% de los comisionados de las Mype dijo no haber obtenido capacitación antes del otorgamiento del préstamo. El 92% dijo que el rendimiento de su comercio mejoró gracias a la preparación, el 100% dijo que la capacitación recibida era una ganancia y no un gasto, el 83% indicó que el rendimiento de su negocio creció por financiamiento.

Venturo, (2016) en su tesis sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro Hotelería en el año 2016. Cuyo objetivo fue: describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro Hotelería en el año 2016. Metodológicamente: la investigación fue de enfoque cuantitativo; diseño descriptivo no experimental. Se trabajó con una población muestral de 12 representantes legales a los cuales se les aplicó un cuestionario estructurado, la técnica fue la encuesta. Concluyó: el 33% indicaron tener inversión propia, el 58% preciso no haber recibido preparación, el 92% cree que la paciencia y sencillez mejoro su negocio. El 100% de las Mype consideran que la formación es un cambio y el 58% afirmaron no haber recibido preparación al momento de recibir un préstamo.

Vásquez, (2016) en su tesis acerca Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes de Pucallpa, Ucayali, 2011. Cuyo objetivo fue: describir las características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro- y pequeñas empresas de Pucallpa, Ucayali, 2011. Investigación de enfoque cuantitativo; diseño descriptivo simple no experimental y transversal, la muestra fue igual a 194 Mypes. Se utilizó el cuestionario estructurado como instrumento. Concluyó: En cuanto a la formación: el 53 % de las Mypes de la data no recibió preparación antes del otorgamiento de los créditos y el 44 % de los trabajadores de dichas Mypes

no recibió ningún curso de preparación. En la rentabilidad, el 73 % de las Mypes de la data comentó que el rendimiento de las empresas creó en los dos últimos años. Finalmente, poco más de la mitad (59 %) de las Mypes de la data pagó sus tareas productivas y de negocios con recursos de inversión de terceros. Dichos préstamos provinieron de los procedimientos bancarios en su mayoría, y cambiaron como capital de trabajo.

Vargas, (2016) en su tesis sobre Caracterización de competitividad y rentabilidad de las Mype de la provincia de Talara, año 2016. Logro el siguiente objetivo: establecer las características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPE de la provincia de Talara, año 2016. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal. La población fue igual a 03 Mype y la muestra estuvo constituida por 384 clientes; la técnica de recolección de datos fue la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Concluyó: se describió que las superioridades competitivas son reconocidas en el mercado, contar con personal competente, y tener tecnología para sus servicios; asimismo las habilidades competitivas se apoyan en los precios esencialmente y los servicios de atención. En relación a los mecanismos de medición del rendimiento, las MYPE suelen emplear los libros contables, y en cuanto al rendimiento en la línea de productos los delegados están de acuerdo que es beneficio y se considera entre 5 a 15%.

García, (2016) en su tesis acerca de la Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles, del distrito de Callería, periodo 2016. Cuyo objetivo fue: describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro hoteles del distrito de Calleria, periodo 2016. La investigación fue descriptiva, la muestra fue igual a 20 Mypes, a quienes se les aplico un cuestionario de 32 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Concluyó: los negociantes encuestados manifestaron que: el 75% invierten sus tareas económicas con créditos de terceros y el 85% obtuvo subvencionar de entidades financieras, el 70% fue solicitado al banco

scotiabank. En cuanto a la preparación, los empresarios encuestados manifestaron que: el 65% si recibieron preparación para el otorgamiento del préstamo, el 35% se preparó en negocios del préstamo financiero, y el 15% participo en otros seminarios. Respecto a la rentabilidad: el 90% manifestaron que, si ha mejorado su rendimiento de sus negocios, el 95% manifestó que la rentabilidad si mejoro, y el 90% manifestaron que el rendimiento si ha mejorado en los dos últimos dos años, y el 85% la rentabilidad de sus negocios no ha disminuido en los últimos dos años.

Peña, (2014) en su tesis sobre Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes del sector servicios - rubro hoteles de la ciudad de Piura periodo 2013”, cuyo objetivo general fue describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mype del sector servicio rubro hoteles de ciudad de Piura. La investigación fue descriptiva, de tipo no experimental y para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 27 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Concluyó: Respecto al financiamiento: Los propietarios encuestados manifestaron que: el 90% financia su actividad económica con créditos de terceros y el 40% lo invirtió en el arreglo y/o ampliación de su local y 50% capital esencial de trabajo. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que el 50% no recibió preparación antes de la autorización de crédito, el 60% si recibió capacitación y el 100% considera que el aprendizaje es un cambio. Respecto a la Rentabilidad: el 70% afirma que con el préstamo otorgado ha renovado su negocio, 60% comenta que la preparación mejoró el rendimiento de su negocio y el 70% afirmó que dos últimos años ha aumentado su rentabilidad.

Ruiz, (2012) en su tesis sobre Influencia de la asistencia técnica y capacitación en el uso de las tecnologías de información y comunicación para el mejoramiento de la productividad y competitividad empresarial de las Mypes de la región Callao. Cuyo objetivo fue: ayudar a los micro y pequeños empresarios de la región del Callao a obtener rentabilidad en sus negocios. Metodológicamente: la investigación fue cuantitativo, diseño

descriptivo simple, no experimental y transversal. La muestra estuvo conformada por 36 personas a los cuales se les aplicó un cuestionario estructurado como instrumento y como técnica la encuesta. Concluyó: que los elementos del ámbito empresarial, así como los de la administración fundamental incurren en la huida y en la conservación de las Mypes de la región Callao. Un examen de corte transversal encuentra que las contingencias del micro entorno y macro entorno incurren respectivamente en los negocios desaparecidas y empresas sobrevivientes, de forma similar ocurren con los componentes internos.

Rengifo, (2011) tesis de maestría sobre El crédito y la rentabilidad de las microempresas del distrito de Tarapoto. El objetivo fue: Analizar la incidencia del crédito en la rentabilidad de las microempresas en el distrito de Tarapoto. El estudio es de tipo transversal, orientado a la comprobación de la hipótesis causal, se investigó los factores que interactúan sobre la rentabilidad en los diferentes tipos de microempresas del distrito de Tarapoto. Para la discusión de resultados se utilizó los métodos sintético, inductivo y correlacional. La información se recopiló directamente de fuentes primarias como son los microempresarios comerciales a nivel del distrito de Tarapoto entre los principales resultados encontrados podemos citar: Primero, el 61% de las microempresas no tiene personería jurídica y el 78% se encuentran comprendidas en los regímenes simplificado y especial del Régimen General del Registro Único del Contribuyente, exhibiendo un bajo nivel de gestión empresarial que las impide acceder a los créditos que ofrece la banca formal y de segundo piso. Segundo, el 73.7% de los microempresarios comerciales muestran desinterés por capacitarse sostenidamente en el tiempo y el 37.3% no hace uso de medio de publicidad alguna, deduciéndose una falta de visión empresarial tanto para crecer y desarrollarse. Los resultados de la estimación del modelo econométrico nos condujo a reafirmar parcialmente la hipótesis de investigación planteada, toda vez que, estadísticamente se pudo contrastar que los niveles de rentabilidad de las microempresas comerciales de la ciudad de Tarapoto tienen relación directa con el acceso al crédito, la

publicidad realizada, y, el grado de instrucción y estándares de capacitación de los conductores de las mismas. Conclusión: los préstamos que proviene de cualquier fuente sea bancaria o no bancaria origino un rendimiento del nivel medio en las microempresas del distrito de Tarapoto, durante el ejercicio fiscal 2011.

### **2.1.3 Regionales**

Agreda, (2016) en su tesis sobre El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso empresa de servicios Hotel Daniel EIRL de Chimbote, 2013. El objetivo alcanzado fue: determinar y describir la influencia del financiamiento en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú y de la empresa Servicios Hotel Daniel EIRL de Chimbote, 2013. La investigación fue descriptiva, bibliográfica, documental y de caso. Para el recojo de información se utilizó como instrumentos las fichas bibliográficas y el cuestionario de preguntas. Concluyó: se propuso un flujo de caja proyectado con y sin financiamiento, luego la representación de estados financieros proyectados que fueron examinados a través de ratios de rentabilidad, en los cuales, se encontró que el crédito si influye positivamente en el rendimiento del negocio del caso, según las ratios que revelan un crecimiento moderado. Finalmente, el subvencionamiento mejoro la rentabilidad del negocio de Servicios Daniel EIRL de Chimbote en el año 2013.

Vásquez, (2009) en su tesis sobre Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo - rubro restaurantes, hoteles y agencias de viaje del distrito de Chimbote, periodo 2005-2006. Se propuso como objetivo determinar la relación del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo del distrito de Chimbote en los rubros de restaurantes, hoteles y agencias de viajes. El estudio fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo – correlacional, diseño de la investigación no experimental, con una población constituida por 65 restaurantes, 51

hoteles y 7 agencias de viaje del sector turismo, llegando a las siguientes conclusiones: La edad promedio de los representantes legales de las MYPE encuestadas fue de 42 años y el 54% fueron del sexo masculino. En la muestra estudiada predomina la instrucción superior universitaria. El 72% de los MYPE del sector turismo estudiadas tienen más de 3 años de antigüedad, destacando el rubro hoteles con 94.7%. Tomando en cuenta el promedio, los máximos y mínimos, podemos afirmar que, en la muestra estudiada, el rubro hoteles es estrictamente microempresa (bajo el criterio de número de trabajadores).

#### **2.1.4 Locales:**

No se hallaron antecedentes.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Teoría de la capacitación**

Para Sutton, (2001) el factor humano es cimiento y motor de toda empresa y su influencia es decisiva en el desarrollo, evolución y futuro de la misma. El hombre es y continuará siendo el activo más valioso de una empresa. Por ello la ciencia de la Administración del Personal, desde que Frederick Taylor dijera que la Administración científica: Selecciona científicamente y luego instruye, enseña y forma al obrero, ha venido dando mayor énfasis a la capacitación y entrenamiento del personal dentro de las empresas. El recurso económico básico ya no es el capital, ni los recursos naturales, ni el trabajo, sino que es y seguirá siendo el conocimiento. En esta sociedad el trabajador del conocimiento tendrá un papel protagónico".

**La teoría de las inversiones en capital humano:** La teoría dominante en cuanto a inversiones en capacitación de la mano de obra es la teoría del capital humano planteado. Esta teoría ha evolucionado en el tiempo, pues fue concebida inicialmente para explicar aspectos del ciclo de vida de las personas, pero recientemente tiende a enfocarse en decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas. En lo básico, esta teoría concibe a la capacitación como una inversión para el empleador y los

trabajadores: ésta puede incrementar la productividad del trabajo esperada en la firma, pero se tiene que incurrir en costos.

**La teoría estándar:** formación de profesionales competitivos con alto nivel técnico y científico para una competencia perfecta: El modelo estándar sobre inversiones en capacitación de la mano de obra. El modelo básico asume que los mercados de trabajo y de bienes finales son competitivos. La idea general del modelo es en el que se comparan los beneficios con los costos de la capacitación. Aquí se grafican ingresos y costos asociados a inversiones en capital humano, a lo largo de la vida.

### 2.2.2 Teoría de la Rentabilidad

Según Alaitzm, (2002) (citado por Fernández, 2013) según la teoría de la rentabilidad y del riesgo considerado en su estudio en el modelo de Markowitz. Este modelo de teoría parte del análisis de las ganancias que se cuenta en un negocio evaluando las inversiones que se realizan individuales que la componen para, posteriormente y a partir de elementos convenientes desarrollar la conformación de carteras para decisores financieros y pueda integrarlos en una cartera óptima. Dentro de esta condición es incrementar las expectativas que se generan sobre las rentabilidades esperadas con el empleo de los activos financieros y con ese aspecto determinar adecuadamente la elección de carteras financieras.

**Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de Markowitz** Markowitz avanza con una nueva teoría, indicando que el inversor diversificará su inversión entre diferentes alternativas que ofrezcan el máximo valor de rendimiento actualizado. Para fundamentar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado a la rentabilidad media esperada. La observancia de esta teoría asume que la existencia de una hipotética cartera con rentabilidad máxima y con riesgo mínimo que, evidentemente sería la óptima para el decisor financiero racional. Es por ello, que con esta teoría concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene por qué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por

lo tanto, el inversor financiero puede incrementar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de riesgo o, lo que es lo mismo, puede disminuir su riesgo cediendo una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

**Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de Sharpe** El modelo de mercado de Sharpe surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que, a su vez, fue el resultado de un proceso de simplificación que Sharpe realizó del modelo pionero de su maestro Markowitz Sharpe consideró: Que el modelo de Markowitz implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos. Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente.

#### **Teoría de las Micro y Pequeñas Empresas**

Según Ortiz, (2011) indica las siguientes teorías:

**Teoría o enfoque neoclásico.** - Esta teoría considera a la empresa como un intermedio entre los mercados de oferentes y demandantes, de tal forma que su actuación se limita al equilibrio general que se alcanza por el acuerdo entre precios y cantidades. Para este enfoque la empresa está permanentemente vinculada al mercado, surge y se desarrolla con él.

**Teoría o enfoque administrativo.** - Esta teoría considera a la empresa como organización: el grupo humano que trabaja en ella está jerarquizado y las relaciones entre los miembros están sujetas al principio de autoridad. La racionalidad humana está limitada por una incapacidad de la mente para aplicar todos los aspectos importantes a una decisión única.

Mendoza, (2011) indica que según la Ley N° 28015, publicada el 2 de julio de 2003, se promulgó la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, con ello se daría una regulación a un régimen laboral especial para aquellas unidades económicas, denominadas micro y pequeñas empresas, constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial que tienen

características propias como son determinada cantidad de trabajadores y ventas anuales. Entre los beneficios sociales que se les reconocía a las microempresas acogidas por la Ley N° 28015, fueron el derecho a quince (15) días de descansos debidamente remunerados por cada año completo de servicios, es decir, no tenían derecho a gratificaciones ni a una CTS ni utilidades.

### **Teoría del Sector servicio**

Romero, Toledo & Ocampo, (2014) sostienen que el sector servicios es un importante generador de empleo y representa una gran parte del PIB total tanto en economías desarrolladas como en economías en desarrollo, su crecimiento ha sido evidente en prácticamente todas las economías del mundo. No obstante, no existen teorías generalmente aceptadas acerca de su desarrollo, esto es debido a que en la historia económica de los países la agricultura y la industria fueron los pilares sobre los cuales se sostuvo la producción económica. Las primeras ideas acerca del papel de los servicios en la economía comenzaron a mediados de la década de los treinta del siglo pasado, es a partir de ese momento cuando los servicios comenzaron a considerarse como actividades dignas de ser estudiadas. La aceptación generalizada de una teoría de los servicios es difícil porque no se pueden establecer criterios que puedan corresponder a realidades distintas.

Tradicionalmente los economistas han atendido la definición de los servicios, en contraste con los bienes, subrayando la intangibilidad e invisibilidad de los servicios, debido al hecho de que éstos requieren una interacción simultánea entre la producción y el consumo. Pero la complejidad de los servicios modernos ha cambiado esa concepción, y actualmente no es necesario que se dé una prestación física para poder satisfacer el consumo de ellos y no necesita tampoco ser un intangible.

### **Análisis de rentabilidad en mercadeo**

Al respecto Ramírez, (2014) afirma que el análisis en el caso de los hoteles y restaurantes y los estudios segmentados de este rubro son distintos por el tipo de actividad estos negocios no siempre son bien organizados en cuanto a la administración, gestión y ubicación en cuanto a su presentación

y aceptación necesariamente se generen por recomendación entre los propios clientes dependiendo el segmento, puesto que a ellos les interesa en algunos casos el producto en otras la calidad de la carta algunas veces la cantidad del producto.

Pero él no enfocarse en las utilidades no es el único error que se comete, puesto que aun enfocándose en ellas, muchos solo toman en cuenta las utilidades totales y no hacen análisis de los principales segmentos de mercado (clientes, productos, territorios, vendedores), para ver si todos estos generan cifras favorables o detectar si alguno de los segmentos tiene dificultades que impiden obtener más utilidad. La rentabilidad se calcula al restar los costos o gastos de producción de la campaña a los beneficios que reporta (beneficios financieros). Si el resultado es positivo significa que la campaña es rentable, mientras que si es negativo significa que estamos gastando más de lo debido.

## **2.3 Marco conceptual**

### **2.3.1 Capacitación**

#### **2.3.1.1 Definición**

Chacaltana, (2012) define la capacitación es un desarrollo continuo de enseñanza y aprendizaje en el que se desarrollan las capacidades y destrezas de las personas, las cuales les permiten un mejor cumplimiento en sus labores habituales. También define como la capacitación profesional como el suplemento de conocimientos teóricos y prácticos con el fin de aumentar la versatilidad y movilidad ocupacional del trabajador o mejorar su desempeño en su puesto laboral, pudiendo lograr en ciertos casos la competencia adicional requerida para ejercer otra ocupación afín o complementaria.

Alles (2010) define a la capacitación como una actividad estructurada, donde se debe detallar lo siguiente: lugar donde se va a dar el curso, la fecha, los horarios, los temas que se van a tratar, los

objetivos y planes de acción, existiendo una transmisión de conocimiento y habilidades.

Chiavenato, (2007) define la capacitación como objetivo de empoderar al empleado para asumir nuevos retos, brindar mayor conocimiento, prepararse y poner en práctica lo aprendido dentro de su puesto de trabajo.

### **2.3.1.2 Ventajas de la capacitación**

Ruiz, (2011) considera que la capacitación genera ventajas:

- Fortalece las capacidades de las personas en tomar decisiones acertadas y solución de problemas.
- Otorga seguridad y confianza, condiciones de posición asertiva y el logro de objetivos.
- Transforma líderes en grandes conductores con capacidades de comunicación.
- Empeña en el logro de metas personales.
- Fortalece el desarrollo y crecimiento en varios aspectos.
- Anula los temores y actitudes de mediocridad generando confianza y autorregulación.

### **2.3.1.3 Tipos de capacitación**

**Capacitación para el trabajo:** las capacitaciones se direccionan a personal que se encarga de realizar determinadas actividades siendo el propósito por ser personal de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado en otras áreas dentro de la misma empresa. El propósito de esto es identificar al personal que cumpla con ciertas capacidades y fortalezas al cual se le brinda entrenamiento, cabe la importancia de designar a alguien que ya conozca las funciones, el designar un personal inapropiado de los que se tiene resultaría contraproducente hasta oneroso la capacitación y formación en la que se incurriría o peor aún que se designe y dejar que aprenda por si misma generando riesgos altos

además, perderá tiempo y generara distracción sus compañeros de trabajo (Zambrano, 2014).

**Capacitación de pre ingreso:** se implementa con la finalidad de seleccionar personal dentro de los aspirantes identificando algunas capacitaciones, adiestramiento y fortalezas que debe tener el personal nuevo, quien debe ser parte integrante de la organización los cuales suceden desde la convocatoria de aspirantes, hasta integrarse al plantel que la empresa requiere.

Capacitación promocional: la motivación personal se da de manera diversa, siendo la capacitación promoción la una de ellas que da la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico. Siendo esta la mejor manera de identificar y detectar el talento del trabajador permitiendo descubrir a la persona adecuada para ser promovida. Ofertar solo el puesto no es garantía de un buen desempeño, es de mayor garantía promover la competencia promoviendo al más capaz, proactivo y de mayor rendimiento en el área que se esperan cubrir estableciendo normas y procedimientos claros y precisos. (Stephen, 2009).

#### **2.3.1.4 Capacitación del personal de atención al cliente**

Según Castaño, (2008) la formación y capacitación promueve hábitos y conductas de trabajo fortaleciendo cualidades y habilidades con alternativas de gestión y capacidad resolutivas en situaciones complejas, aspectos que permitirán el conocimiento del entorno de la empresa de una manera más profunda y del entorno como se desarrolla las relaciones cliente producto, cliente y precio para implementar dentro de los procesos propias de la empresa. El logro de los objetivos y que conlleven a la excelencia en la atención al cliente se obtiene cuando se integra el total de las áreas de la empresa en su conjunto, implementado la difusión y comunicación de los modelos en buenas prácticas de servicio al cliente. Enfatizar en la calidad del servicio que se ofrece, fortalece y contribuye a difundir,

sostener y posicionar la imagen de una empresa así mismo ayuda a diferenciarse de la competencia imponiendo sus características. Los clientes, están en constante decisión por lo que comparan, conocen y demandan atención personalizada con asesoramiento, cada vez más y mejor atención, al mismo tiempo, cada vez se mueven más son menos fieles a sus proveedores habituales como clientes cautivos.

La importancia radica en la forma que cada integrante o miembro de una empresa se comunica e interactúa con familiaridad con cada uno de sus clientes, este hecho genera impresiones e impacta en la percepción de los consumidores pudiendo ser de manera positiva o negativa, factor que influye en el proceso de generación de valor y reconocimiento de toda la compañía. Cabe la importancia y priorización tomar en cuenta y comprender para tomar conciencia que existe el crecimiento permanente y la mejora continua de atención a los clientes y, entendiéndose que todos somos responsables de atender bien a los clientes.

#### **2.3.1.5 Capacitación para emprendedores**

Al respecto Dessler, (2004) considera lo siguiente:

**Administración de un Emprendimiento.** El emprendimiento permite acumular experiencias a través de la innovación las que se van aplicando en las actividades diarias de la empresa factor que permitirá el incremento de los ingresos a través de la generación de mejores técnicas y procesos de gestión con inteligencia comercial, los cuales se reflejarán en el incremento de las ventas o la colocación de servicios., el éxito de tu empresa depende de lo que se realice no existe el azar.

**Comercialización y Costo.** Reviste trascendental importancia considerar los valores a través de los costos los bienes e insumos como los servicios que se emplean para la fijación de precios, para ello se considera guiar al emprendedor en el valor intermediario y

razonable sobre el costo de tomar dinero de los bancos en calidad de préstamo y poder realizar apalancamiento financiero y poder funcionar. El interés pagado es el costo del dinero. Las inversiones que se realizan permiten generar ingresos, en esa medida cuando se emplea recursos propios se pueden equiparar con los intereses que cobran las entidades financieras, que si se dieran otras formas de uso podría generar rentabilidad ya sea como depósitos a interés o la rentabilidad de las acciones empresariales. Se concluye que el costo que tienen los comerciantes cuando invierten propios fondos está representado por los intereses que dejan de recibir en otros rubros (costos de oportunidad).

**Registración Contable.** La información contable tiene como propósito cuantificar, medir y analizar las operaciones, el entorno económico y financiera de las organizaciones o empresas, cuyo propósito es de facilitar la dirección y el control; evaluando la información, previamente registrada, en forma sistemática para las distintas usuarias. La contabilidad es el registro las transacciones, analizar los cambios internos o cualquier evento que incida económicamente a una entidad.

**Atención al público.** Elemento esencial que se fortalece a partir del marketing intangible, ya que este no se percibe al simple tacto, se tiene como objetivo, el manejo de la satisfacción del cliente a través de producir percepciones aceptadas del servicio, logrando así, un valor percibido de un bien hacia nuestra marca. Por otro lado, concierne al constante mejoramiento en el servicio al cliente, cada vez más la cultura en las organizaciones se va modernizando con la globalización conforme lo requiere el entorno, permitiéndose objetividad y colocar en primer plano las necesidades del cliente que a las necesidades de la propia empresa.

### **2.3.1.6 Capacitación y desarrollo organizacional**

Leal, (2013) en los últimos años se considera que las organizaciones y con grandes expansiones son exitosas por su adaptación y capacidad para asumir los cambios más exigentes los asumen de forma positiva y proactiva, las organizaciones que aprenden, son aquellas asumen nuevos roles y responsabilidades y que técnicamente están formación y capacitación permanente. El cambio es cualquier modificación observada que permanece con carácter relativamente estable.

La misma tecnología informática abarca la utilización de diferentes conocimientos científicos la implementación de proceso de producción de materiales, equipos y dispositivos, procedimientos, técnicas y métodos en sistemas o servicios nuevos, o mejoras sustanciales. Desarrolla trabajos sistemáticos basados en la aplicación de conocimientos existentes, de factores de investigación aplicada o de la experiencia práctica. Su primer objetivo es lanzar al mercado un bien o servicio con una novedad o una mejora concreta. Para realizar los ensayos, se realizan pruebas con prototipos, diseños o en una planta piloto, sin embargo, hoy, incluso recurriendo a los simuladores por ordenador.

Organización alguna hoy en día que nos lleven a triunfar o a fracasar según se desarrollen o no ciertos procesos y las personas se adapten a sus normas, se identifiquen con sus objetivos y logren a través de la organización satisfacer algunas de sus necesidades, para lograrlo se debe tener actitudes de con mentalidades positivas, con un sentido de pertenencia, una motivación en el trabajo y un compromiso legal con la organización, para cumplir con la tarea es importante al frente de la misma se encuentre un gerente con liderazgo participativo y , democrático que inspire el trabajo de equipo. No obstante, se dice que no todos los gerentes son líderes, ni todos los líderes son gerentes, como se diría que no existe tampoco un solo estilo único de liderazgo efectivo para metrados por sí

mismo, sin embargo, un buen gerente debe ser un líder capaz de influenciar las conductas de sus colaboradores y guiarlos hacia el logro de los objetivos de la organización.

#### **2.3.1.7 Importancia de la Capacitación**

Según Vizcarra, (2012) en la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo. La obsolescencia, también es una de las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a sus colaboradores, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia. Para las empresas u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en beneficios para la empresa.

### **2.3.2 Rentabilidad**

#### **2.3.2.1 Definición**

Martínez & Vargas, (2008) definen la rentabilidad como la relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario. La rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa. La rentabilidad generada es el análisis existente entre las cuentas del estado de situación y las cuentas del estado de resultados, La interpretación de cualquier razón de rentabilidad sobre la inversión, es analizar qué utilidades se han logrado a partir de la inversión empleada para alcanzarlos, siendo capital invertido o activos para producirlos.

Según Sánchez, (2002) el análisis de la rentabilidad es el resultado del movimiento económico de producción y distribución; se considera como la utilidad o ganancia del negocio producto del intercambio comercial. Considera el éxito de la empresa, así como su eficiencia; del análisis se desprende que la rentabilidad de una empresa indica el rendimiento del capital invertido en un periodo de tiempo determinado; se realiza la comparación entre los ingresos obtenidos por la empresa en ese periodo y los medios como recursos utilizados para obtenerlos. Producto de la comparación, podrían señalarse que existen empresas rentables y otras deficientes. También calificarlas como empresas muy rentables y algunas que sobreviven o subsisten con una rentabilidad muy baja.

Dessler, (2004) define que la rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

#### **2.3.2.2 Existen tres métodos para analizar la rentabilidad de un mercadeo**

**Método de chequeo de rentabilidad:** este análisis no es rigurosa es una forma perceptiva de evaluar los mercados objetivos. Las palabras claves son herramientas importantes, son las formas para descubrir nichos. Señalan en una dirección: se sigue esa dirección intuitiva o analizada y saca sus propias conclusiones. Las palabras claves representan como una brújula, pero el propio cerebro

del líder es el piloto. Las palabras claves facilitan, como mucho, un abanico de tendencias. Se configura como tomarle la temperatura el mercado con la mano, en lugar de usar el termómetro. la percepción podría ser que el mercado aparenta estar caliente, pero ¿cómo está de caliente en realidad? Esto permitirá moverse con tácticas de investigación un poco más avanzadas.

**Método de chequeo de rentabilidad:** La búsqueda de información en estos tiempos no es compleja, se averigua el alcance que tiene la competencia. Para conocer más y mejor se efectúa la búsqueda en Internet y poner esas palabras claves en un buscador, por ejemplo, en Google. Los resultados se toman nota de los sitios que aparecen en los listados comunes, así como los resultados patrocinados por Google AdWords, que se ven en el lado derecho de la página. Ahí se tiene resultados patrocinados. Son importantes los sitios que salen en los listados orgánicos, son de sitios web comerciales.

Cuando son principiantes lograr diferenciar es un poco compleja, si hay competencia, si hay sobre segmentación, pero ¿cuánto es demasiado? la competencia es bueno. Indica que el mercado es fuerte y existe el espacio, la gente está comprando, demandando y el nicho es rentable. De igual forma, ¿qué pasa si encuentra un nicho con muy pocos sitios web que compiten o que tiene listados patrocinados? Significaría que se ha descubierto un nicho de mercado que fue desatendido o pasado por alto o no tiene mucha oferta. Sin embargo, también podría significar que se trata de un mercado muerto, donde nadie está poniendo avisos o creando sitios comerciales, ya que la gente no está comprando (Robinson, 2008).

### **2.3.2.3 Factores de Rentabilidad en las decisiones financieras**

Según Chiavenato, (2004) los factores de rentabilidad en las decisiones financieras son:

**Intensidad del capital:** Es una relación financiera. Esta relación, mide la capacidad de la empresa para utilizar eficazmente sus activos. En esencia, la intensidad del capital muestra la cantidad de inversión en activos fijos, que se requiere durante un periodo determinado, para producir y generar ingresos por ventas. La fórmula de relación real que mide la intensidad de capital son los activos totales divididos por los ingresos de ventas de un periodo especificado.

**Modificar las bases de diferenciación:** Una empresa se diferencia de las demás en su mismo sector por una o más características que hacen que sus clientes elijan sus productos. A mayor grado de diferenciación, menos competencia. A menos diferenciación, más competencia y menos ganancias.

**Ampliar el alcance del producto y el mercado:** cada empresa produce y vende concentrándose en determinados clientes, áreas geográficas y segmentos de mercado. Cambiar o ampliar esas variables puede producir innovación y mejora en el desempeño de la empresa.

**Aplicar las capacidades básicas en otras oportunidades de negocio:** Las capacidades básicas son lo que una empresa sabe hacer. Son habilidades, destrezas. Para identificar una capacidad básica uno debe preguntarse.

**Reutilizar activos estratégicos:** Los activos estratégicos son los que la empresa posee. Son cosas, no técnicas. Pero pueden ser tangibles (cosas físicas), como talleres, máquinas, terrenos, fábricas, o intangibles, como patentes, marcas, datos de clientes, etc. Esos activos pueden ser utilizados también para desarrollar nuevas unidades de negocio o aprovechar nuevas oportunidades comerciales.

**Modificar la ejecución y el apoyo:** La ejecución y el apoyo es la forma en que una empresa llega a los clientes, los canales comerciales que usa y los servicios y el apoyo que les presta a sus

clientes. Modificando cualquiera de estas variables una empresa puede ampliar su mercado y/o su rentabilidad.

**Aprovechar la información sobre los clientes:** En relación con los clientes se recogen conocimientos e información que son potencialmente valiosos para el desempeño de la empresa. La forma en la que la empresa interpreta y utiliza esa información puede ser muy valioso en términos económicos.

**Crear y aprovechar la comunidad con los clientes:** En muchos casos las relaciones entre clientes y empresa van más allá de la pura relación económica. Hay cierta lealtad de los clientes o inclusive identificación con la marca o la empresa. Esas situaciones, relativamente poco frecuentes, pueden ser creadas, estimuladas, para crear lazos entre clientes y empresa que tengan un componente más fuerte o más profundo que el sólo intercambio económico.

**Modificar la estructura de precios:** Hay varias alternativas en cuanto a la forma de cobrar a los clientes. Se puede cobrar por un producto, por un servicio, por una membresía, se puede cobrar directa o indirectamente por un tercero, se puede cobrar por un paquete o por cada componente por separado, se puede cobrar un precio fijo o se puede cobrar por tiempo, se puede cobrar en efectivo o en especie.

**Incorporar los proveedores al modelo de negocio:** Los proveedores son quienes están antes que nuestro emprendimiento en la cadena de valor. Tener una relación privilegiada o estrecha con ellos puede darle a la empresa una ventaja. Sus innovaciones, su calidad y su eficiencia, son las nuestras. Elegir a los proveedores y mejorar las relaciones con ellos es así de importante.

#### **2.3.2.4 Tipos de rentabilidad**

Según Orlandi, (2011) existen diferentes tipos de rentabilidad entre los que destacan:

### **Rentabilidad económica**

La Rentabilidad Económica (RE) capacidad que tiene las empresas de generar del intercambio económico sobre él se aplica una sencilla y poderosa herramienta de monitoreo para establecer la capacidad que tiene una organización de utilizar eficientemente sus recursos económicos y generar valor agregado. Este indicador que resume, con elocuencia y fidelidad, el rendimiento que se logra, intrínsecamente, a la actividad de una empresa. La RE es considerada como una eficaz forma de evaluar los rendimientos de los costos de inversión realizados y la mejor rentabilidad obtenida. El análisis de este indicador, sobre todo una vez que se ha comparado con el costo de capital de la empresa, manifiesta la capacidad de aprovechar, con eficiencia, los recursos disponibles. Mientras más alto el resultado de la RE, mayor capacidad de la empresa para generar valor. Si la RE, fuera menor al costo de capital, la empresa estaría en condiciones de pérdida no tendría capacidad para pagar a los accionistas por utilidades del dinero invertido en ella.

El análisis de la rentabilidad económica mide el rendimiento de los activos, en un periodo determinado, independientemente de cómo se hayan financiado dichos activos, sin tomar en cuenta si la empresa es dueño de sus activos o estos están financiados total o parcialmente. La rentabilidad económica nos permite:

- Determinar la capacidad que tiene una empresa para generar valor agregado sin considerar su financiamiento.
- Realizar comparaciones de la rentabilidad entre diferentes empresas de competencia, sin tomar en cuenta su financiamiento.
- Evaluar la eficiencia de la gestión empresarial, midiendo la forma de administración en forma adecuada de la empresa.
- Concretar los resultados de la empresa y definir si es rentable o no, independientemente de su financiamiento.

### **Rentabilidad financiera**

Analizar la rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), como todos los indicadores se evalúan en determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por la inversión de capitales propios, son generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera es una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios, quienes, son interesados de la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los responsables pretenden maximizar en el interés de los propietarios.

La rentabilidad financiera es la rentabilidad de los capitales (activo) que son propios de la empresa en un periodo determinado.

Permite:

- publicar información necesaria a los propietarios o accionistas de la empresa.
- Describir la forma y monto que generan los ingresos propios de la empresa.
- La información, permite tomar decisiones financieras importantes para la empresa como:
  - solicitar financiamiento interno.
  - gestionar financiamiento externo.
  - Ampliación mediante el incremento del capital.
  - Hacer una combinación de financiamiento con ampliación de capital (Orlandi, 2011).

#### **2.3.2.5 La rentabilidad en el análisis contable**

Según Bernstein, (2005) la importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad

entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica. El análisis económico-financiero se vincula en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad económica financiera:

#### **Análisis de la rentabilidad.**

Análisis de la solvencia, permite evaluar la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones financieras de endeudamiento consecuencia del financiamiento, a su vencimiento.

Permite el análisis de la estructura financiera de la empresa cuyo propósito es conocer y realizar la adecuación para mantener un desarrollo sostenible de la empresa, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, entendiéndose que a mayor riesgo la rentabilidad es bastante elevada, sin embargo si se quiere seguridad en las inversiones la rentabilidad suele ser baja, consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable. A demás la solvencia de la empresa está ligada a la rentabilidad, el cual otorgara estabilidad a la empresa, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, el logro de la rentabilidad indispensable para la continuidad de la empresa.

#### **2.3.2.6 Consideraciones para construir indicadores de rentabilidad**

Bravo, (2003) en su expresión analítica, la rentabilidad contable es expresada como cociente entre una cuenta de resultado y una cuenta de capital invertido para obtener ese resultado. Para el análisis es necesario tener en cuenta una serie de aspectos en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado.

- Los resultados cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser analizables y expresarse en forma monetaria.

- existe, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al cual se referencian.
- La determinación del valor de los recursos invertidos se considera el promedio del periodo, el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un periodo, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable inventarios que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Siendo necesaria, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.
- definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una personificación incorrecta por tiempos cortos.

#### **2.3.2.7 Razones de rentabilidad**

De Castro, Rachida & Maydeu, (2008) sostiene que las razones de rentabilidad, nos muestran los efectos combinados de la liquidez, de la administración de los activos fijos y de la administración de las deudas sobre los resultados de la operación. Esto quiere decir que liquidez se refiere a la habilidad de una institución de satisfacer la demanda de fondos. El manejo de liquidez significa asegurar que la institución mantenga suficiente efectivo y activos líquidos para satisfacer la demanda por parte de los clientes de préstamos y retiros de ahorros y pagar los gastos de la institución.

Entre las principales se tiene; Margen de utilidad sobre ventas, que mide la utilidad obtenida por cada nuevo sol de ventas; generación básica de utilidades, muestra el potencial de generación de utilidades antes del efecto de los impuestos y del apalancamiento; rendimiento sobre el capital contable común, es la razón entre el ingreso neto y los activos totales; y el rendimiento sobre los activos totales, que mide el rendimiento sobre el capital contable común.

El índice de rentabilidad económica mide el retorno que proporciona el negocio independientemente de cómo ha sido financiado; mientras que el índice de rentabilidad financiera, mide el retorno de los accionistas después del pago de la deuda. En ambos casos, algo importante por tener en cuenta es que ulteriormente lo que genera el negocio se transforma en utilidad y ésta es la ganancia que tendrá el empresario desde el punto de vista económico o el accionista y desde el punto de vista financiero y las utilidades son lo que finalmente interesa, porque se convertirán en dividendos (ganancia de liquidez inmediata) o se transformarán en utilidades retenidas, las que en el futuro se convertirán en flujo de dividendos.

#### **2.3.2.8 Importancia de la rentabilidad**

Al respecto Núñez, (2010) el análisis es de vital la importancia de la rentabilidad es elemental para el desarrollo porque permite definir la necesidad de las cosas. La búsqueda de optimización con recursos escasos, la rentabilidad es la medida que permite determinar entre varias opciones. No es una medida absoluta porque se relaciona con del riesgo. Una empresa asume mayores riesgos sólo si puede conseguir más rentabilidad siendo fundamental que la política económica de un país potencie sectores rentables, es decir, que generan ingresos y no necesariamente se debe tomar en cuenta la rentabilidad. Rentabilidad ajustada al riesgo, podemos decir. Cuando no se planifica sucede que malgastamos nuestros recursos y al final de un tiempo, el dinero se acaba.

La búsqueda por obtener una rentabilidad adecuada permite viabilizar las operaciones empresariales de corto, mediano y largo plazo, así como distribuir a los accionistas y personal. La rentabilidad se vulnera por decisiones tanto en la parte de generación de ingresos, así como en la parte operativa realización de costos. Un modelo adecuado de rentabilidad responde a preguntas relacionadas a los productos con que se gana o pierde dinero (¿es un tema de

precio? ¿De volumen?; a los canales que mejor desempeño tienen (y no únicamente por una eficiencia transaccional); y a los clientes con los que se obtiene alta utilidad (¿tienen un nivel de atención adecuado? ¿Hay una propuesta de valor acorde a la utilidad que nos dejan?). Un modelo adecuado de rentabilidad permite conocer sus orígenes.

#### **2.3.2.9 MYPE**

Para Alberto, (2001) son unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

- Microempresa: de 1 a 10 trabajadores
- Pequeña Empresa: de 1 a 100 trabajadores
- Según el ingreso: Microempresa: Realizan ventas anuales hasta las 150 UIT.
- Pequeña empresa: Realizan ventas anuales hasta las 1700 UIT

La importancia de las MYPES en la economía es indiscutible, por lo que a través del tiempo han surgido iniciativas tanto del aparato estatal, de organismos no gubernamentales, como del sector privado, que se orientan al desarrollo del sector promoviendo con los diversos programas su participación en la actividad económica.

#### **2.3.2.10 Sector servicio**

Es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales. Generan servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de cualquier población en el mundo. El sector servicios está constituida por todas las actividades económicas cuyo propósito

es la producción de servicios que demanda la población, por esa razón se le conoce también como sector terciario (Krugman, 2017).

## **2.4 Hipótesis**

La capacitación incide directamente en rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016.

# **III. METODOLOGÍA**

## **3.1 Tipo y nivel de investigación**

El tipo de investigación fue de tipo cuantitativo; porque en el procesamiento y análisis de datos se utilizaron la matemática y la estadística. El nivel de investigación fue descriptivo; porque la recolección de datos se realizó de la realidad natural, sin manipular ninguna de las variables (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

## **3.2 Diseño de la investigación**

Fue el diseño descriptivo simple, no experimental de corte transversal; fue descriptivo porque se recolectaron datos de la realidad natural; no experimental, porque no se manipularon deliberadamente ninguna de las variables de estudio y de corte transversal, porque la recolección de datos se realizó en un sólo momento (Torres, 2001); Cuyo diagrama es:

M                    O                    dada una muestra realizar una observación.

Dónde:

M = muestra

O = Observación

## **3.3 Población y muestra**

### **Población**

Se consideró como una población posible a los administradores y/o propietarios de las Mypes del sector hoteles en la provincia de Pomabamba (Ñaupas, Mejía, Novoa & Villagómez, 2013).

N = 22 administradores y/o propietarios

### **Muestra**

La muestra fue una parte de la población, se obtuvo mediante el muestreo no probabilístico intencional, por decisión; porque el tamaño de la población fue pequeña (Ñaupas, Mejía, Novoa & Villagómez, 2013).

n = 22 administradores y/o propietarios

### 3.4 Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
<b>Variable 1: Capacitación</b>	Es un proceso continuo de enseñanza y aprendizaje en el que se desarrollan las habilidades y destrezas de las personas, las cuales les permiten un mejor desempeño en sus labores habituales (Chacaltana, 2012)	La variable comprende las siguientes dimensiones: ventajas de la capacitación, tipos de capacitación, capacitación para emprendedores. Por ser una variable nominal se medirá con el cuestionario estructurado.	Ventajas de la capacitación	Mejora vinculo cliente y personal	1. ¿La capacitación brindada a su personal mejoró el vínculo entre cliente y personal en su micro empresa?	Nominal
				Alimenta la confianza	2. ¿La capacitación brindada a su personal en su micro empresa mejora la confianza de su personal?	Nominal
				Mejora aptitudes comunicativas	3. ¿La capacitación realizada a su personal en su micro empresa mejora las aptitudes comunicativas de sus trabajadores?	Nominal
				Desarrolla sentido de progreso	4. ¿La capacitación realizada a su personal en su micro empresa desarrolla su sentido de progreso?	Nominal
				Permite el logro de metas individuales	5. ¿La capacitación realizada a su personal permite el logro de metas individuales en su micro empresa?	Nominal
			Tipos de capacitación	Capacitación para el trabajo	6. ¿En su micro empresa brindan capacitan a su personal?	Nominal
			Capacitación para emprendedores	Comercialización y costo	7. ¿En su micro empresa con la capacitación mejoran la comercialización y costo?	Nominal
				Atención al público	8. ¿En su micro empresa con la capacitación mejoran la atención al público?	Nominal

				Registro contable	9. ¿En su micro empresa mediante la capacitación realizan los registros contables?	Nominal
<b>Variable 2: Rentabilidad</b>	Relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario (Martínez & Vargas, 2008).	La variable comprende las siguientes dimensiones: factores de rentabilidad, tipos de rentabilidad, indicadores de rentabilidad. Por ser una variable nominal se medirá con el cuestionario estructurado.	Factores de rentabilidad	Intensidad del capital	1. ¿La capacitación mejoro la intensidad de capital en su micro empresa?	Nominal
				Amplia el producto y mercado	2. ¿Con la capacitación su micro empresa amplia el producto en el mercado?	Nominal
				Modificación de estructura de precios	3. ¿Su micro empresa modificó la estructura de precios?	Nominal
				Mejora de la atención al cliente	4. ¿Con la capacitación se mejoró la atención al cliente?	Nominal
				Mejora ingresos económicos	5. ¿En su miro empresa los ingresos económicos mejoraron con la capacitación?	Nominal
			Tipos de rentabilidad	Rentabilidad económica	6. ¿Su micro empresa obtiene rentabilidad económica?	Nominal
				Rentabilidad financiera	7. ¿Su micro empresa obtiene rentabilidad financiera?	Nominal
			Indicadores de rentabilidad	Expresión en forma monetaria	8. ¿En su micro empresa expresan la rentabilidad en forma monetaria?	Nominal
				Líquides de la micro empresa	9. ¿Su micro empresa obtiene liquides económica?	Nominal

### 3.5 Técnica e instrumento

#### Técnica

**Encuesta:** fue una técnica que permitió elaborar un conjunto de preguntas o ítems en función de las variables e indicadores de estudio.

#### Instrumento

**Cuestionario estructurado:** fue un formato elaborado específicamente con base a la técnica de estudio; cuya utilidad fue para la recolección de datos de la muestra de estudio (Ángeles, 2005).

### 3.6 Plan de análisis

Se utilizó la estadística descriptiva para analizar las frecuencias y los porcentajes de los resultados de la aplicación del cuestionario.

### 3.7 Matriz consistencia

#### Anexo 03

### 3.8 Principios éticos

De acuerdo a la posición de los autores Pollit & Hungler (1984), en las reuniones de Viena y Helsinki, se establecieron los siguientes principios éticos de la investigación. Se aplicaron los siguientes principios éticos:

**El conocimiento informado:** este principio se cumplió a través de la información que se dio a los administradores y/o propietarios de las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba.

**El principio del respeto a la dignidad humana:** se cumplió con el principio de no mellar la dignidad de los administradores y/o propietarios de las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba.

**Principio de Justicia:** Comprendió el trato justo antes, durante y después de su participación, se tendrá en cuenta:

- La selección justa de participantes. El trato sin prejuicio a quienes rehúsan de continuar la participación del estudio.
- El trato respetuoso y amable siempre enfocando el derecho a la privacidad y confidencialidad garantizando la seguridad de las personas.

**Anonimato:** se aplicó el cuestionario indicándoles a los administradores y/o propietarios de las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba que la investigación es anónima y que la información obtenida es sólo para fines de la investigación.

**Privacidad:** toda la información recibida en el presente estudio se mantuvo en secreto y se evitó ser expuesto, respetando la intimidad de los administradores y/o propietarios de las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba, siendo útil sólo para fines de la investigación.

#### IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

##### 4.1 Resultados

##### 4.1.1 Respecto al objetivo específico 1

**Tabla 1.**  
**Distribución de la muestra, según mejora del vínculo entre cliente y personal**

<b>Mejora del vínculo entre cliente y personal</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	12	55
b) No	8	36
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 2.****Distribución de la muestra, según mejora de la confianza de su personal**

<b>Mejora de la confianza de su personal</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	13	59
b) No	7	32
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 3.****Distribución de la muestra, según mejora de aptitudes comunicativas de sus trabajadores**

<b>Mejora de aptitudes comunicativas de sus trabajadores</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	13	59
b) No	6	27
c) No responde	3	14
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 4.****Distribución de la muestra, según desarrollo de su sentido de progreso**

<b>Desarrollo de su sentido de progreso</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	12	55
b) No	6	27
c) No responde	4	18
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 5.****Distribución de la muestra, según logro de metas individuales en su micro empresa**

<b>Logro de metas individuales en su micro empresa</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	12	55
b) No	7	31
c) No responde	3	14
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 6.**  
**Distribución de la muestra, según capacitación a su personal en su micro empresa**

<b>Capacitación a su personal en su micro empresa</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	15	68
b) No	5	23
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 7.**  
**Distribución de la muestra, según mejora de la comercialización y costo**

<b>Mejora de la comercialización y costo</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	16	73
b) No	4	18
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 8.**  
**Distribución de la muestra, según mejora de la atención al público**

<b>Mejora de la atención al público</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	16	73
b) No	4	18
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 9.**  
**Distribución de la muestra, según realización del registro contable en su micro empresa**

<b>Realización del registro contable en su micro empresa</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	10	45
b) No	9	41
c) No responde	3	14
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

#### 4.1.2 Respecto al objetivo específico 2

**Tabla 10.**  
**Distribución de la muestra, según mejora de la intensidad de capital en su micro empresa**

<b>Mejora de la intensidad de capital en su micro empresa</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	16	73
b) No	5	22
c) No responde	1	5
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 11.**  
**Distribución de la muestra, según ampliación del producto en el mercado**

<b>Ampliación del producto en el mercado</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	16	73
b) No	4	18
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 12.**  
**Distribución de la muestra, según modificación de estructura de precios**

<b>Modificación de estructura de precios</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	16	73
b) No	5	22
c) No responde	1	5
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 13.**  
**Distribución de la muestra, según mejora de la atención al cliente**

<b>Mejora de la atención al cliente</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	17	77
b) No	3	14
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 14.**

**Distribución de la muestra, según mejora de los ingresos económicos**

<b>Mejora de los ingresos económicos</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	16	73
b) No	4	18
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 15.**

**Distribución de la muestra, según obtención de rentabilidad económica**

<b>Obtención de rentabilidad económica</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	15	68
b) No	5	23
c) No responde	2	9
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 16.**

**Distribución de la muestra, según obtención de la rentabilidad financiera**

<b>Obtención de la rentabilidad financiera</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	14	64
b) No	5	22
c) No responde	3	14
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 17.**

**Distribución de la muestra, según rentabilidad en forma monetaria**

<b>Rentabilidad en forma monetaria</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	15	68
b) No	4	18
c) No responde	3	14
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

**Tabla 18.**

**Distribución de la muestra, según obtención de liquides económica en su micro empresa**

<b>Obtención de liquides económica en su micro empresa</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Sí	18	82
b) No	3	13
c) No responde	1	5
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Fuente: administradores y/o propietarios de las Mypes hoteleras de la provincia de Pomabamba

## **4.2 Análisis de los resultados**

### **4.2.1 Respecto al objetivo específico 1**

Tabla 1

Del 100% igual a 22 administradores y/o propietarios encuestados, el 55% afirmaron que en su micro empresa la capacitación mejoraba el vínculo entre el cliente y el personal.

Los resultados hallados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Silva, (2016) sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016. Quien concluyó: el 58% de los comisionados de las Mype dijo no haber obtenido capacitación antes del otorgamiento del préstamo. El 92% dijo que el rendimiento de su comercio mejoró gracias a la preparación, el 100% dijo que la capacitación recibida era una ganancia y no un gasto, el 83% indicó que el rendimiento de su negocio creció por financiamiento.

Ambos resultados se relacionan directamente porque en la micro empresa de hoteles la capacitación mejora el vínculo entre cliente y el personal; mientras que en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado sostuvieron que el rendimiento de atención mejoro debido a la preparación a su personal.

## Tabla 2

Del total de 100% de encuestados, el 59% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoraba la confianza de su personal.

Los resultados obtenidos en la presente investigación se relacionan con la tesis de Venturo, (2016) sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro Hotelería en el año 2016. Concluyó: el 58% preciso no haber recibido preparación, el 92% cree que la paciencia y sencillez mejoro su negocio. El 100% de las Mype consideran que la formación es un cambio y el 58% afirmaron no haber recibido preparación al momento de recibir un préstamo.

Los resultados de ambas investigaciones se relacionan directamente porque en la micro empresa de hoteles la capacitación mejoro la confianza de su personal, y Venturo sostiene que la formación contribuye al cambio para mejorar su negocio y en cuanto de la atención al público.

## Tabla 3

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 59% indicaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoraba las aptitudes comunicativas de sus trabajadores.

Los resultados hallados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Vásquez, (2016) sobre Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes de Pucallpa, Ucayali, 2011. Concluyó: en cuanto a la formación: el 53 % de las Mypes de la data no recibió preparación antes del otorgamiento de los créditos y el 44 % de los trabajadores de dichas Mypes no recibió ningún curso de preparación.

Ambos resultados tienen una diferencia porque en la micro empresa de hoteles la capacitación mejoraba las aptitudes comunicativas de sus trabajadores; mientras que en las Mypes de Pucallpa los trabajadores no recibieron capacitación para mejorar la atención en su micro empresa.

#### Tabla 4

Del 100% igual a 22 encuestados, el 55% afirmaron que la capacitación en su personal desarrollaba su sentido de progreso.

Los resultados alcanzados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Peña, (2014) sobre Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes del sector servicios - rubro hoteles de la ciudad de Piura periodo 2013. Concluyó: los empresarios encuestados manifestaron que el 50% no recibió preparación antes de la autorización de crédito, el 60% si recibió capacitación y el 100% considera que el aprendizaje es un cambio. Respecto a la Rentabilidad: el 70% afirma que con el préstamo otorgado ha renovado su negocio, 60% comenta que la preparación mejoró el rendimiento de su negocio y el 70% afirmó que dos últimos años ha aumentado su rentabilidad.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles la capacitación de su personal desarrollaba su sentido de progreso; mientras que en las Mypes del sector servicios - rubro hoteles de la ciudad de Piura sostuvieron que más de la mitad recibieron capacitación y que el aprendizaje es un cambio positivo para la micro empresa.

#### Tabla 5

Del 100% igual a 55% administradores y/o propietarios encuestados, el 55% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación realizada al personal lograba metas individuales.

Los resultados alcanzados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Ruiz, (2012) sobre Influencia de la asistencia técnica y capacitación en el uso de las tecnologías de información y comunicación para el mejoramiento de la productividad y competitividad empresarial de las Mypes de la región Callao. Concluyó: que los elementos del ámbito empresarial, así como los de la administración fundamental incurren en la huida y en la conservación de las Mypes de la región Callao. Un examen de corte transversal encuentra que las contingencias del micro entorno y macro

entorno incurren respectivamente en los negocios desaparecidas y empresas sobrevivientes, de forma similar ocurren con los componentes internos.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles con la capacitación su personal lograba metas individuales; mientras que en las Mypes de la región Callao utilizan las tecnologías para mejorar la atención y obtener mejor resultados en la micro empresa.

#### Tabla 6

Del 100% igual a 22 encuestados, el 68% afirmaron que en su micro empresa de hoteles realizaban capacitación a sus trabajadores.

Los resultados hallados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Vásquez, (2009) sobre Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo - rubro restaurantes, hoteles y agencias de viaje del distrito de Chimbote, periodo 2005-2006. Concluyó: el 72% de los MYPE del sector turismo estudiadas tienen más de 3 años de antigüedad, destacando el rubro hoteles con 94.7%. Tomando en cuenta el promedio, los máximos y mínimos, podemos afirmar que, en la muestra estudiada, el rubro hoteles es estrictamente microempresa (bajo el criterio de número de trabajadores).

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles realizaban capacitación a todos sus trabajadores; mientras que en la micro empresa de restaurantes, hoteles y agencias de viaje del distrito de Chimbote sostienen que en los años de atención su rendimiento mejoró notablemente por medio de la capacitación brindada a sus trabajadores.

#### Tabla 7

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa con la capacitación mejoraban la comercialización y costo.

Los resultados obtenidos se relacionan con la tesis de Herrera, Limón & Soto, (2010) sobre Fuentes de financiamiento en época de crisis realizado en las Empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del Río –México. Quienes concluyeron: 1 47% tomaron las ventajas impositivas; 61% los costos que llegaron utilizar dinero extrañó y 59% las capacidades que representa no emplear su propio dinero.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles con la capacitación mejoraron la comercialización y costo; mientras que en las empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del Río los costos fueron a más de la mitad, pero utilizando dinero que no era propio de la empresa y la capacidad de su capital era un poco más de la mitad.

#### Tabla 8

Del 100% igual a 22 encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa con la capacitación mejoraban la atención al público.

Los resultados hallados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Rodríguez, (2014) sobre Caracterización del financiamiento y la formalización de las Mype del sector servicios rubro restaurantes distritos de Ventanilla, Provincia Constitucional del Callao, Departamento de Lima Periodo, 2013 -2014. Concluyó: se lograron los discrepantes orígenes de subvencionamiento y ese apoyo destinar a la preparación para que les ayude a aumentar al negocio y también a la empresa a que se dedica y prosperar el rendimiento en la micro empresa.

Los resultados de ambas investigaciones se relacionan directamente porque en la micro empresa de hoteles con la capacitación mejoraron la atención al público; mientras que en la Mype del sector servicios rubro restaurantes distritos de Ventanilla lograron discrepancias de subvencionamiento para ayudar a salir adelante a la empresa para su desarrollo micro económico.

#### Tabla 9

Del total de 100% de encuestados, el 45% afirmaron que en su micro empresa mediante la capacitación realizaban el registro contable.

Los resultados obtenidos en la presente investigación se relacionan con la tesis de Kong & Moreno, (2014) tesis de titulación sobre Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mype del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010 – 2012; realizado en Chiclayo. Concluyeron: las causas de financiamiento han influido de manera efectivo en el crecimiento de las MYPE del Distrito de San José, gracias a que dichas fuentes les han posibilitado acceder al préstamo para financiar sus modificaciones en el capital de trabajo, activos fijos y tecnología, impulsándolos a un mejoramiento tanto en su fabricación como en sus entradas, ya que ahora cuentan con un mejor catalogo para ofrecer a sus clientes.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles mediante una capacitación recibida realizaban el registro contable; mientras que en la micro empresa del distrito de San José – Lambayeque logran obtener mayor ingresos con el financiamiento y la capacitación, logrando aumentar el capital y la rentabilidad en la micro empresa.

#### **4.2.2 Respecto al objetivo específico 2**

#### Tabla 10

Del total de 100% igual a 22 encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoró la intensidad de capital.

Los resultados obtenidos en la presente investigación se relacionan con la tesis de Benavides, (2012) sobre La calidad y productividad en el sector hotelero Andaluz. Quien concluyó: en cuanto a la concordancia entre condición y rendimiento en los servicios son muy abundantes para alcanzar mayor rendimiento en el micro empresas. En el departamento turístico han aparecido a lo largo del tiempo de preparación de diversas índoles para

posibilitar la implantación del procedimiento de administración de calidad total.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles con la capacitación mejoraron la intensidad de capital; mientras que Benavides sostuvo que el rendimiento económico fue avanzado de forma positiva con el paso de los años logrando un financiamiento óptimo y seguro; incrementando el capital de la micro empresa.

#### Tabla 11

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles con la capacitación ampliaron el producto en el mercado.

Los resultados de la presente investigación se relacionan con la tesis de Filippo, (2011) sobre Financiamiento del desarrollo económico diversificación de instrumentos financieros en una economía en desarrollo. Concluyó: la disposición y el crecimiento de las finanzas acceden disminuir los importes asociados a esos componentes. Algunos ejemplares presentan ponderaciones múltiples, en los que se compara niveles de bienestar entre sucesos: un equilibrio de altos niveles o valoración y aumento de los beneficios, en que el procedimiento financiero y el ahorro real están desarrollados, y otro de bajos niveles o tasas de crecimiento de los ingresos en que no lo están.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles con la capacitación ampliaron el producto en el mercado; mientras que Filippo sostiene que obtuvo crecimiento en las finanzas, alcanzando múltiples ingresos de sus productos vendidos.

#### Tabla 12

Del 100% igual a 22 administradores y/o propietarios encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles modificaron la estructura de precios.

Los resultados de la presente investigación se relacionan con la tesis de Vargas, (2016) sobre Caracterización de competitividad y rentabilidad de las Mype rubro Autoboutique de la provincia de Talara, año 2016. Quien concluyó: se describió que las superioridades competitivas son reconocidas en el mercado, contar con personal competente, y tener tecnología para sus servicios; asimismo las habilidades competitivas se apoyan en los precios esencialmente y los servicios de atención. En relación a los mecanismos de medición del rendimiento, las MYPE suelen emplear los libros contables, y en cuanto al rendimiento en la línea de productos los delegados están de acuerdo que el rubro autoboutique es beneficio y se considera entre 5 a 15%.

Los resultados de ambas investigaciones se relacionan directamente porque en la micro empresa de hoteles modificaron la estructura de precios; mientras que en la micro empresa de Autoboutique de la provincia de Talara sostuvo que mediante las habilidades competitivas manejaron los precios en beneficio de la micro empresa.

#### Tabla 13

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 77% indicaron que en su micro empresa de hoteles mejoraron la atención al público con la capacitación a su personal.

Los resultados encontrados en la presente investigación se relacionan con la tesis de García, (2016) sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas, del distrito de Callería, periodo 2016. Quien concluyó: el 90% manifestaron que, si ha mejorado su rendimiento de sus negocios, el 95% manifestó que la rentabilidad si mejoro, y el 90% manifestaron que el rendimiento si ha mejorado en los dos últimos dos años, y el 85% la rentabilidad de sus negocios no ha disminuido en los últimos dos años.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles mejoraron la atención al público con la capacitación;

mientras que casi el 100% indicaron que su rendimiento económico había mejora y por tanto la economía de la micro empresa.

#### Tabla 14

Del 100% igual a 22 encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles mejoraron los ingresos económicos mediante la capacitación a su personal.

Los resultados hallados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Chávez, (2016) sobre Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad Mypes sector comercio rubro ferreterías distrito de Tumbes, 2016. Quien concluyó: el financiamiento contribuyó en el rendimiento y la preparación mejoró la rentabilidad en la micro empresa, incrementando los ingresos económicos en forma acelerada.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles los ingresos económicos mejoraron mediante la capacitación; mientras que Mypes sector comercio rubro ferreterías distrito de Tumbes concluyó que el financiamiento mejoró el ingreso económico y la rentabilidad de la micro empresa.

#### Tabla 15

Del 100% igual a 22 encuestados, el 68% afirmaron que en su micro empresa de hoteles obtenían rentabilidad económica.

Los resultados alcanzados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Tello, (2014) sobre Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo de las micro y pequeñas empresas comerciales en el distrito de Pacasmayo. Quien concluyó: uno de los principales dilemas que enfrentan las micro y pequeña empresa del distrito de Pacasmayo es el restringido financiamiento por parte de los bancos el mismo que limita su incremento y aumento; siendo las entidades no crediticias como las cajas municipales, cajas rurales, cooperativas de ahorro y crédito, financiera, las que ceden con una mayor política de financiamiento.

Los resultados de ambas investigaciones se relacionan directamente porque en la micro empresa de hoteles obtenían rentabilidad económica; mientras que en la micro empresas comerciales en el distrito de Pacasmayo reciben apoyo para obtener rentabilidad de las cajas rurales, cooperativas de ahorro financieras, entre otras para obtener rentabilidad económica.

#### Tabla 16

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 64% afirmaron que en su micro empresa de hoteles obtenían rentabilidad financiera.

Los resultados hallados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Rengifo, (2011) sobre El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto. El objetivo fue: Analizar la incidencia del crédito en la rentabilidad de las microempresas comerciales en el distrito de Tarapoto. Concluyó: los préstamos que proviene de cualquier fuente sea bancaria o no bancaria origino un rendimiento del nivel medio en las microempresas mercantiles del distrito de Tarapoto, durante el ejercicio fiscal 2011.

Ambos resultados se relacionan directamente porque en la micro empresa de hoteles obtenían rentabilidad financiera; mientras que en las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto, se obtuvo un rendimiento económico a nivel medio gracias a las fuentes bancarias y no bancarias.

#### Tabla 17

Del total de 100% igual a 22% encuestados, el 68% afirmaron que en su micro empresa de hoteles expresaban la rentabilidad en forma monetaria.

Los resultados obtenidos en la presente investigación se relacionan con la tesis de Agreda, (2016) sobre El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso empresa de servicios Daniel EIRL de Chimbote, 2013. Concluyó: se propuso un flujo de caja proyectado con y sin financiamiento, luego la

representación de estados financieros proyectados que fueron examinados a través de ratios de rentabilidad, en los cuales, se encontró que el crédito si influye positivamente en el rendimiento del negocio del caso, según las ratios que revelan un crecimiento moderado.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles expresaban la rentabilidad en forma monetaria; mientras que Agreda sostiene que el crédito influye positivamente en el rendimiento y crecimiento de las micro empresas.

#### Tabla 18

Del total de 100% igual a 22 administradores y/o propietarios encuestados, el 82% opinaron que en su micro empresa de hoteles obtenían liquidez económica.

Los resultados hallados en la presente investigación se relacionan con la tesis de Recinos, (2011) sobre El apoyo del estado a las micro y pequeñas empresas realizado en la ciudad de San Vicente, país El Salvador. Quien concluyó: durante épocas de peligro, las MYPES llegan a ser uno de los baluartes principales para eludir desvanecimientos en la economía, ya que constituyen un engranaje para agrandar en abundancia de fuerza laboral no impregnada y/o descartada por el sector formal; su capacidad de subsistencia en época de dificultad, y a la vez, representan una fuente de entrada alternativa a la de los sueldos.

Ambos resultados tienen una relación directa porque en la micro empresa de hoteles obtenían liquidez económica; mientras que en las Mypes de la ciudad de San Vicente, país El Salvador lograba subsistencia de la micro empresa obteniendo liquidez y rentabilidad.

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Respecto al objetivo específico 1**

Se ha descrito la capacitación en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016; con el 59% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoraba la confianza de su personal, el 59% indicaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoraba las aptitudes comunicativas de sus trabajadores, el 73% afirmaron que en su micro empresa con la capacitación mejoraban la comercialización y costo, el 73% afirmaron que en su micro empresa con la capacitación mejoraban la atención al público.

### **5.2 Respecto al objetivo específico 2**

Se ha descrito la rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016; con el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles modificaron la estructura de precios, el 77% indicaron que en su micro empresa de hoteles mejoraron la atención al público con la capacitación a su personal, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles mejoraron los ingresos económicos mediante la capacitación a su personal, el 68% afirmaron que en su micro empresa de hoteles obtenían rentabilidad económica, el 82% opinaron que en su micro empresa de hoteles obtenían liquidez económica.

### **5.3 Respecto al objetivo general**

Queda determinada la capacitación y rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016; con el 55% afirmaron que en su micro empresa la capacitación mejoraba el vínculo entre cliente y personal; el 73% dijeron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoró la intensidad de capital.

### **Recomendaciones**

1. Una constante capacitación para el administrador y/o dueño y trabajadores, actualizaciones en cuanto a atención al cliente, trato amable, buenas prácticas de higiene, seguridad en cuanto a la infraestructura, entre otros, de esa manera lograr fidelizar al cliente.

2. Con un personal adecuadamente capacitado se logra un buen trato al cliente obteniendo mejores ganancias para los hoteles, un cliente feliz es rentabilidad para la micro empresa.
3. La capacitación y la rentabilidad están directamente relacionados, cuanto más se capacita el personal mejores serán los resultados para la micro empresa; un cliente que está contento con la atención recomendará el hotel a amigos, conocidos y familiares; creando mejores ingresos y mayor rentabilidad para la micro empresa.

## VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### 6.1 Referencias bibliográficas

- Acedo, D. (2010). *Estructura financiera y rentabilidad de las empresas riojanas de España, analiza los factores determinantes de los beneficios obtenidos por las empresas riojanas entre 2007 y 2009*. Tesis de Maestría. España: Universidad de Guadalajara.
- Agreda, D. (2016). *El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso empresa de servicios Hotel Daniel Eirl de Chimbote, 2013*. Tesis de Titulación. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Alberto, G. (2001). *Gerencia financiera un enfoque estratégico*. México: Mac Graw Hill Education.
- Alles, M. (2009). *Una nueva forma de aprendizaje*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Ángeles, E. (2005). *Método y técnicas de investigación*. México: Trillas.
- Apaza, M. (2002). *Análisis e Interpretación de Estados Financieros*. Lima Perú: Edit. Pacífico.
- Benavides, C. (2012). *La calidad y productividad en el sector hotelero Andaluz*. Tesis de Titulación. Universidad de Andaluz.
- Bernstein, L. (2005). *Análisis de estados financieros. Teoría, aplicación e interpretación*. Madrid: Ed. Irwin.
- Bravo, S. (2003). *Análisis de Rentabilidad Económica y Financiera*. Lima - Perú: Diana.
- Brigham, S. (2000). *Fuentes de Financiamiento*. [Acceso 2017 set. 22]. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com>
- Bustos, J. (2013). *Fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal para el desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas*. Tesis de Titulación. México: Universidad Autónoma de México.
- Bustos, J. (2013). *Fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal para el desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas hoteleras*. Tesis de Titulación. México: Universidad Autónoma de México.

- Castaño, L. (2008). *Modelos de entrenamiento y capacitación en la empresa*. Colombia: Talento.
- Chacaltana, J. (2012). *Capacitación laboral proporcionada por las empresas el caso peruano*. [Acceso 2017 set. 22]. Recuperado de: <http://www.consortio.org/cies/html/pdfs/pm0324.pdf>.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. 7ma ed. México: McGraw –Hill, Interamericana.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. 8ª ed. México: McGraw – Hill.
- Cortijo, D. (2016). *Administración del capital de trabajo y su influencia en la rentabilidad de la empresas hotelera Antonio's S.A.C Trujillo 2014 -2015*. Tesis de Titulación. Trujillo: Universidad Privada “Leonardo Da Vinci”.
- De castro, J. Rachida, J. & Maydeu, A. (2008). *La naturaleza del proceso emprendedor en España con el contexto internacional*. 3ra ed. España: Fundación BBVA. P. 202.
- Dessler, G. (2004). *Administración de personal*. México: Printice Hall.
- Dextre, D. (2015). *Financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro bordados artesanales La Plaza de la provincia de Huaraz – región Ancash, año 2012*. Tesis de Titulación. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Fernández, J. (2013). *Rentabilidad*. [Acceso 2018 Enero 20]. Recuperado de: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/rentabilidad.html>
- García, M. (2016). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles, del distrito de Callería, periodo 2016*. Tesis de Titulación. Pucallpa: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- Hernández, Sampieri & Baptista, (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Krugman, P. (2017). *La competitividad: una obsesión*. Perú: El internacionalismo.
- Leal, M. (2013). *Medición del impacto de la capacitación en la medición de alimentos*. México: Acribia.

- Lira, P. (2009). *Finanzas y Financiamiento: las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer*. Lima. USAID/PERU/MYPE COMPETITIVA. [Acceso 2017 set. 22]. Recuperado de: [http://www.facilitandocomercio.com/informe/finanzas\\_financiamiento.pdf](http://www.facilitandocomercio.com/informe/finanzas_financiamiento.pdf)
- Macas, Y. & Luna, G. (2013). *Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejoramiento en la empresa hotelera del Cantón Huaquillas en los periodos contables 2008 – 2009*. Tesis de Titulación. Ecuador: Universidad Nacional de Loja.
- Martínez, M. & Vargas, J. (2008). *Relación del entrenamiento, capacitación y financiamiento, con el crecimiento sostenido de pequeñas empresas del sector industrial en la ciudad de San Luis potosí México*. [Acceso 2017 set. 22]. Recuperado de: <http://www.eumed.net/librosgratis/2008b/403/cRELACION%20DEL%20ENTRENAMIENTO%20CAPACITACION%20Y%20FINANCIAMIENTO.htm>
- Mathews, J. (2008). *Capacitación y rentabilidad en las Mypes*. Lima-Perú: Eduardo Lastra Arce Diseño gráfico y Prensa: Media Corp Perú.
- Mendoza, A. (2011). *Teorías de Mypes*. [Acceso 2018 Set. 16]. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/51302497/Tipos-de-MYPES>
- Núñez, T. (2010). *La productividad desde una perspectiva humana: dimensiones y factores*. Venezuela: Universal.
- Ñaupas, H. Mejía, E. Novoa, E. & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Orlandi, P. (2011). *La importancia estratégica de las Pymes: características principales de las pequeñas y medianas empresas y su rol en el desarrollo económico*. [Acceso 2017 set. 22]. Recuperado de: [http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme\\_com\\_internacionall.pdf](http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf)
- Ortiz, Y. (2011). *Teorías sobre la empresa*. Escuela Universitaria de Turismo. [Acceso 2018 Set. 16]. Recuperado de: <http://euroibiza.org/?p=545>
- Peña, J. (2014). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes del sector servicios - rubro hoteles de la ciudad de Piura*

- periodo 2013*. Tesis de Titulación. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Pollit & Hungler, (1998). *Metodología de la investigación en salud*. México: Mc Grau.
- Prevé, L. (2010). *La rentabilidad de las empresas de hoteles de tres estrellas*. Tesis de Maestría. Chile: Universidad Austral.
- Prevé, L. (2012). *La rentabilidad de las empresas*. Tesis de Maestría. Chile: Universidad Austral.
- Ramírez. (2014). *Los planes de carrera como estrategia* México: Prentice Hall.
- Rengifo, M. (2011). *El crédito y la rentabilidad de las microempresas del distrito de Tarapoto*. Tesis de Maestría. Tingo María: Universidad Nacional Agraria De La Selva.
- Robinson, G. (2008). *Formación estratégica de administradores de la capacitación*. San Francisco: Second.
- Rodrigues, U. (2015). *Factores determinantes de la rentabilidad de las empresas hoteleras del Mercosur. Un enfoque contable*. Tesis Doctoral. Córdoba-Argentina: Universidad Nacional De Córdoba.
- Romero, G. Toledo, I. & Ocampo, D. (2014). *El sector servicios*. [Acceso 2018 Set. 16]. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/tecsistecat/n16/sector-servicios.html>.
- Ruiz, M. (2011). *La evaluación de la capacitación como proceso de aprendizaje en el marco del e- learning*. Madrid: Alianza.
- Ruiz, N. (2012). *Influencia de la asistencia técnica y capacitación en el uso de las tecnologías de información y comunicación para el mejoramiento de la productividad y competitividad empresarial de las Mypes de la región Callao*. Tesis de Titulación. Callao-Lima: Universidad Nacional del Callao.
- Sánchez, J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. España: Universidad de Murcia.
- Silva, C. (2010). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016*. Tesis de Titulación. Tingo María: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

- Stephen, R. (2009). *La capacitación y la motivación como herramientas para conseguir una ventaja competitiva*. México: Treceava edición.
- Sutton, C. (2001). *Capacitación del Personal*. Buenos Aires Argentina. [Acceso 2018 Set. 16]. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos16/capacitacion-personal/capacitacionpersonal.shtml#conclu>
- Tamayo, G. (2007). *Mi pequeña empresa crece, financiamiento*. Lima - Perú: Pro Inversión.
- Torres, J. (2001). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos.
- Vargas, E. (2016). *Caracterización de competitividad y rentabilidad de las Mype rubro hoteles de la provincia de Talara, año 2016*. Tesis de Titulación. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Varian, H. (2006). *Microeconomía intermedia. Un enfoque actual*. 4ta Ed. Barcelona, España: Antoni Bosch Editor.
- Vásquez, H. (2009). *Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo - rubro restaurantes, hoteles y agencias de viaje del distrito de Chimbote, periodo 2005-2006*. Tesis de Titulación. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Vásquez, F. (2016). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes de Pucallpa, Ucayali, 2011*. Tesis de Titulación. Ucayali: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Vega, U. (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro hoteles y restaurantes en la provincia y departamento de Huancavelica, periodo 2012-2013*. Tesis de Titulación. Huancavelica: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Venturo, S. (2016). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro Hotelería en el año 2016*. Tesis de Titulación. Tingo María: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

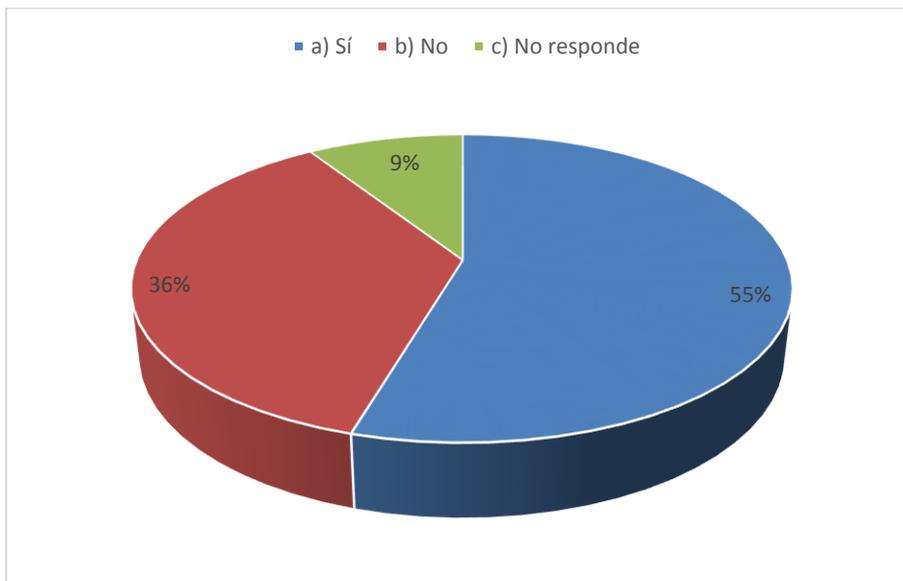
- Vizacarra, T. N. (2012). *Importancia de la Capacitación para las Mypes*. [Acceso 2017 set. 22]. Recuperado de: <http://www.mundomype.com/articulos/44-recursos-humanos/167-importanciade-la-capacitacion-para-las-mype.htm>
- Zambrano, R. (2014). *Importancia de la capacitación y el desarrollo del talento humano en el Ecuador*. Ecuador: Universal.





## 6.2.2. Anexo 2: Estadística

### Figuras estadísticas

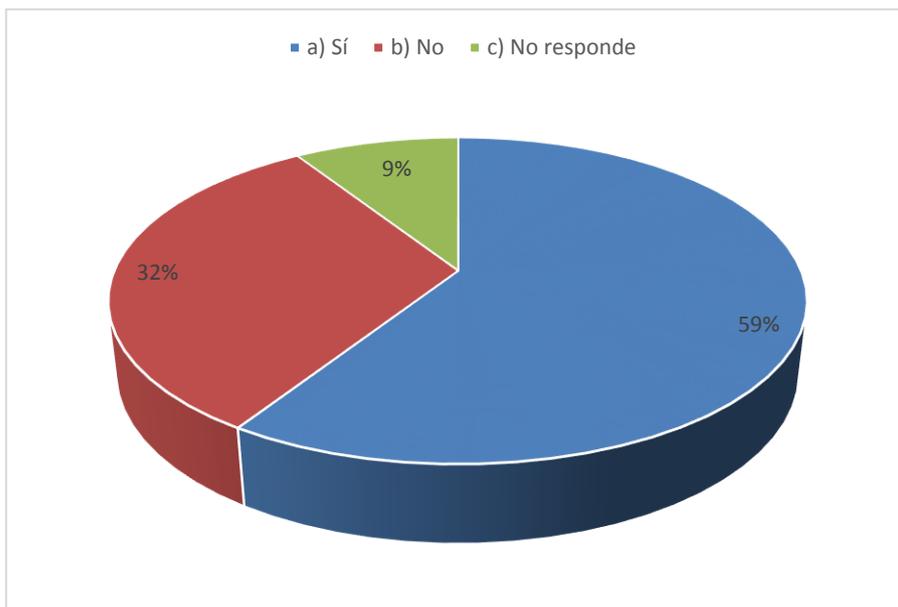


**Figura 1:** Mejora del vínculo entre cliente y personal

**Fuente:** Tabla 1

### Interpretación

Del 100% igual a 22 administradores y/o propietarios encuestados, el 55% afirmaron que en su micro empresa la capacitación mejoraba el vínculo entre el cliente y el personal; a diferencia del 9% no respondieron; seguido por el 36% indicaron que en su micro empresa la capacitación no mejora el vínculo entre el cliente y el personal.

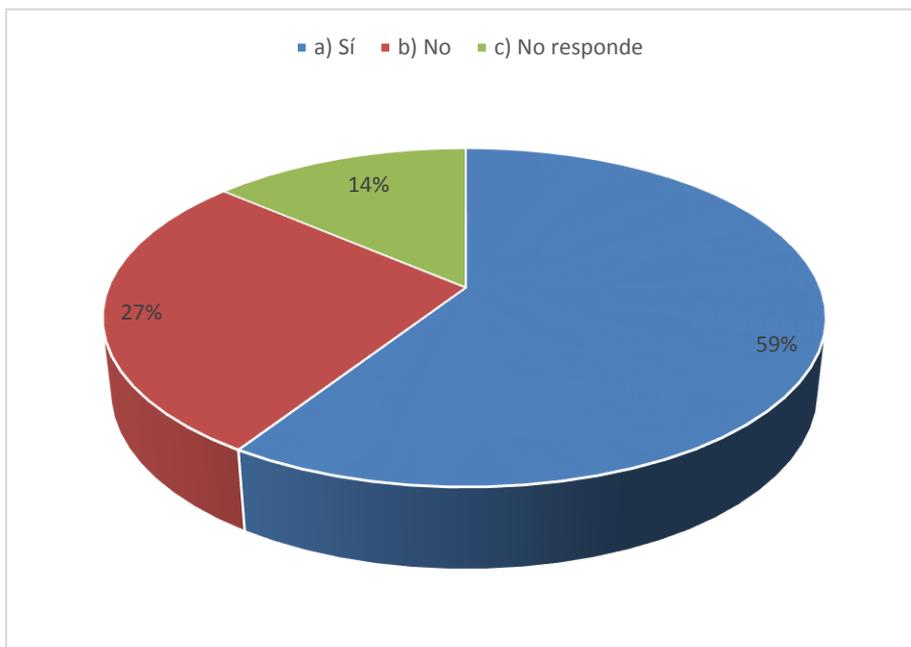


**Figura 2:** Mejora de la confianza de su personal

**Fuente:** Tabla 2

### **Interpretación**

Del total de 100% de encuestados, el 59% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoraba la confianza de su personal; a diferencia del 9% no respondieron; seguido por el 32% dijeron que la capacitación no mejoraba la confianza de su personal.

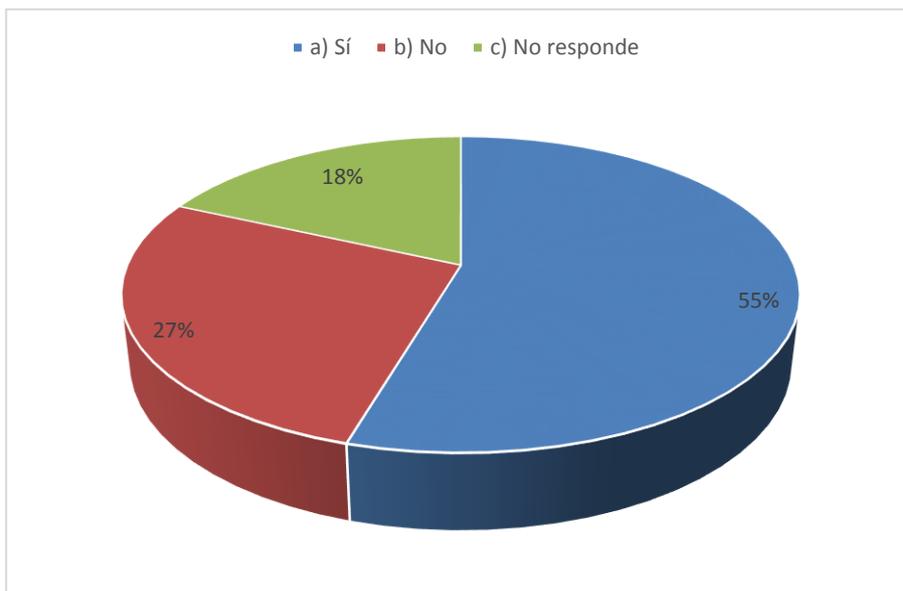


**Figura 3:** Mejora de aptitudes comunicativas de sus trabajadores

**Fuente:** Tabla 3

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 59% indicaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoraba las aptitudes comunicativas de sus trabajadores; al contrario, el 14% no respondieron; seguido por el 27% dijeron que la capacitación no mejoraba las aptitudes comunicativas de sus trabajadores.

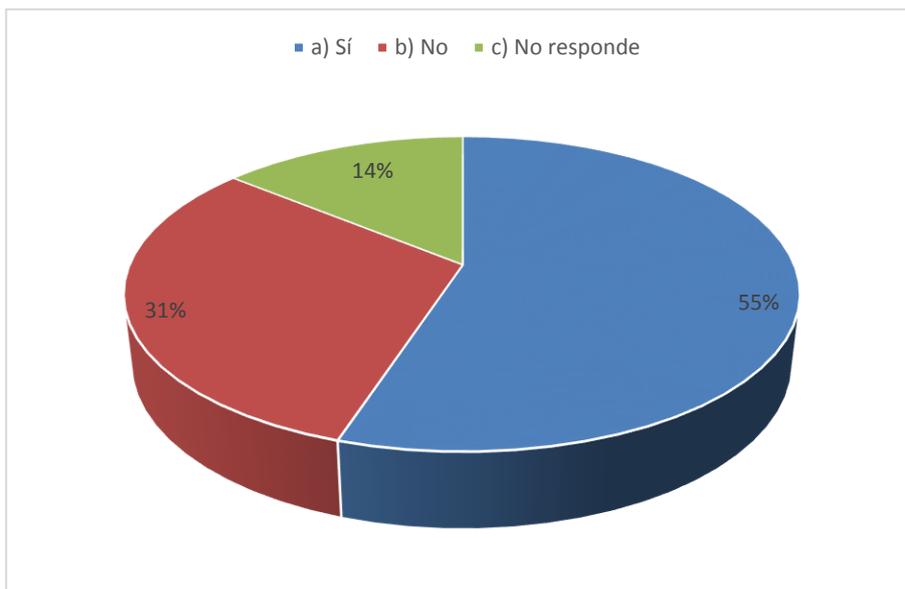


**Figura 4:** Desarrollo de su sentido de progreso

**Fuente:** Tabla 4

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 encuestados, el 55% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación en su personal desarrollaba su sentido de progreso; a diferencia del 18% no respondieron; seguido por el 27% dijeron que la capacitación en su personal no desarrollaba su sentido de progreso.

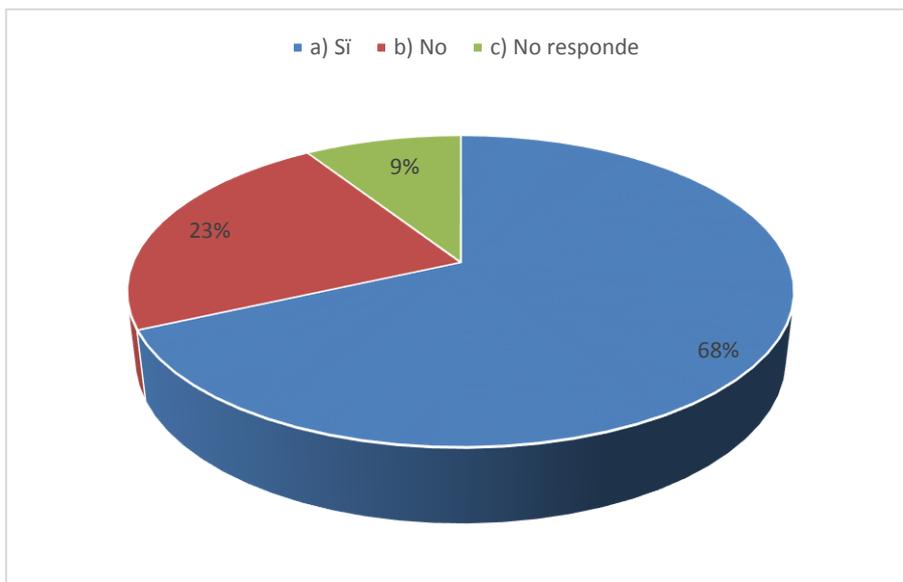


**Figura 5:** Logro de metas individuales en su micro empresa

**Fuente:** Tabla 5

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 administradores y/o propietarios encuestados, el 55% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación realizada al personal lograba metas individuales; al contrario el 14% no respondieron; seguido por el 31% dijeron que la capacitación no lograba metas individuales.

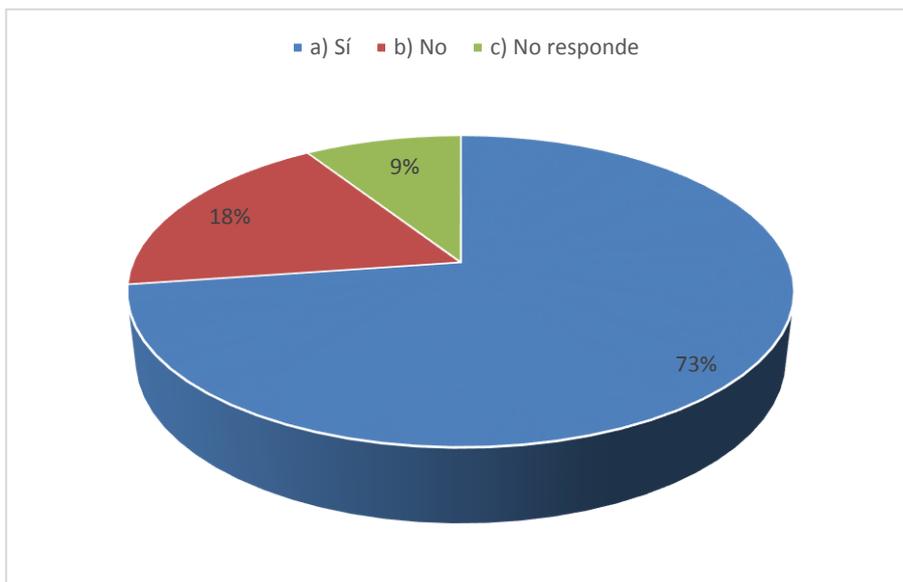


**Figura 6:** Capacitación a su personal en su micro empresa

**Fuente:** Tabla 6

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 encuestados, el 68% afirmaron que en su micro empresa de hoteles realizaban capacitación a sus trabajadores; a diferencia el 9% no respondieron; seguido por el 23% indicaron que no realizaban capacitación a sus trabajadores

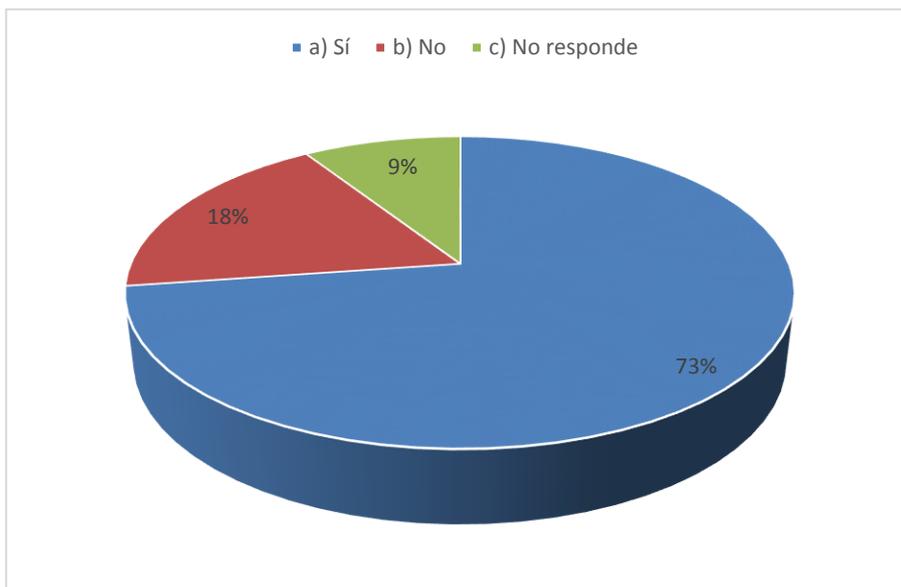


**Figura 7:** Mejora de la comercialización y costo

**Fuente:** Tabla 7

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa con la capacitación mejoraban la comercialización y costo; seguido por el 9% no respondieron; seguido por el 18% dijeron que no mejoraban la comercialización y costo.

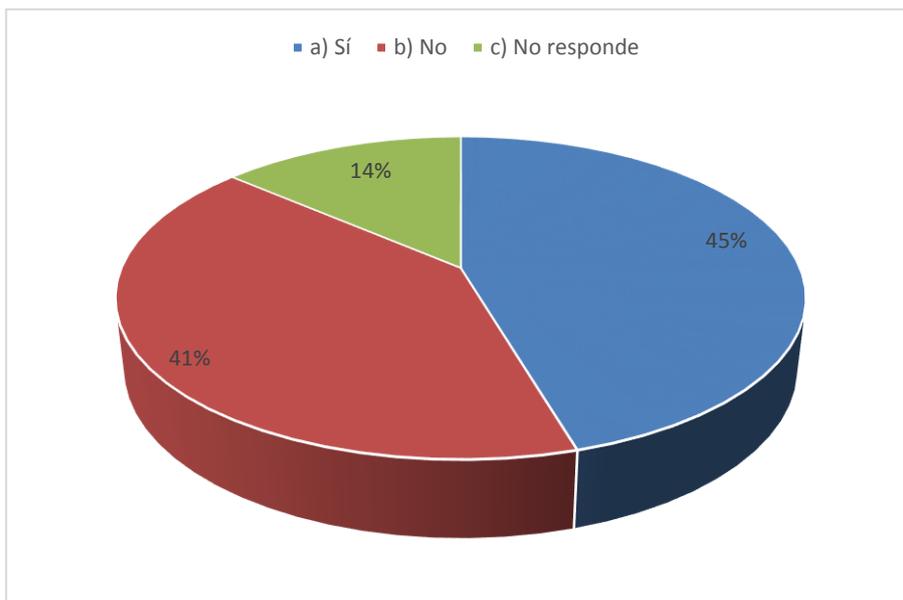


**Figura 8:** Mejora de la atención al público

**Fuente:** Tabla 8

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa con la capacitación mejoraban la atención al público; a diferencia del 9% no respondieron; seguido por el 18% indicaron que con la capacitación no mejoraban la atención al público.

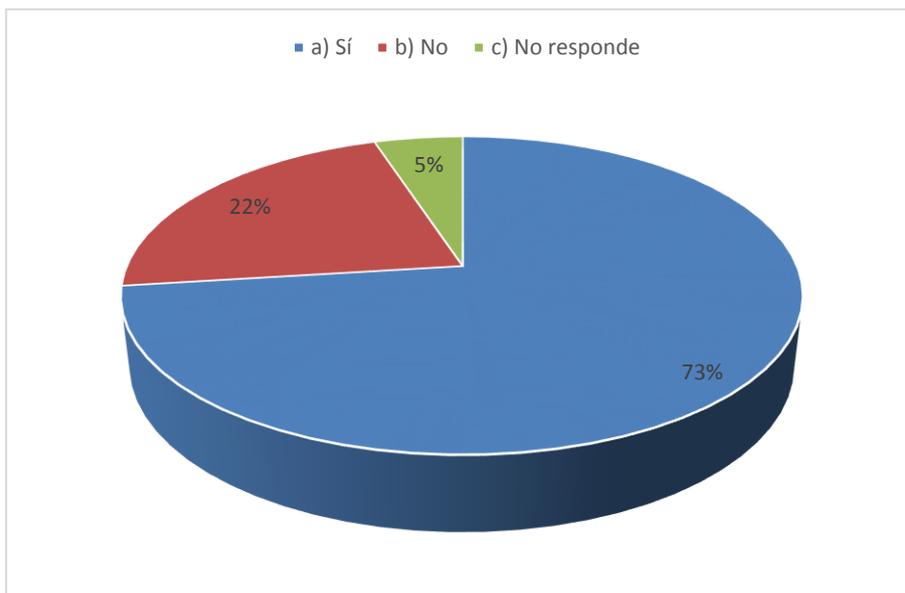


**Figura 9:** Realización del registro contable en su micro empresa

**Fuente:** Tabla 9

### **Interpretación**

Del total de 100% de encuestados, el 45% afirmaron que en su micro empresa mediante la capacitación realizaban el registro contable; al contrario el 14% no respondieron; seguido por el 41% dijeron que no realizaban el registro contable.

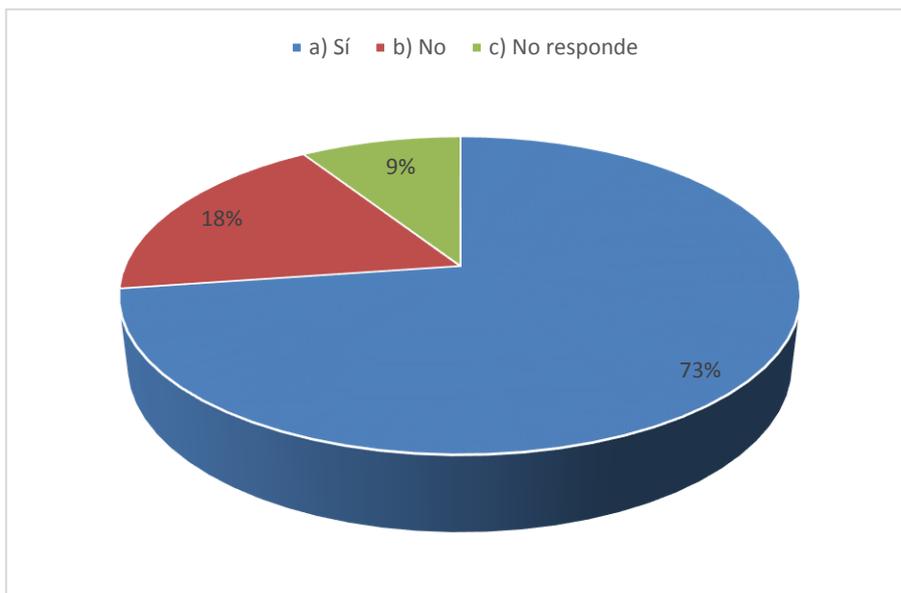


**Figura 10:** Mejora de la intensidad de capital en su micro empresa

**Fuente:** Tabla 10

### **Interpretación**

Del total de 100% igual a 22 encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles la capacitación mejoró la intensidad de capital; a diferencia del 5% no respondieron; seguido por el 22% indicaron que con la capacitación no se mejoró la intensidad de capital.

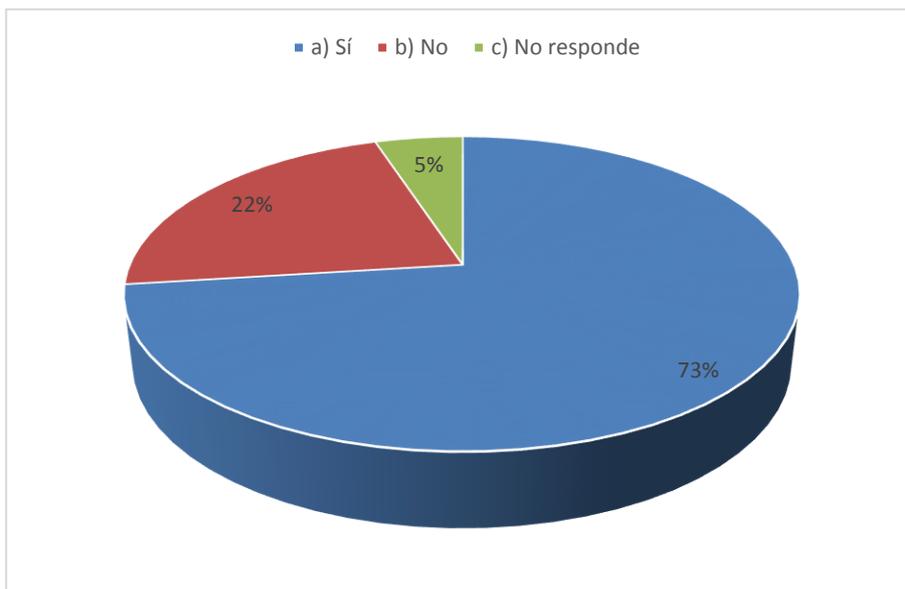


**Figura 11:** Ampliación del producto en el mercado

**Fuente:** Tabla 11

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles con la capacitación me amplió el producto en el mercado; a diferencia del 9% no respondieron; seguido por el 18% dijeron que no se amplió el producto en el mercado.

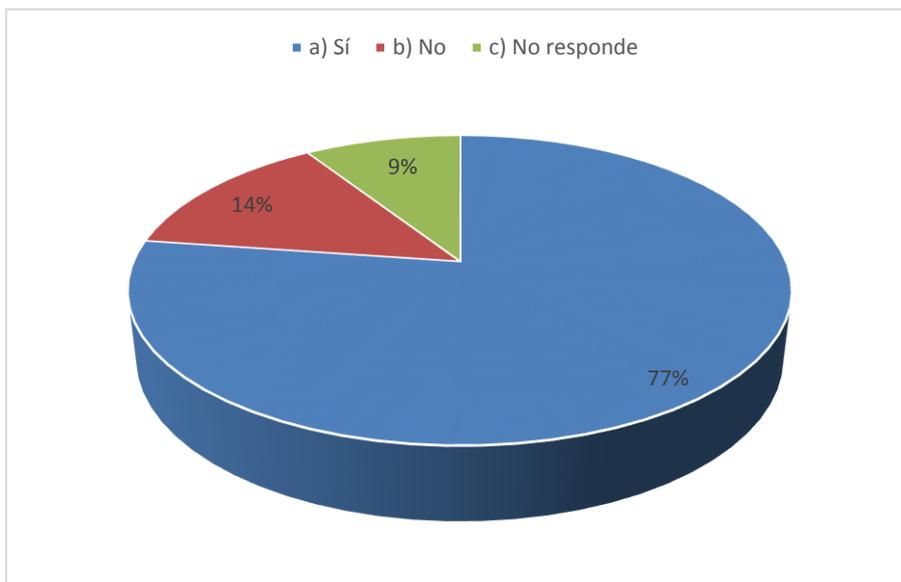


**Figura 12:** Modificación de estructura de precios

**Fuente:** Tabla 12

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 administradores y/o propietarios encuestados, el 73% afirmaron que en su micro empresa de hoteles modificaron la estructura de precios, a diferencia del 5% no respondieron; seguido por el 22% dijeron que no modificaron la estructura de precios.

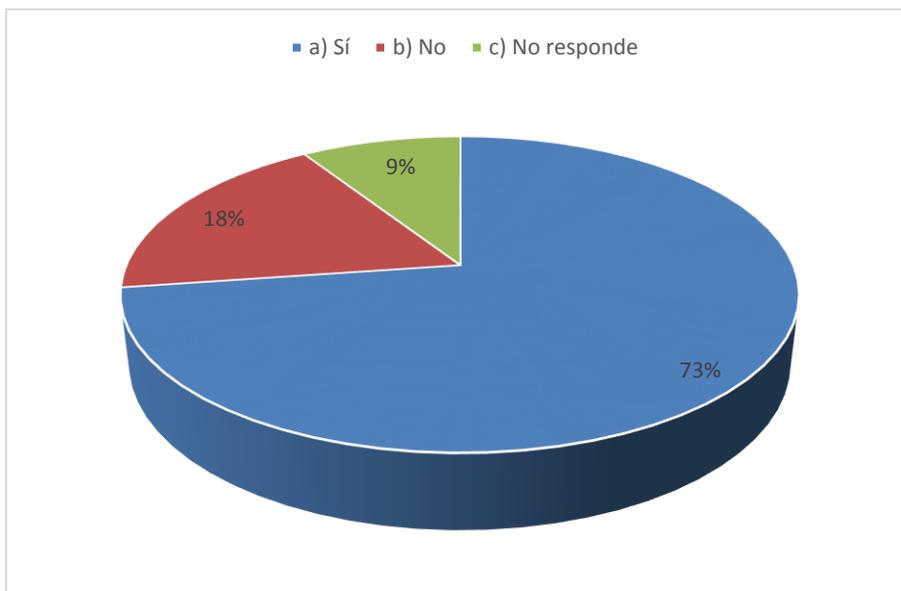


**Figura 13:** Mejora de la atención al cliente

**Fuente:** Tabla 13

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 77% indicaron que en su micro empresa de hoteles mejoraron la atención al público con la capacitación a su personal; a diferencia del 9% no respondieron; seguido por el 14% dijeron que no se mejoró la atención al público.

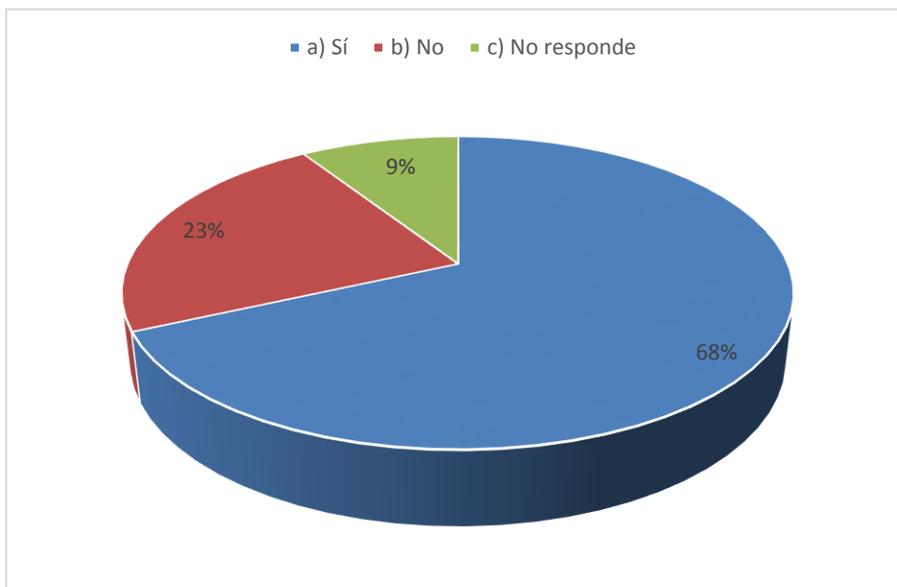


**Figura 14: Mejora de los ingresos económicos**

**Fuente:** Tabla 14

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 encuestados, el 73% afirmaron que en su empresa de hoteles mejoraron los ingresos económicos mediante la capacitación a su personal; a diferencia del 9% no respondieron; seguido por el 18% dijeron que no mejoraron los ingresos económicos.

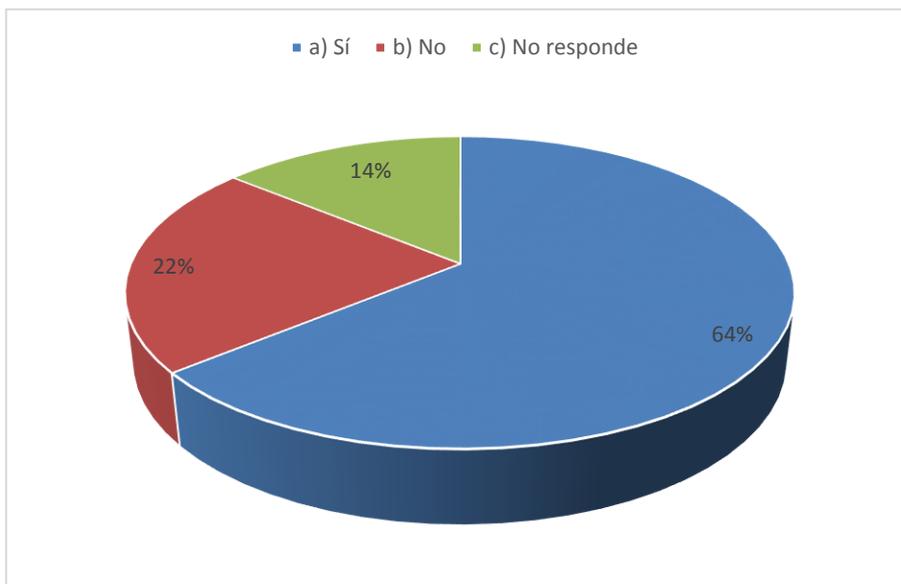


**Figura 15:** Obtención de rentabilidad económica

**Fuente:** Tabla 15

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 encuestados, el 68% afirmaron que en su micro empresa de hoteles obtenían rentabilidad económica, a diferencia del 9% no respondieron; seguido por el 23% dijeron que no obtenían rentabilidad económica.

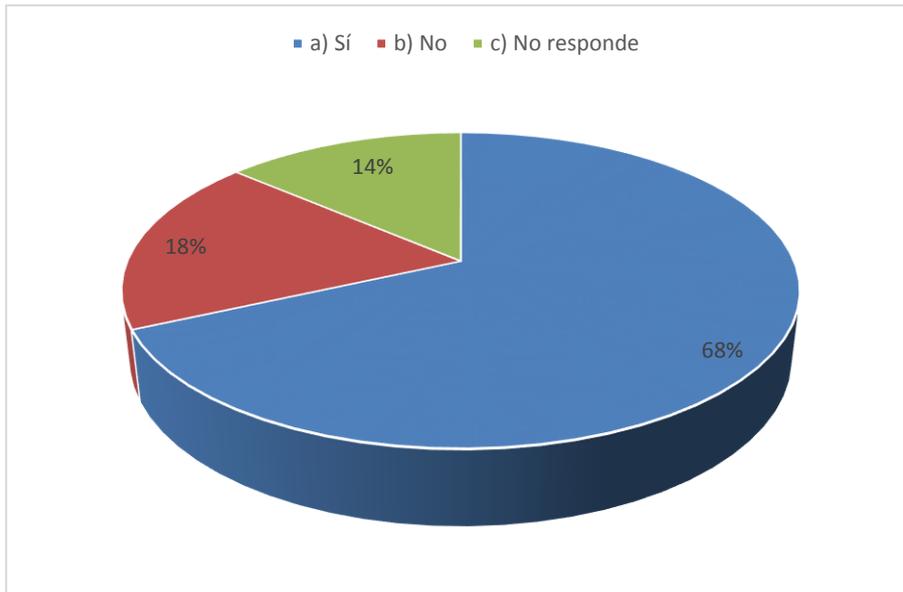


**Figura 16:** Obtención de la rentabilidad financiera

**Fuente:** Tabla 16

### **Interpretación**

Del 100% igual a 22 elementos de la muestra encuestados, el 64% afirmaron que en su micro empresa de hoteles obtenían rentabilidad financiera; a diferencia del 14% no respondieron; seguido por el 22% opinaron que no obtenían rentabilidad financiera.

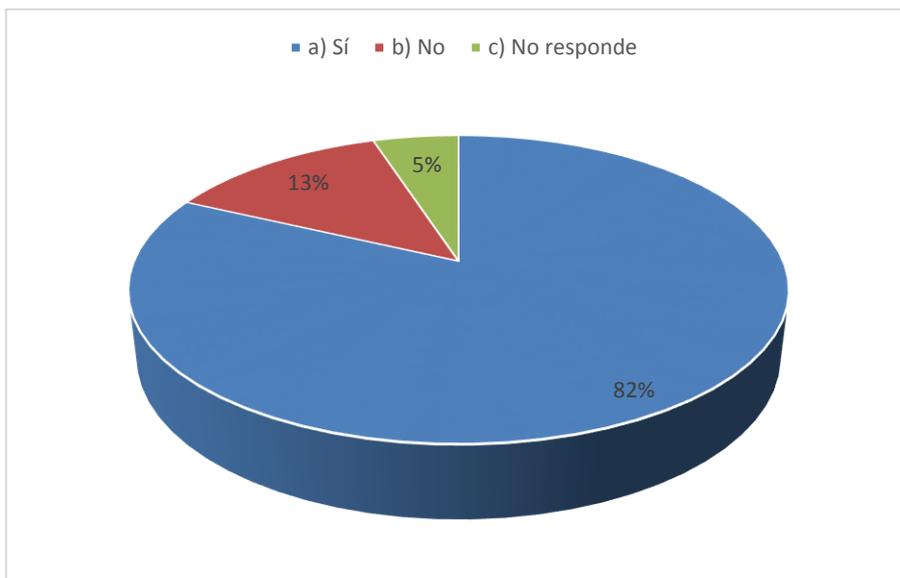


**Figura 17:** Rentabilidad en forma monetaria

**Fuente:** Tabla 17

### **Interpretación**

Del total de 100% igual a 22% encuestados, el 68% afirmaron que en su miro empresa de hoteles expresaban la rentabilidad en forma monetaria, a diferencia el 14% no respondieron; seguido por el 18% dijeron que no expresaban la rentabilidad en forma monetaria.



**Figura 18:** Obtención de liquides económica en su micro empresa

**Fuente:** Tabla 18

### **Interpretación**

Del total de 100% igual a 22 administradores y/o propietarios encuestados, el 82% opinaron que en su micro empresa de hoteles obtenían liquidez económica; a diferencia del 5% no respondieron; seguido por el 13% dijeron que no obtenían liquidez económica.

### 6.2.3. Anexo 3: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
¿Cómo es la capacitación y rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016?	Determinar la capacitación y rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016.	La capacitación incide directamente en rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016.	Variable 1: capacitación	<b>2. El tipo de investigación</b> Enfoque cuantitativo <b>3. Nivel de investigación de la tesis</b> Nivel descriptivo <b>4. Diseño de la investigación</b> Descriptivo simple – no experimental - transversal <b>5. El universo y muestra</b> <b>Universo:</b> 22 administradores y/o propietarios <b>Muestra:</b> 22 administradores y/o propietarios <b>6. Plan de análisis</b> Estadística descriptiva <b>7. Principios éticos</b>
	<b>Específicos</b> 2. Describir la capacitación en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016. 3. Describir la rentabilidad en las Mypes sector hoteles en la provincia de Pomabamba en el 2016		Variable 2: Rentabilidad	