



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO
HOSPEDAJES DEL DISTRITO DE CANCHAQUE
(HUANCABAMBA - PIURA), AÑO 2019**

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

AUTOR

**GINA CLORINDA CASTILLO NUÑEZ
ORCID: 0000-0002-7368-1199**

ASESOR

**Dra. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO
ORCID: 0000-0001-8823-2655**

PIURA-PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Castillo Nuñez, Gina Clorinda

ORCID: 0000-0002-7368-1199

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

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA

Mgter. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgter. Iván Arturo Guzmán Castro

Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

A las MYPE del distrito de Canchaque,
por haberme brindado la información necesaria
para poder realizar la investigación.

DEDICATORIA

A memoria de mis queridos abuelitos;

Moisés, Clorinda y Manuela.

A mis padres,
quienes me apoyan
incondicionalmente.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados agrupados en dos variables capacitación y competitividad. Se determinó que los propietarios de las MYPE son 6, con estudios superiores, tienen entre 5 a 8 años en el negocio. Se encuentran ubicados en el centro y alrededores del distrito. Cuentan con poco personal, los cuáles se encargan de realizar todas las actividades de los hospedajes. El distrito de Canchaque es conocido como la “Suiza Piurana”, es un lugar turístico, donde estudiantes, jóvenes, adultos, semana a semana visitan Canchaque. Este distrito atrae turistas por la tranquilidad, los paisajes, por el café reconocido a nivel regional y nacional, su clima, los lugares turísticos que ofrece, sus tradiciones y creencias, etc. Esto hace que los turistas siempre visiten Canchaque y se alojen en los hospedajes constantemente. Con respecto al servicio que ofrecen deben mejorarlo, brindando calidad, buena atención, tecnología, que satisfagan las necesidades de los clientes. Además, tienen que capacitar y motivar al personal, porque menos de la mitad no se sienten identificados con su trabajo, no se sienten parte de la organización y eso repercute en la atención de los clientes. En conclusión, si las MYPE capacitan al personal, les dan incentivos, ofrecen un valor agregado al servicio, van a tener mayor productividad, mayores ingresos, van hacer altamente competitivos y reconocidos.

Palabras clave: Capacitación, Competitividad, MYPE, Hospedajes.

ABSTRACT

The present investigation established as objective to determine the characteristics of the training and the competitiveness of the MYPE lodging sector of the district of Canchaque (Huancabamba-Piura), year 2019. The methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental design, cross-section was used, the results being grouped into two variables training and competitiveness. It was determined that the owners of the MYPE are 6, with higher education, they have between 5 to 8 years in the business. They are located in the center and around the district. They have little staff, who are responsible for all the activities of the lodgings. The district of Canchaque is known as the "Piurana Switzerland", it is a tourist place, where students, young people, adults, visit Canchaque every week. This district attracts tourists for the tranquility, the landscapes, for the coffee recognized at regional level and national, its climate, the tourist places it offers, its traditions and beliefs, etc. This means that tourists always visit Canchaque and stay at the lodges constantly. With respect to the service they offer, they must improve it, providing quality, good service, technology, that satisfy the needs of the clients. They also have to train and motivate the staff, because less than half do not feel identified with their work, they do not feel part of the organization and this affects the attention of the clients. In conclusion, if the MYPE train the personnel, they give them incentives, they offer an added value to the service, they will have greater productivity, higher incomes, they will become highly competitive and recognized.

Key words: Training, Competitiveness, MYPE, Lodgings.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE GRÁFICOS.....	xii
INDICE DE CUADROS	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	14
2.1 Antecedentes	14
2.1.1 Variable Capacitación	14
2.1.2 Competitividad	22
2.2 Bases teóricas	29
2.2.1 Capacitación	29
2.2.2 Competitividad	36
III. HIPÓTESIS.....	51
3.1 Hipótesis general	51
IV. METODOLOGÍA	52
4.1 Diseño de la investigación	52
4.2 Población y muestra	53
4.2.1 Criterios de inclusión	56
4.2.2 Criterios de exclusión	56
4.3 Definición y operacionalización de las variables	57
4.4 Técnicas e instrumentos	59
4.5 Plan de análisis	59
4.6 Matriz de consistencia	60
4.7 Principios éticos	62

V. RESULTADOS	63
5.1 Resultados	63
5.1.1 Capacitación	63
5.1.2 Competitividad	78
5.2 Análisis de resultados	97
5.2.1 Capacitación	97
5.2.2 Competitividad	112
VI. CONCLUSIONES	131
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	132
ANEXOS	138

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Matriz de operacionalización de las variables	57
Tabla 2: Matriz de consistencia	60
Tabla 3: Siente que está brindando un servicio de calidad	63
Tabla 4: Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa ..	64
Tabla 5: Se siente motivado(a) en su trabajo	65
Tabla 6: Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes.....	66
Tabla 7: Ha participado en talleres de capacitación	67
Tabla 8: Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo	68
Tabla 9: Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE.....	69
Tabla 10: Se identifica usted con la cultura de la MYPE donde labora	70
Tabla 11: Considera usted que su jefe es un líder.....	71
Tabla 12: Cree que las MYPE son productivas	72
Tabla 13: Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios	73
Tabla 14: La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales	74
Tabla 15: Ha sido ascendido(a) en su trabajo	75
Tabla 16: Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador .	76
Tabla 17: Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE...	77
Tabla 18: Considera que los trabajadores son eficientes	78
Tabla 19: Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios.....	79
Tabla 20: Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz.....	80
Tabla 21: Cree que la innovación es importante para las empresas	81
Tabla 22: Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar .	82
Tabla 23: Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población.....	83
Tabla 24: Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios	84
Tabla 25: Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito	85
Tabla 26: Considera usted que la inflación afecta a la economía del país.....	86

Tabla 27: Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable.....	87
Tabla 28: Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia	88
Tabla 29: Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores	89
Tabla 30: Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público.	90
Tabla 31: Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes	91
Tabla 32: El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos	92
Tabla 33: Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes	93
Tabla 34: Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE.....	94
Tabla 35: Usan tecnología de punta las MYPE	95
Tabla 36: Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE.....	96

INDICE DE GRÁFICOS

FIGURA 1: Siente que está brindando un servicio de calidad	63
FIGURA 2: Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa	64
FIGURA 3: Se siente motivado(a) en su trabajo	65
FIGURA 4: Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes	66
FIGURA 5: Ha participado en talleres de capacitación.....	67
FIGURA 6: Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo	68
FIGURA 7: Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE.....	69
FIGURA 8: Se identifica usted con la cultura de la MYPE donde labora.....	70
FIGURA 9: Considera usted que su jefe es un líder.....	71
FIGURA 10: Cree que las MYPE son productivas	72
FIGURA 11: Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios	73
FIGURA 12: La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales.....	74
FIGURA 13: Ha sido ascendido(a) en su trabajo	75
FIGURA 14: Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador	76
FIGURA 15: Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE	77
FIGURA 16: Considera que los trabajadores son eficientes	78
FIGURA 17: Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios	79
FIGURA 18: Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz	80
FIGURA 19: Cree que la innovación es importante para las empresas.....	81
FIGURA 20: Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar	82
FIGURA 21: Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población	83
FIGURA 22: Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios	84

FIGURA 23: Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito	85
FIGURA 24: Considera usted que la inflación afecta a la economía del país.....	86
FIGURA 25: Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable.....	87
FIGURA 26: Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia	88
FIGURA 27: Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores	89
FIGURA 28: Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público	90
FIGURA 29: Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes	91
FIGURA 30: El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos.....	92
FIGURA 31: Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes	93
FIGURA 32: Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE	94
FIGURA 33: Usan tecnología de punta las MYPE	95
FIGURA 34: Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE.....	96

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Relación de MYPE	53
---	----

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca obtener información acerca de la situación en que se encuentran las MYPE rubro hospedajes del distrito Canchaque (Huancabamba_Piura), teniendo en cuenta las variables capacitación y competitividad. Pues en el Perú la inversión en infraestructura hotelera aumentará de manera sostenida en los siguientes años. No obstante, la mayoría de atractivos se encuentran en las provincias, estas solo concentran cerca del 40% de la inversión. Durante el período 2017-2021, la inversión hotelera llegaría a los US\$1.141 millones, según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). Para la población de Hoteles del Perú esto significa un aumento de 90,2% en comparación con los 600 millones que se registraron entre 2011 y 2016. Se trata de un sector muy activo que tiene actualmente cerca de 60 proyectos pendientes, pero que continúa priorizando la capital. (Diario El Comercio, 2017)

Los expertos coinciden en que la falta de inversión en infraestructura de transporte sigue siendo el mayor obstáculo para el desarrollo de los servicios hoteleros y turísticos al interior del país. Todo el trabajo no hecho en infraestructura en término de aeropuertos, trenes, puentes y carreteras es el impedimento para que el Perú no esté creciendo todo lo que debería, afirma Juan Stoessel, (CEO de Casa Andina). Por su parte, Carlos Canales, presidente del Buró de Convenciones y Visitantes de Lima (asociación privada sin fines de lucro), indica que es necesario considerar que las inversiones hoteleras ejecutadas por marcas mundiales tienen exigencias mucho mayores que las locales, pues sus estándares internacionales les exigen invertir, por ejemplo, en alarmas contra incendios, cámaras de seguridad, baños especialmente

equipados para discapacitados, etc., mientras que “los requisitos para las cadenas hoteleras nacionales son mucho más permeables”. (Diario El Comercio, 2017)

Por otra parte “el 95% de la inversión hotelera en el país es nacional”. Aunque, “hay que tomar en cuenta el peligro, puesto que la actividad turística depende de las circunstancias del país”, indicó Canales. Más de US\$ 550 millones fue la inversión hotelera desarrollada en unidades de 3, 4 y 5 estrellas en el período 2010-2014 y se calcula que al 2021 sumará más US\$ 3 mil millones, de los cuales, según el Buró, el 60% corresponderá a Lima y el 40% restante al interior del país. Agrega que parte del círculo virtuoso que se produce está relacionado con las mejoras en la empleabilidad local. “Tenemos como política que alrededor del 90% de los colaboradores sean de la localidad”. Así, el rubro hotelero se fortalece no solo por su rentabilidad y altos índices de ocupación, sino también como una opción de la ocupación laboral. (Diario El Comercio, 2017)

Es importante destacar que las MYPE son un ente económico que fomentan acciones de producción, comercialización de bienes, prestación de servicios, transformación y extracción. En el Perú actualmente existen casi 6 millones ,93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores), solo 0.2% pequeñas (1 a 100 trabajadores), las demás 5.9% son medianas y grandes empresas. Las MYPE aparecen por falta de empleo, la gente del campo migra a las grandes ciudades para tener mejores oportunidades. Las MYPE elaboran productos y ofrecen servicios, dándole un valor agregado al producto o servicio. Crean puestos de trabajo, pero les es difícil capacitarse, por falta de capital, ya que, para obtener un crédito, la tasa de interés es elevada. Es necesario que el gobierno y las instituciones involucradas promuevan a

las MYPE, a través del sector privado, TLC, ofreciéndoles créditos accesibles, dándoles facilidades para poder formalizarse, y así mejoren su calidad, productividad y competitividad. (Dongo, 2018)

Las MYPE juegan un papel fundamental en Perú, son emprendedoras, favorecen a la economía nacional a través de lo siguiente: Contribuyen con el 40% del PBI, fomentando el crecimiento económico del Perú. Cooperan con la generación de empleo, lucha contra la pobreza y otros. En el Perú las MYPE conforman el 98,6% de las unidades empresariales. Ayudando a millones de personas a poder crecer profesionalmente y económicamente. En el año 2017, en el Perú se identificó que existen 1 millón 270,000 MYPE dirigidas por mujeres. El 79.5% se ubican en las regiones del interior del país (el mayor porcentaje está en Puno, Piura, La Libertad, Cusco y Junín); y el 20,5% en Lima. Las cajas Municipales otorgaron S/ 11,831 millones a las MYPE en enero del 2018, constituyendo un crecimiento de 13.7% respecto a los S/ 10,406 millones que alcanzaron en el transcurso el mismo período del 2017. (Cuellar, 2018)

Actualmente Piura se ha convertido en tendencia como un lugar turístico peruano en Latinoamérica para el período de vacaciones, indicó la cadena internacional de noticias “CNN en Español” al referir un informe sobre sitios web de viajes a escala mundial. Conforme a los resultados de la investigación de Viajala, Piura genera un incremento de 84.1% a diferencia del año 2017 y un cambio promedio de los precios (disminución) en los servicios turísticos de -1.4%. Cabe señalar que la región es uno de los lugares preferidos en el norte peruano, ya que dispone de un conjunto de atractivos naturales y culturales representativos de la costa, sierra norte

peruana. Conocer Piura ofrece la oportunidad de disfrutar de las playas, deporte, pesca, las localidades de Catacaos y Chulucanas, célebres por su artesanía; además de los lugares turísticos de Ayabaca y Canchaque. También se puede visitar puntos turísticos como el balneario de Colán, Cabo Blanco, Máncora, Lobitos, Los Órganos y Sechura. Y para los amantes del ecoturismo existe el área natural Parque Nacional Cerros de Amotape con extraordinaria biodiversidad. Quienes se sientan atraídos por el turismo místico tienen en las Lagunas de las Huaringas, en la provincia altoandina de Huancabamba, un escenario ideal para librarse de las energías negativas. (Andina, 2018)

Asimismo, Piura es una región que cuenta con una diversidad de atractivos turísticos, clima, comida y costumbres. El distrito de Canchaque, está ubicado en el extremo nor – occidental del territorio peruano, al oeste del flanco occidental de la cordillera de los andes, provincia de Huancabamba, departamento de Piura, entre los 5° 22' 24'' de latitud sur y 79° 36' 15'' de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Sus límites son por el norte con el distrito de Lalaquiz, por el este con la provincia Huancabamba y el distrito de Sondorillo, por el sur con el distrito de San Miguel del Faique y por el oeste con los distritos de Salitral y San Juan de Bigote. Cuenta una superficie total de 306.41 km² y constituye el 7.20% del territorio de la provincia de Huancabamba. Este distrito está dotado de pisos altitudinales que se extienden desde los 300 m.s.n.m hasta por encima de 3 mil metros de altura. Dependiendo de la altitud, el clima es caluroso y seco en zonas bajas, templado en las zonas intermedias y frío en las altas. (Castillo , 2014)

Además, Canchaque se caracteriza por contar con una variada flora, fauna y atrayentes paisajes, lo cual lo convierte en un lugar de potencial desarrollo turístico.

No obstante, lo anterior, carece de promoción como destino turístico que permita impulsar la demanda en el sector. Ello se refleja en un limitado posicionamiento a nivel nacional a pesar del inmenso potencial que alberga para el turista. Canchaque cuenta con varios hospedajes, los cuáles son acogedores para los turistas, ofrecen un buen servicio; pero en épocas de fiesta se llenan totalmente y los turistas ya no encuentran en dónde hospedarse. Además, los precios son elevados, lo cual tiene que mejorar y fijar un precio de acuerdo al mercado. (Castillo , 2014)

Con respecto al factor político –legal; Piura es la región principal exportadora del país, luego de Lima en productos no tradicionales (indicó el viceministro de Comercio Exterior-Edgar Vásquez). También señaló que se exporta anualmente más de 1,500 millones de dólares anuales, y en el primer semestre del 2017, las exportaciones no tradicionales se han incrementado en la Región de Piura sobre el 8%, encabezadas por la exportación de uva, papa, colas de langostino, los cuáles son los productos estrellas del momento. Las exportaciones piuranas se destinan principalmente a Estados Unidos, Unión Europea como segundo mercado y otros países del Reino Unido. La oferta de los productos exportables, tienen en los principales mercados desarrollados a los mejores clientes y a los mejores precios. Edgar Vásquez manifestó que en el transcurso del año 2017, las exportaciones peruanas siguen aumentando de forma imprescindible a más del 25%, incorporando las no tradicionales que están aumentando cerca del 10% .Refirió que el mayor impacto ha sido sobretodo en el sector agrícola pequeño que abastece al mercado local, pero las grandes empresas exportadoras no han sufrido un gran impacto y por ende, las estadísticas permiten tener la tranquilidad de que el sector exportador de la región Piura y del norte del Perú mantienen un dinamismo interesante y una recuperación

teniendo en cuenta, que en estos últimos dos años las exportaciones peruanas no tradicionales en particular habían tenido un impacto importante debido a la baja de la demanda en los mercados internacionales. (Radio Cutivalú, 2017)

El director regional de Trabajo, Gabriel Gallo Olmos, indicó que en lo que va del año la región manifiesta cerca de 700 mil personas que no cuentan con un empleo, de las cuales la mayor parte son jóvenes debido a la falta de experiencia en los diferentes ámbitos. Detalló que, según las estadísticas, más del 50% de personas desempleadas provienen de las zonas rurales de la región, y son quienes no cuentan con oportunidad de capacitarse como lo tienen los que viven en la zona urbana. “Todos sabemos que la mayor fuente de generación de empleo la ofrecen las empresas privadas, no obstante, buscan a personas capacitadas para alcanzar sus objetivos”, sostuvo. Pese a ello, el funcionario explicó que el índice de desempleo ha disminuido respecto a otros años. “La cifra de desempleados en la región se redujo gracias a que se están inaugurando más empresas y otras, como las agroindustrias, han aumentado su área de producción”, comentó. Gallo Olmos mencionó que, debido a la presencia de desempleo, desde la dirección se vienen realizando capacitaciones para orientar a los jóvenes de qué manera lograr un puesto de trabajo. El titular de la Dirección de Trabajo expuso su preocupación por la llegada de extranjeros, quienes permiten recibir sueldos mínimos a cambio de un puesto laboral. (Diario La República, 2018)

Los efectos del Niño siguen captando la atención del público hispanohablante, en particular a Perú, sin que por eso exista desinterés sobre el público anglohablante; además en nuestro país hay interés por saber de emprendimientos verdes y los procesos comunitarios que los hacen posibles, así como la problemática ambiental de nuestras localidades. Incluso en este segundo trimestre se ha fijado el interés por conocer

detalles sobre los productos orgánicos de exportación, específicamente de la sierra piurana, tanto como su medio ambiente y expresiones culturales relacionadas a él como la arqueología o la etnografía. El banano del Chira sigue siendo uno de los productos preferidos para el público anglohablante. Asimismo, se anhela aprender cómo las comunidades están distribuyéndose para enfrentar a la pobreza a través de su condición de organización. En ese enfoque, las plantas medicinales de la sierra piurana han conquistado el interés del público hispanohablante y anglohablante simultáneamente. (Diario El Regional Piura, 2018)

El presidente de la República, Martín Vizcarra, dirigió la entrega del octavo Premio Nacional a la MYPE y reafirmó el apoyo a las micro y pequeñas empresas, pues ellas representan “la fuerza, el motor y el fervor” del Perú. “Adoptaremos las medidas y las acciones primordiales para atender ese entusiasmo, emprendedurismo y esa capacidad de innovación que tienen ustedes, los microempresarios”, indicó el Mandatario luego de premiar a 15 micros y pequeños empresarios de Tumbes, Piura, Cajamarca, La Libertad, Áncash, Junín, Madre de Dios, Arequipa, Tacna Lima y Callao. Durante la ceremonia, el presidente Vizcarra subrayó la importancia del millón 700,000 micro y pequeñas empresas (MYPE), toda vez que representan el 24% de la economía nacional y son fuente de trabajo del 85% de la población económicamente activa (PEA). Los sectores que concentran la mayor proporción de MYPE formales son comercio (44.1%) y servicios (41.5%). Alrededor, ocho de cada diez empresas conforman parte de estos grupos.

SopORTE importante- “Las MYPE son un apoyo de mucha importancia para la oferta laboral que ciertamente requerimos en nuestro país. Por eso vamos a trabajar juntos entre todos los sectores de la sociedad para promover a las MYPE; y conseguir el

progreso y crecimiento del Perú”, sostuvo el Mandatario. (Diario El Peruano, 2018)

Asimismo, pidió a los microempresarios del país a continuar dando ese máximo empeño para promover sus empresas, así su fuerza económica venga de núcleos pequeños. “Cuando entregaba el reconocimiento a cada uno de ustedes, sus familiares veían con alegría este reconocimiento a su trabajo. Esa alegría quiero que se lleve a todas las empresas del Perú para que se transforme en compromiso y promesa de un trabajo esforzado que necesitamos en el país”, recalcó. El ministro de la Producción, Raúl Pérez-Reyes, mencionó que **aportan el 24% al PBI** y enfatizó el esfuerzo que hacen los microempresarios del país para sacar adelante sus emprendimientos y la función que cumplen en la economía, al contribuir casi el 24% al PBI. Indicó que para el Gobierno y Produce es fundamental el crecimiento de este grupo, que representa cerca de 1.7 millones de microempresas formales. (Diario El Peruano, 2018)

Cabe mencionar que en el factor sociocultural; Se han dado a conocer los datos preliminares del Censo de Población y Vivienda realizado en el 2017 y las cifras son similares a las proyecciones que desarrolla el Instituto Nacional de Estadística. Un año después conocemos que los peruanos fuimos 31 millones 237 mil 385 habitantes y considerando las metodologías, la tasa de crecimiento de los peruanos y peruanas es del 1.0%. El 50,8% son mujeres y el 49,28 son hombres. Este Censo nos manifiesta una vez más que la región Piura, es la que registra la mayor población luego de Lima. Las cifras señalan que al 2017, eran 1 millón 856 mil 809; mirando los resultados por sexo, se tiene que los hombres son el 49,5 en tanto que las mujeres representan el 50,5 y se tiene un índice de masculinidad del 98,0. Entre las provincias con mayor densidad se tiene a la de Piura con 799,321 habitantes y con una tasa de crecimiento del 1,8.

Sullana tiene una población de 311,454 habitantes y una tasa de crecimiento del 0,8. Piura es la sexta provincia en el ranking nacional en población, en tanto que Sullana es la décima catorce en el mismo. Del mismo modo las estadísticas dicen que las mujeres son más no solo en todo el territorio del país, sino similarmente en la región de Piura. En la búsqueda de la paridad, el dato debe dejar de serlo para ser tomado en cuenta y dar mayor importancia a las mujeres en la sociedad, economía y la política. (Diario El Regional Piura, 2018)

En el factor económico, Piura es la cuarta región con mayor colaboración empresarial a nivel nacional. En ese status, varias de las empresas pertenecen al rubro de las MYPE. Sin embargo, existe un marco regulatorio para su formalización, no existe un número puntual del total de las micro, pequeñas y medianas empresas de la Región Piura, dado que muchas son informales. Conforme a publicaciones del Ministerio de la Producción se considera que existen más de 120,000 MIPYMES. Solo el 55% están registradas; es decir, 65,412. A nivel nacional, hasta el 2017, había alrededor de 5,5 millones de MIPYMES, la mayoría de ellas informales. (Mercados & Regiones, 2018)

Según Brenda Silupú, directora del Centro de Asesoría Microempresarial de la Universidad de Piura, los más habituales emprendimientos forman parte de los sectores servicios y comercio, principalmente, catering, decoración, lavado, mantenimiento y reparación de autos y mototaxis, ferreterías, venta de ropa y venta de útiles escolares. Indicó que estos negocios se distinguen porque no requieren de mayores niveles de inversión en capital de trabajo. Las MIPYMES promueven la economía regional y representan el 84% del total de las empresas de la región de Piura. A nivel país, estas empresas aportan con más del 40% del nivel de producción y

generan el 70% de empleo. (Mercados & Regiones, 2018)

En opinión de Brenda Silupú, los problemas a enfrentar las MIPYMES son los siguientes: Estrategias para afrontar problemas coyunturales (ejemplo: efectos del Niño Costero). Falta de gestión empresarial. Alta tasa de mortandad (especialmente en los primeros años de operación). El empresario dedica la mayor parte de su tiempo a actividades operativas y no directivas (se limita a administrar su liquidez y trabaja poco por la rentabilidad de la empresa). El empresario no delega responsabilidades. Poca claridad en las funciones de los miembros de la empresa. (Mercados & Regiones, 2018)

En cuanto al factor tecnológico; la proporción de empresas que usan otras herramientas TIC ha crecido en los últimos años. Al 2016, según la Encuesta Nacional de Empresas (ENE 2017) del Ministerio de la Producción (Produce), el número de micro y pequeñas empresas (MYPE) que usaron celular con internet aumentó de 49,6% a 63,7% desde el 2014. “Las MYPE también han crecido con el uso de otras herramientas como páginas web, redes sociales y terminales de pagos (POS) debido a que las ayuda a disminuir sus costos administrativos y promocionar sus productos o servicios”, expresó el ministro de la Producción, Raúl Pérez-Reyes, tras exponer los resultados de la muestra que abarcó a más de 19 mil empresas a nivel nacional. Según la ENE, el 67,3% de los conductores de las empresas son calificados, o tienen educación superior ya sea técnica o universitaria, siendo este porcentaje mayor en la mediana y gran empresa (91,2%) que en la MYPE (66,3%). Del mismo modo, sostuvo que el 35,1% de los conductores de las empresas son mujeres y que la mayoría de los conductores de las empresas tienen entre 25 y 49 años de edad (59%), siendo este porcentaje mayor en la MYPE (59,3%). “La participación de la mujer en la

conducción de una empresa ha crecido año tras año y esta resalta sobre todo en los sectores de comercio y servicios que en su conjunto representa el 89% de las conductoras en el país”, señaló el ministro Pérez- Reyes. (Medina, 2018)

Es fundamental que las MYPE usen las Fuerzas Competitivas de Porter para que puedan estudiar el mercado en el que se ubican y poder tomar decisiones. Las cuales se presentan a continuación: **Poder de negociación de los Compradores o Clientes**, si los clientes son pocos, están muy bien organizados y se ponen de acuerdo en cuanto a los precios que están decididos a pagar, se origina una amenaza para la empresa, ya que los clientes lograrán la posibilidad de fijar un precio que les parezca adecuado pero que regularmente será menor al que la empresa estaría dispuesta a aceptar, lo cual no le conviene a la empresa porque estaría perdiendo. Asimismo, si existen varios proveedores, los clientes aumentarán su capacidad de negociación ya que tienen más probabilidad de variar de proveedor de mayor y mejor calidad, por esto las cosas cambian para las empresas que les dan el poder de negociación a sus clientes. **Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores**, el “poder de negociación” se refiere a una advertencia impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que estos tienen ya sea por su grado de aglomeración, por las diferencias de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc. La capacidad de negociar con los proveedores, se estima comúnmente alta por ejemplo en cadenas de supermercados, que pueden inclinarse por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría indiferenciados. (Quero, 2015)

La **Amenaza de nuevos competidores entrantes**, este punto se refiere a las barreras de entrada de nuevos productos/competidores. Cuanto más fácil sea ingresar, mayor será la amenaza. O sea, que si se trata de poner un pequeño negocio

será muy fácil la entrada de nuevos competidores al mercado, tendrán mayor competencia. **Amenaza de productos sustitutos**, como en el caso mencionado en la primera fuerza, las patentes farmacéuticas o tecnológicas muy complicadas de copiar, consienten establecer los precios en solitario y suponen normalmente alta rentabilidad. Por otro lado, mercados en los que existen muchos productos idénticos o parecidos, suponen por lo general baja rentabilidad. Se refiere a que ingresan al mercado productos parecidos y a menos precio, aunque sea de menor calidad, los clientes los prefieren. **Rivalidad entre los competidores**, más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el desenlace de las cuatro anteriores. La rivalidad fija la rentabilidad de un sector: mientras menos competidores se encuentren en un sector, normalmente será más rentable y viceversa. En el mercado existe bastante competencia, en la cual se enfrentan constantemente, y las más fuertes son las que permanecen en el mercado. (Quero, 2015)

Esta investigación proviene de la línea de investigación denominada: “Caracterización de la capacitación, competitividad, financiamiento y la rentabilidad en las MYPE”, línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración y comprende el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

Conforme a la situación antes referida, se puede enunciar el problema como: ¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019? Problemática que existe en el distrito de Canchaque y que gracias a la ULADECH Católica, sede Piura, escuela de Administración, se buscará identificar. De esta manera, el objetivo general se puede enunciar como: “Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque

(Huancabamba-Piura) año 2019. En tanto los objetivos específicos son: (a Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque distrito de Canchaque (Huancabamba- Piura), año 2019; (b) Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019; (c) Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019; (d) Identificar las ventajas que tiene la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba –Piura), año 2019.

Se usará la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleará la técnica de recojo de datos encuesta, teniendo como instrumento el cuestionario estructurado que contiene preguntas de escala nominal para la variable capacitación y competitividad. Así la presente justificación se realiza porque la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU) lo exige, a través de la Nueva Ley Universitaria 30220 – 2014; para la obtención del título universitario, se presenta y sustenta un trabajo de investigación. Por otra parte, la investigación no se ha improvisado, se basa en la metodología científica, se utilizan fuentes primarias y secundarias, para conseguir los datos. Asimismo, se ha definido el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de la información.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Capacitación

Bermúdez (2015) presentó una investigación denominada: “Capacitación: Una herramienta de fortalecimiento de las PYMES”, en la Universidad de Costa Rica, la investigación es de tipo descriptiva, obteniendo las siguientes conclusiones:

-Señala que más del 50% de los microempresarios creen y piensan en las capacitaciones como algo positivo y que les traerá ventajas en lo personal y lo empresarial. No obstante, lo que dificulta obtenerlas es la cultura que respecto de ellas tiene el microempresario. Muchos de ellos siguen con la idea de que el Gobierno debe darles las condiciones que requieren. Si bien es cierto hay abandono por parte del Gobierno, pero estas deben tomar la iniciativa y buscar alternativas para mejorar su condición como empresas, con sus colaboradores y en el aspecto personal de quienes las dirigen. El tema de la capacitación de las pymes es muy amplio porque hay diversos nichos de mercado.

-Por tanto existe aquí una oportunidad para que empresas privadas se beneficien. Para concretar la propuesta se indagó sobre la disposición a pagar, y sí están de acuerdo. Lo que ocurre es que hay cierta resistencia a hacerlo.

-Por ende, se percibe que los microempresarios saben que necesitan capacitarse, pero quizás aún siguen esperando que esa capacitación les pueda llegar sin ningún costo.

Mejía (2016) realizó una investigación denominada: “Propuesta metodológica para la inducción y capacitación en el área de producción en laboratorios ropsohn para el buen desempeño, bajo los requerimientos de la resolución 1160

numeral 10 del 2016”, trabajo presentado en la Universidad Libre (Bogotá-Colombia); la investigación es de tipo descriptiva, obteniendo las siguientes conclusiones:

- Tiene como propósito fundamental de la propuesta metodológica en la inducción y capacitación del personal de producción, reducir los riesgos que pueda generar por el mal desempeño por consecuencia de una mala inducción y formación en el puesto de trabajo. Actualmente, dentro de nuestro país la mayoría de las pequeñas y medianas empresas únicamente le dan valor a la maquinaria con la que cuentan y al estado de la situación financiera sin darse cuenta de que el recurso humano es tan importante o más que los otros y siempre dependerá del personal sea cual sea su razón social.

-En laboratorios Ropsohn es una empresa dedicada a la producción de medicamentos estériles de uso humano (autorizados por el INVIMA), actualmente no existe un programa definido para la inducción y reinducción del personal de producción y tampoco el seguimiento de desempeño en el puesto de trabajo.

-Con este estudio se busca verificar los modelos de inducción y reinducción mediante modelos planteados y formación utilizando las cuatro etapas de la formación bajo los lineamientos de la ISO 10015 que son: Definir las necesidades de formación, Diseñar y planificar la formación, proporcionar la formación, Evaluar el resultado de la formación. Mediante un seguimiento a lo anterior. Y evaluar la inducción general de la empresa y la inducción al puesto de trabajo. Con el fin de optimizar tiempos, brechas entre las áreas, evitar errores y pérdidas de tiempo, motivar al personal que se encuentra a cargo.

Estrella & Peralta (2016) presentó una investigación denominada: “Desarrollo de plan de capacitación para servidores públicos educación Zona 8”,

trabajo presentado en la Universidad de Guayaquil (Ecuador); la investigación es de tipo descriptiva y explicativa, obteniendo las siguientes conclusiones:

-la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Servicio Público determinan que es un derecho de los servidores públicos el recibir capacitación. Según lo que establece la Norma Técnica del Subsistema de Formación y Capacitación serán las unidades de administración del talento humano quienes realicen el proceso de detección de necesidades de formación y capacitación.

-De acuerdo con el análisis de resultados se ha determinado que la gran mayoría de los funcionarios administrativos desconoce de las políticas de planificación en cuanto a capacitación. Además, no se sienten satisfechos en cuanto a la frecuencia en que se ejecutan estos adiestramientos ya sean fuera de la institución o eventos internos, ya que el personal considera que la capacitación es un factor fundamental para su desempeño laboral.

-El análisis de resultados también puso en evidencia que el personal administrativo está de acuerdo en recibir capacitaciones informales, en este sentido los compañeros de trabajo se convierten en facilitadores de las actividades que realizan cotidianamente, lo que nos permitiría realizar un proceso de adiestramiento en temas donde se detecte una carencia de conocimientos por parte del personal.

Siguas (2017) realizó una investigación denominada: “La capacitación continua y su relación con la mejora del servicio policial de la comisaría de San Miguel”, trabajo presentado en la Universidad César Vallejo (Lima-Perú); la investigación es de tipo descriptiva, correlacional, explicativa, obteniendo las siguientes conclusiones:

- La Comisaría en el caso peruano, es la célula básica de la organización de la Policía Nacional del Perú; que depende de las regiones o frentes policiales. Desarrolla la labor de prevención, seguridad e investigación; mantiene una estrecha relación con la comunidad, los gobiernos locales y regionales, con quienes promueven la participación de su personal en actividades a favor de la seguridad ciudadana, así como el desarrollo económico y social de la jurisdicción.

-Se Valora la importancia de la inversión en capacitación de los policías en este siglo del conocimiento y su influencia en la producción y productividad del servicio policial, porque esta se encuentra plenamente justificada no solo en la empresa privada, sino que también es válido en la Policía. Cuyo servicio público está dirigido a la persona humana.

-La inversión en capacitación en el caso del personal de la Comisaría tiene como valor agregado que contribuye a la mejora de la calidad de vida del destinatario final del servicio policial, el ciudadano sujeto y objeto del mismo.

Barrientos (2016) realizó una investigación denominada: “La capacitación del personal y la calidad de servicio del centro de contacto banco de crédito del Perú en el cuarto trimestre 2016”, trabajo presentado en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega (Lima); la investigación es de tipo correlacional y explicativa, obteniendo las siguientes conclusiones:

- Se ha determinado que la capacitación de personal influye en la calidad de servicio del centro de contacto BCP cuarto trimestre 2016.

-Se ha evaluado que las horas de capacitación son muy importantes en la calidad de servicio del centro de contacto BCP cuarto trimestre 2016. Se refleja en el resultado

de las encuestas que el 65% de asesores indican que las horas de capacitación influyen en la calidad de servicio.

- La motivación del personal es muy importante en la calidad de servicio del centro de contacto BCP cuarto trimestre 2016. Se refleja en el resultado de la encuesta que el 80% de asesores indican que la motivación influye en la calidad de servicio.

Quispe (2018) realizó una investigación denominada: “La capacitación en el desempeño laboral de los trabajadores conserjes de la Universidad San Agustín de Arequipa”; la investigación es de tipo descriptiva, llegando a las siguientes conclusiones:

-La capacitación contribuye al desarrollo personal y organizacional, razón por la cual este proceso debe ser planificado, acorde a las necesidades operativas del puesto de trabajo, para el fortalecimiento y mejora de conocimientos, habilidades y destrezas; también podemos manifestar que la capacitación influye en el desempeño laboral del personal de conserjería de la institución.

-La mayoría de trabajadores indican que la capacitación que brinda la Universidad, es muy importante para la formación de los trabajadores; luego, éstos podrán cumplir sus funciones a favor de la institución, y también alcanza los objetivos y metas de la institución. Todos los trabajadores, responden diciendo que la capacitación que brinda la Universidad ayuda mejorar el rendimiento en su trabajo. Por cual es muy importante que la capacitación que brinda la institución.

-Así mismo, las relaciones interpersonales, son muy importante en una institución, porque los trabajadores deben estar unidos y trabajar en equipo.

Muñoz (2017) realizó una investigación denominada: “Metodología para la implementación de soluciones de capacitación online corporativa”, trabajo presentado

en la Universidad Nacional de Piura; la investigación es de tipo descriptiva, llegando a las siguientes conclusiones:

-La capacitación consiste en un proceso de aprendizaje que tiene a la persona como eje principal. En una organización, esta influencia de manera directa en el mejor y más grande recurso que posee, los colaboradores, satisfaciendo sus necesidades trascendentales y, sobretodo, generando en ellos la fidelidad hacia la empresa. Sin embargo, previamente, debe diagnosticarse las necesidades de capacitación en la organización para que esta se lleve a cabo satisfactoriamente y cumpla con los objetivos propuestos.

-Actualmente, el uso de las TICs en el campo educativo está tomando más interés en las instituciones, esto da como resultado incursiones cada vez más importantes en el campo del e-learning.

-Mediante el caso de aplicación, se demostró que los costos incurridos en una capacitación on-line pueden disminuir exponencialmente con respecto a los costos de una capacitación presencial. Por ejemplo, en el caso, se incurrió en un costo por persona aproximadamente de 1 dólar. Esto influye en el avance del proceso de internacionalización de la educación en el país, ya que las universidades que lideran dicho proceso, como las que se mencionan en el capítulo I, ya han apostado por este tipo de modalidad y buscan marcar un estándar para las demás.

-Para tener mayor éxito en los resultados de una capacitación on-line, el equipo encargado de recursos humanos de una organización debe realizar un diagnóstico de necesidades previo para determinar exactamente en qué áreas y temas precisos debe realizarse con el fin de adiestrar a una persona o prepararla para un nuevo puesto de trabajo.

Peña (2016) realizó una investigación denominada: “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016”, trabajo presentado en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Piura); la investigación es de tipo descriptiva, obteniendo las siguientes conclusiones:

- Se identificó que más de la mitad de los colaboradores han recibido capacitación por intermedio de talleres, y la menor parte de estos trabajadores han sido capacitados a través de charlas, seminarios y programas relacionados con universidades.

-Se ha determinado que dentro de las actividades primarias de la cadena de valor que tiene la microempresa, inherente a la elaboración de los platos que se expenden en el restaurante, la mayor parte de los comensales consideran importante la calidad de los productos ofrecidos y en lo concerniente al marketing, es decir a los medios de publicidad que utiliza el establecimiento, esta acción se viene ejecutando mayormente por intermedio de volantes; en lo relacionado a las actividades de apoyo, realizadas por los colaboradores, se ha identificado que la mitad de los clientes consideran que los trabajadores realizan una atención de calidad.

- Se obtuvo como resultado respecto a la segmentación, que más de la mitad de los consumidores concurren al restaurante vegetariano por motivos de salud, en lo concerniente a los costos, esta misma cantidad de clientes consideran que las microempresas ofrecen sus productos a precios medios, y con respeto a la diferenciación, más de la mitad de los clientes considera que está dado por la variedad de menús y platos a la carta y en menor porcentaje.

Martínez (2018) realizó una investigación denominada: “Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del centro de Piura,

año 2018”, trabajo presentado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Piura); dicha investigación es de tipo descriptiva, llegando a las siguientes conclusiones:

-Se identificó que las librerías del Centro de Piura aplican la enseñanza preparando a los colaboradores para la realización inmediata de diversas tareas del puesto, y las modificaciones de actitudes que se apreciaron en el cambio y la adquisición de nuevas actitudes y hábitos de los colaboradores.

-Sin embargo, se identifica que en el desarrollo personal de los colaboradores no se preocupan por desarrollar las habilidades y el desempeño de posiciones futuras.

-Determinando que las características de la capacitación de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, son la puesta en práctica de los objetivos como la enseñanza, la modificación de actitudes; asimismo, se caracterizan por la aplicación de las técnicas clasificadas en cuanto a la utilización, al tiempo y el lugar.

-Asimismo, se determina que las características de la gestión de calidad de las MYPE rubro librerías del Centro de Piura, es que tienen los principios de enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque a procesos y la relación con proveedores y también se caracterizan por no contar con un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015

2.1.2 Competitividad

Ordóñez (2015) realizó una investigación denominada: “Competitividad y bienestar en México: análisis de su relación con el desarrollo humano”, trabajo presentado en la Universidad Complutense de Madrid (España); la investigación es de tipo descriptiva, obteniendo las siguientes conclusiones:

-La economía del bienestar nos refiere a que el Estado debe intervenir para asegurar un funcionamiento eficiente de los mercados, y redistribuir la renta y la riqueza de acuerdo a los valores y criterios socialmente aceptados.

-Recordemos que el mercado tiene fallas, puesto que una economía de mercado pura, para alcanzar unos resultados eficientes en el sentido de Pareto, debería presentar ciertas características en su funcionamiento que en la realidad práctica son imposibles de alcanzar: mercados universales, ausencia de externalidades y bienes públicos, inexistencia de poder de mercado individual (como es característico en los casos de monopolios y mercados , concentrados, pero también cuando no existe información perfecta o libertad completa de entrada y salida de os mercados), entre otras.

-Con este enfoque que centra la atención en el ámbito local, la influencia del Estado para generar condiciones para la competitividad, el bienestar y el desarrollo humano, es innegable, ya que cuenta con atribuciones y capacidades que los demás actores sociales no tienen. Es por esto que los gobiernos tienen que ser muy cuidadosos al momento de decidir el tipo de comportamientos a propiciar en sus sociedades, puesto que las políticas públicas que decidan implementar tendrán sin duda amplias repercusiones en el proceso de desarrollo de los territorios.

Ortiz (2017) realizó una investigación denominada: “Diseño de investigación del sistema GPS e indicadores de desempeño para el control y monitoreo de los

técnicos rutereros de una empresa de servicios informáticos y de telecomunicaciones para incrementar su productividad y competitividad”, trabajo presentado en la Universidad de San Carlos de Guatemala; la investigación es de tipo descriptivo, llegando a las siguientes conclusiones:

-Muchos expertos afirman que la implementación de un sistema de localización GPS para la flota de vehículos rutereros puede contribuir tanto al aumento de la productividad como de la competitividad.

-Un GPS puede ser utilizado como una herramienta de planificación que ayuda a determinar la mejor ruta a seguir, optimizando los tiempos de espera y brindando un mejor servicio; o como un elemento de control para saber la localización en donde se encuentran dichos vehículos.

-Algunos ejecutivos y gerentes consideran que la etapa más difícil de la implementación de la localización por GPS radica en la manera en la que se informa a los empleados con el objetivo de influenciar en ellos para que puedan modificar los malos hábitos que reducen la productividad, ya que esto puede alterar significativamente el clima organizacional. A pesar de que el costo de estos sistemas es relativamente alto, sus implementaciones han demostrado que los beneficios adquiridos son aún mayores que la inversión realizada, fortaleciendo la necesidad e importancia de su utilización como elementos de control.

Castillo (2017) realizó una investigación denominada: “Característica de la inversión directa extranjera y su incidencia sobre la competitividad de la industria manufacturera en Bolivia período: 1990-2015”, trabajo presentado en la Universidad Mayor de San Andrés; la investigación es de tipo explicativa, obteniendo las siguientes conclusiones:

-El éxito de las exportaciones de la industria manufacturera se considera la pieza central del auge económico, no solo porque las exportaciones generan ingresos y ahorros y son una fuente de divisas, sino porque contribuyen al desarrollo productivo del sector de la industria manufacturera y del aumento de la productividad que finalmente contribuirá al mejoramiento de la competitividad de este sector. Este desarrollo productivo de este sector provocara que se amplié el sector y que las inversiones aumenten, especialmente la inversión directa extranjera.

-La Inversión Directa Extranjera hoy en día representa una oportunidad para mejorar la economía, incrementar el empleo y aumentar la competitividad. La investigación demuestra que la Inversión Directa Extranjera tiene un efecto positivo sobre la competitividad, es decir que derivan diferentes beneficios de la inversión y que se considera una llave del progreso económico por el desarrollo de tecnología, capacidad productiva, educación, investigación científica y todo aquello que ayude a producir más y mejor.

-Los efectos de la productividad laboral de la industria manufacturera en la competitividad son a corto plazo, en cambio los efectos de la Inversión Directa Extranjera son a largo plazo. Es debido a que el factor trabajo está involucrado todo el tiempo en el proceso productivo, en cambio la inversión directa extranjera no es constante y sus efectos en el proceso productivo son a futuro.

Vela (2016) realizó una investigación denominada: “La competitividad y la integración económica en América Latina: Caso de la Comunidad Andina de Naciones 2006-2014”, trabajo presentado en la Universidad Ricardo Palma (Lima); la presente investigación es de tipo descriptivo y explicativo, llegando a las siguientes conclusiones:

-La globalización se ha intensificado en el mundo, la internalización de la empresa se ubica en todos los continentes y regiones del mundo. En el caso de Latinoamérica el Pacto Andino hoy Comunidad Andina de Naciones refleja un acuerdo que negocios y beneficios mutuos de los países miembros, de hecho la desgravación arancelaria y las inversiones como la libre movilidad de factores juegan a favor de la integración y competitividad.

-Las políticas macroeconómicas han dado lugar a la mejora de las relaciones económicas, sociales y tecnológicas en sus países miembros, ausente Venezuela, un gran comprador, los cuatro restantes han crecido en sus principales variables económicas.

-La integración es uno de las metas más ambiciosas de los bloques económicos y con la mayor profundización de la economía internacional la tendencia es negociar en bloque y se trata de operar con mayores beneficios por bloque al largo plazo. Una condición es la estabilidad y crecimiento económico que son requisitos para la integración y competitividad.

Salazar (2017) realizó una investigación denominada: “Influencia de la Gestión de la Calidad total en la competitividad de la clínica Ana Stahl, en el distrito de Iquitos, departamento de Loreto, año 2017”, trabajo presentado en la Universidad César Vallejo (Lima); la investigación es de tipo descriptiva causal, obteniendo las siguientes conclusiones:

-Existe influencia significativa de la gestión de calidad total en la competitividad de la clínica Ana Stahl, Por ende, concluyó que la gestión de calidad es una herramienta que permite a la organización a desarrollarse en un ambiente competitivo.

-Se concluye por lo tanto que la gestión de la calidad total impacta significativamente en las ventajas competitivas, teniendo en cuenta que la clínica posee una moderna infraestructura y además cuenta con la acreditación de la DIGESA en el área de salud ocupacional. Para mantener una eficiente gestión de calidad total, se recomienda capacitar periódicamente al personal, para brindar un servicio de calidad al cliente o paciente y además de comprometer a todos los miembros de la organización para el cumplimiento de la misión, visión y los objetivos de la organización.

-También se recomienda evaluar la percepción de los clientes o pacientes en cuanto a los servicios recibidos y con los resultados obtenidos poder identificar en qué áreas se están presentando fallas para mejorar e implementar nuevas herramientas de gestión, ya que estas herramientas permitirán aumentar la competitividad de la organización.

Ríos (2018) realizó una investigación denominada: “Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto –Cajamarca en el año 2017”, trabajo presentado en la Universidad Privada del Norte; la investigación es de tipo descriptivo, obteniendo las siguientes conclusiones:

-Las confecciones y la producción en el sector textil en el Perú que ha mostrado un gran crecimiento en los últimos años y su crecimiento en el mercado internacional ha estado basado en ventajas competitivas entre las que se puede nombrar la calidad y prestigio de las fibras peruanas y el alto nivel de integración del sector a lo largo del proceso productivo.

-Como resultado de las encuestas aplicadas a los artesanos del centro poblado de Porcón Alto, se muestra que existe grandes dificultades en cuanto al conocimiento del producto textil, las ventas, comercialización, calidad se encuentra en un nivel totalmente bajo y no es suficiente para generar un nivel de competitividad. Se puede

tener en cuenta que la mejor manera de solucionar los problemas encontrados es necesario diseñar estrategias de competitividad para el desarrollo de las asociaciones en los que se encuentran los artesanos textiles, empezando por la producción de calidad textil, alianzas entre entidades para mejorar la economía.

-Se concluye que la mejora de factores relacionados con la competitividad, en este caso el factor empresarial, nacional e internacional, ayuda al crecimiento del sector textil artesanal, por ende, tener una demanda continua desde el centro poblado de Porcón Alto, y se escala hacia el mercado nacional se lograría posicionarse en un mercado internacional con un producto de calidad.

De Dios (2016) realizó una investigación denominada: “Lineamientos estratégicos para orientar la competitividad empresarial del hospedaje selecto E.I.R.L. Piura, año 2016”, trabajo presentado en la Universidad César Vallejo; la investigación es de tipo descriptiva, llegando a las siguientes conclusiones:

-La empresa Hospedaje E.I.R.L le falta una misión adecuadamente establecida y estructurada, basado a la razón de ser de la empresa, así mismo de una visión, valores y objetivos bien definidos en función a lo que se pretende alcanzar a un corto y largo plazo, según la normatividad de la empresa, que se refleja en el bajo conocimiento del personal sobre estos elementos.

-De acuerdo a la competitividad interna de la empresa, se concluye que el personal no tiene la capacidad para desarrollar sus diferentes labores, por el contrario no se cuenta con equipos modernos y pocas veces se invierte, además en los últimos años, se ha tenido un aumento de capital pero no se suministra adecuadamente las utilidades.

-En general se concluye que una propuesta de lineamientos estratégicos permitirá orientar la competitividad empresarial del Hospedaje Selecto E.I.R.L., a través de

estrategias basadas principalmente a direccionar y mejorar las dificultades relacionadas con el plan estratégico, análisis estratégico, competitividad interna y externa.

Peric (2017) realizó una investigación denominada: “Análisis de la competitividad de la empresa Gial distribuciones S.R.L. para mejoras en la gestión”, trabajo presentado en la Universidad de Piura; la investigación es de tipo exploratoria, llegando a las siguientes conclusiones:

-El análisis realizado muestra como prioridad mejorar la cobertura de la distribución de agua en bidón, con el fin de lograr la utilización de la capacidad instalada y así aumentar la rentabilidad, que se ha visto afectada por el deterioro en la rotación de los activos. Para conseguirlo, será necesario la subcontratación de la distribución. Si bien tiene algunos riesgos, por ahora parece ser la estrategia más viable.

-También es importante lograr, de manera paulatina, un mejor conocimiento y posicionamiento de la marca. Con este fin se propone una serie de acciones comerciales. Considerando que el agua es un genérico, se apuesta por estrategias relacionadas con la mejora en la percepción de la calidad e inocuidad del producto, así como el tiempo de entrega del mismo.

-Además, se considera oportuno un mejor manejo financiero de la empresa en lo referente a la gestión de tesorería, ya que al parecer la caja que actualmente mantiene la empresa es excesiva, lo que finalmente supone tener efectivo “ocioso”. Similar mejora debería realizarse con el control de inventarios, dado que actualmente alcanzan un volumen semejante a un año de costos de ventas.

Bances (2018) realizó una investigación denominada: “Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de

Sechura (Piura), 2018”, trabajo presentado en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote; la investigación es de tipo descriptiva, obteniendo las siguientes conclusiones:

-Para lograr la gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Sechura se aplican las normas establecidas por escrito para difundir los procesos, los valores contando con personal de confianza, la tecnología como un sistema de control y servicio al cliente y los recursos humanos por sus conocimientos y valores.

-En relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped.

-Finalmente los tipos de competitividad a que se acceden las MYPE Hoteles de la ciudad de Sechura, a la competitividad dinámica haciendo esfuerzos permanentes por mejorar los servicios del hotel, la competitividad ambiental pues existe conciencia por parte del empresario y del personal en cuidado el medio ambiente y cuentan con las herramientas necesarias.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Capacitación

Es un proceso organizado por medio del cual se administra información, según Guerrero, J. (2015) y se concede habilidades a una persona para que realice satisfactoriamente un trabajo específico; ha existido desde las sociedades primitivas cuando los mayores enseñaban a los jóvenes y niños a trabajar. Asimismo, el autor

Chiavenato (1998), menciona que un programa de capacitación es “un proceso a corto plazo utilizado de manera estructurada y organizada, mediante el cual las personas logran conocimientos, aptitudes, y habilidades en función de objetivos precisos”. De acuerdo a los autores citados en líneas anteriores se puede confirmar que el programa de capacitación es el primordial para la capacitación del personal a fines de su constante y continua mejora, se práctica tanto a trabajadores nuevos como a empleados antiguos o con cierto período de diferencia. El programa de capacitación en general, debe ser aplicado para la innovación de nuevas técnicas, alternativas e información referente a la actividad laboral, puede llegar a posicionar a una institución o a una organización dentro del mercado en competencia con otras organizaciones debido a que el personal de trabajo es el capital y mano de obra que puede llevar a cabo la realización de la misión y objetivos de la empresa. (Garcés, 2017)

Se considera a la capacitación como una herramienta eficaz para mejorar el desempeño de los empleados, por excelencia, nos puede ayudar a tener ordenadamente un proceso en el que nos podría permitir el cambio necesario para que el personal de la empresa tenga mejor visión de las ventajas y beneficios del mismo. El contar con una capacitación eficiente permite a la empresa tener innovación, el incremento de estrategias competitivas, corporativas y funcionales, apoyado en el uso de tecnologías de información, con un sentido ético y de responsabilidad social. La capacitación no debe percibirse como una obligación, que tiene la empresa con sus empleados, porque lo manda la ley. Es una inversión que trae mejora a la empresa y a la persona que asiste a las capacitaciones. Los resultados que se dan, es ayudar al desarrollo personal y profesional de los individuos. La capacitación al ser una actividad planeada facilita a organizar y formar al recurso humano que necesita y labora en la actualidad en una entidad. Según el autor Chiavenato (2007), “la Capacitación es el proceso educativo

de corto plazo, utilizado de manera ordenada y organizada, por medio del cual las personas obtienen conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos específicos”. (Cota & Rivera, 2017)

Se debe descubrir las Necesidades de Capacitación que existe dentro de las empresas, según Werther y Davis, (2000), la evaluación de las necesidades detecta los problemas vigentes de la organización y los retos futuros que deberán afrontar. La evaluación de necesidades permite crear un diagnóstico de los problemas actuales y los retos ambientales que es necesario afrontar a través del crecimiento a largo plazo. Para confrontarlos de manera eficiente, es probable que el personal necesite capacitación. Chiavenato (2007), en su libro hace referencia que según el National Industrial Conference Board de Estados Unidos, la finalidad de la capacitación es apoyar a los empleados de todos los niveles a lograr los objetivos de la empresa, al otorgarles la posibilidad de obtener el conocimiento, la práctica y la conducta requerida por la organización. (Cota & Rivera, 2017)

La Capacitación está considerada como un proceso educativo a corto plazo, el cual emplea un método planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, obtendrá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para aumentar su eficacia en el logro de las metas que se haya planteado la organización en la cual se desempeña. (Soto, 2015)

La capacitación es un elemento primordial que facilita a los empleados mejoras en sus competencias profesionales y capacidades interpersonales, abriendo oportunidades para su crecimiento al interior de la organización. La competencia de un trabajador, en la definición utilizada por la consultora Prodem, es "su capacidad de

unir y movilizar destrezas intelectuales y emocionales en conclusiones de conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas necesarias para el desempeño de una determinada función o actividad, de manera eficiente, eficaz y creativa, de acuerdo a la naturaleza del trabajo". Esto significa que la competencia de una persona delimita su capacidad productiva medida en términos de desempeño real y expresado en un determinado entorno de trabajo. Esto no resulta únicamente de la capacitación, sino también de la experiencia obtenida en situaciones definidas de ejercicio ocupacional. (conexiónsan, 2016)

2.2.1.1 Elementos de la importancia de la capacitación

Es importante capacitar al personal de una forma continua y apropiada para que puedan conocer, planear y realizar sus actividades juntamente con los demás trabajadores, por lo que es necesario trabajar en equipo para poder sobresalir con grandes modelos de calidad y tomar buenas decisiones. Con una buena comunicación entre departamentos y una buena motivación del líder a todos los departamentos para que cada colaborador realice efectivamente sus actividades donde pueda generar grandes ingresos para la empresa, de acuerdo a la cultura y/o ambiente del departamento que corresponda. (Peirane, 2014)

Asegurar el cumplimiento de la misión de la organización, se hace necesario que dicho medio haga parte de las estrategias organizacionales que se aplican a todos los niveles y áreas de la empresa, y es el continuo desarrollo en el mundo lo que genera su importancia, toda vez, que es necesario que la organización se adapte de forma rápida y eficaz a las necesidades del mercado. Así las cosas, se deberán generar planes

o programas de capacitación eficaces, que no pueden distinguirse entre grandes, medianas o pequeñas empresas, ya que alguna de ellas debe afrontar situaciones previsibles o situaciones imprevistas, para las cuales las maquinas no están preparadas, y donde la participación intelectual de los colaboradores será la diferencia. (Jamaica, 2015)

La capacitación es una de las inversiones más rentables que puede realizar una empresa, ya que el personal necesita de capacitación constante. Los jefes tienen que ser los primeros en preocuparse por su preparación y ser los que capaciten al personal. El objetivo primordial de la capacitación es mejorar la eficiencia de los colaboradores para que estos contribuyan con el desarrollo de la empresa y así logren ser productivos. Asimismo, permite evitar los conocimientos antiguos de los colaboradores. Lo que hace que los colaboradores se involucren en el progreso de la empresa, las cuales usan la capacitación permanentemente para: Mantener actualizado al personal, estar al día con el desarrollo de la industria, motivar y hacer progresar a sus trabajadores. (CompuSoluciones , 2018)

La capacitación es un método importante que mejora el desempeño en la comunicación, el liderazgo, trabajo en equipo. Además, si la preparación es exitosa, los beneficios se observan en el entorno profesional y en el rendimiento de los empleados de una entidad. Por ello la capacitación es indispensable en las empresas, porque coopera con el crecimiento de los colaboradores, en el aspecto personal y profesional. Asimismo, este procedimiento debe ser constante, con objetivos precisos, que satisfagan a las necesidades laborales y personales del colaborador y del trabajo en equipo. (Idea y Proyección, 2018)

2.2.1.2 Ventajas de la capacitación

(Romero, 2016) sostiene que la capacitación ofrece varias ventajas que favorecen a las organizaciones, a los empleados y a las relaciones humanas, las cuales son las siguientes:

- Es una inversión que ayuda al personal y a la empresa.
- Colabora a la formación de líderes.
- Aumenta la productividad y la calidad en el trabajo. Incrementa la rentabilidad de las empresas.
- Ayuda a resolver problemas. Fomenta la comunicación en la organización.
- Permite el logro de metas individuales.
- Desarrolla un sentido de progreso y autorrealización en los trabajadores.
- Ascensos y por lo tanto mejores salarios.
- Mejora la relación con los clientes y proveedores.

(García, 2016) Capacitar al personal significa enseñarles nuevos conocimientos que aumentarán sus habilidades, ayudando a promover su crecimiento profesional. La capacitación está dirigida a satisfacer las necesidades de la organización al que forma parte el colaborador, pero el personal también es importante. Al personal hay que darle herramientas para que entrelace sus objetivos y de la empresa, teniendo metas comunes. A continuación, se tiene las siguientes ventajas de la capacitación de personal:

- Especialización: las empresas ahorran dinero contratando a un colaborador por cada tarea, a un multiusos que acabará enfermándose y retirándose de la empresa.

-Actitud: cambiar la actitud de los colaboradores influirá en el clima laboral, logrando trabajar en un ambiente agradable, adecuado y motivado.

-Crecimiento: es mejor optar por el desarrollo de las habilidades de los colaboradores, que se transformen en líderes de la empresa, concediendo que ellos logren las metas de la empresa.

-Sin supervisión: los colaboradores pueden realizar sus actividades al 100%, sin que los estén vigilando, ya que saben lo que deben realizar para alcanzar las metas establecidas.

-Identificación: brindarles oportunidades de crecimiento, incentivos, para promover fidelidad en el equipo, y se identifiquen con la organización en dónde trabajan.

-Rendimiento: el colaborador conoce de que trata el cargo y las tareas a desarrollar, aumentando su rendimiento en el trabajo.

-Superación de crisis: Estando las empresas capacitadas no se derrumban ante una crisis, porque los trabajadores sabrán afrontar una situación difícil.

Es importante recalcar que capacitar al personal, no sólo depende en pagarle a un experto para que los prepare, es más amplio ya que la empresa tiene que comprometerse en diseñar programas que argumenten los contenidos obtenidos en el curso o taller y crear tareas para que los colaboradores pongan en práctica lo aprendido. Las organizaciones no deben dudar en invertir en capacitación, ya que es la clave para que los trabajadores se diferencien del resto, y aumente la rentabilidad de la empresa. (García, 2016)

La capacitación no se debe ver como una exigencia que hay que realizar porque lo establece la ley. La capacitación va más allá, es una inversión que genera

beneficios al colaborador y la organización. A continuación se tiene los siguientes beneficios:

- Incrementa la rentabilidad de la organización
- Genera una mejor imagen de la empresa
- Permite que los trabajadores se identifiquen con la organización
- Ayuda a resolver inconvenientes
- Aumenta la productividad y la calidad en el trabajo
- Impulsa la comunicación en la empresa (Acosta, 2015)

2.2.2 Competitividad

Cuando señalamos competitividad, nos estamos refiriendo al desarrollo de la capacidad de competir para buscar la obtención de un fin establecido. Esta rivalidad, hablando de empresas, regiones o países, implicará una competencia dentro de sectores o mercados determinados, ofreciendo o demandando algún(os) producto(s) o servicio(s). El concepto ha ido evolucionando en el tiempo y, actualmente, está enlazado, principalmente, con la productividad, es decir, con la capacidad de las empresas, regiones o países para aprovechar de la mejor manera posible los recursos que tienen para producir y ofrecer bienes o servicios relativamente en mejores condiciones de costo, calidad y precios de lo que otros podrían hacerlo. (Rodríguez, 2015)

La competitividad es la capacidad de competir, en el ámbito de la economía, la competitividad se vincula a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para lograr rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores.

En este sentido, factores que influyen en la capacidad competitiva son la relación entre la calidad y el coste del producto, el nivel de precios de los insumos, así como el nivel de salarios en el país productor. Igualmente, otros aspectos fundamentales para aumentar la competitividad son la eficiencia de los sistemas o técnicas de producción y el aprovechamiento de los recursos necesarios para la elaboración de bienes y servicios, es decir, la productividad. Así, una empresa será más competitiva en un mercado si logra producir más a menor costo, con altos niveles de productividad, eficiencia y calidad, todo lo cual se interpreta en una elevada rentabilidad por unidad de producto. En este sentido, las empresas más competitivas son aquellas que pueden asumir mayor cuota de mercado ante empresas menos competitivas. Sin embargo, la competitividad también implica perspectivas como la calidad, la innovación y la diferenciación del producto o servicio en relación con aquel que proponen los competidores. Otros enfoques, como la capacidad para generar la mayor satisfacción en los consumidores a partir de un precio fijado, o la capacidad de poder ofrecer a un menor precio cierto nivel de calidad, son también elementos claves. (Significados, 2015)

Es indispensable que las empresas hagan del tema de la competitividad un referente para ellas si aspiran en realidad ser competitivas a escala nacional e internacional. Es fundamental que las empresas generen una transformación en su cultura empresarial, pensar en el gobierno corporativo en lugar de la empresa tradicional como instrumento para profesionalizar todas las áreas que conforman una organización. Además, Labarca (2007, p. 161) interpreta la competitividad en la “posibilidad que tienen sus ciudadanos para lograr un nivel de vida elevado y ascendente; el cual, está definido por la productividad con la que se utilizan los recursos nacionales, el producto por unidad de trabajo o el capital utilizado”. Además,

la competitividad se logra “obteniendo una mayor productividad en los negocios existentes o introduciendo exitosamente en negocios de mayor productividad”. La competitividad a nivel micro o empresarial, autoriza tener un conocimiento preciso de las actividades que desarrolla la empresa en diferentes áreas. Este tipo de competitividad se puede calificar como la más importante debido a que es la misma empresa la que tiene el poder directo sobre las variables que le permiten desarrollarse y afianzarse en el mercado. (I, G, & D, 2017)

2.2.2.1 factores determinantes de la competitividad sistémica

La competitividad sistémica se define y se diferencia por identificar que un crecimiento industrial no se alcanza simplemente a través de una tarea de fabricación en el nivel micro o de situaciones macroeconómicas permanentes en el nivel macro, de igual forma por la realidad de medidas concretas del gobierno y de entidades privadas de crecimiento dirigidas a reforzar la competitividad de las organizaciones. Los factores particulares de la competitividad sistémica son:

La diferenciación de cuatro niveles analíticos (meta, macro, meso y micro)

1. Nivel Meta: gobernabilidad y competitividad industrial. Conformado por los modelos de disposición política y económicas dirigidas al crecimiento y por la organización competitiva de la economía en su totalidad.
2. Nivel Macro: relación de la consolidación económica y la liberalización con la habilidad de modificación. Constituida en su totalidad por las situaciones macroeconómicas permanentes. Específicamente una política variada objetiva y una política mercantil que incentive la producción local.

3. Nivel Meso: respaldo al empeño de las empresas. Constituido por las políticas definidas para la elaboración de ventajas competitivas por el ambiente y por las entidades.
4. Nivel Micro: exigencias tecnológicas e institucionales. Conformado por la habilidad personal de promover métodos de desarrollo constante y entidades. (Cepal, 2001)

(Salim & Carbajal, 2006), la competitividad sistémica menciona a un modelo en el cual se resalta la acción de que al pasar de la marca a un adjunto se manifiestan particularidades en la ejecución del sector que no provienen de los ahíncos propios de las marcas, sino que hacen a las entidades que encuadran la labor productiva o los atributos propios del grupo. A continuación, se tiene los factores determinantes de la competitividad sistémica:

1. Nivel Micro: comprende los determinantes vinculados a los esfuerzos para perfeccionar la eficiencia, calidad, velocidad de efecto y tolerancia, las estrategias de negocios, la colaboración entre organizaciones. De acuerdo a Esser y otros (1994), señalan que las organizaciones competitivas tienen que cumplir con las siguientes características:
 - Eficiencia: es fundamental en la competitividad de una organización, esencialmente en el caso que la rivalidad se genere en costos, por ser menores o nulas las alternativas de distinción del producto o servicio. Asimismo, se debe lograr índices de elaboración a inferiores costos posibles.
 - Calidad: las organizaciones deben mantener una mayor calidad en los productos o servicios producidos. Esto ayuda a que la organización se distinga en el mercado de la competencia.

- Flexibilidad: es la habilidad de las organizaciones para adecuarse a la transformación y demanda tanto interna como externa, incorporando la dimensión del producto, el tamaño del producto, y los procedimientos rentables.
 - Rapidez: es la habilidad de crear innovaciones consecutivas a velocidad, y de adaptarse rápidamente a circunstancias variables del ambiente, tales como los cambios en la demanda, la cual está vinculada al concepto de la flexibilidad.
 - Calificación y motivación del personal: para que sea productivo y tenga una buena puntuación el colaborador, depende de la experiencia, de sus habilidades, conocimientos, sensaciones, y su motivación.
 - Capacidad de gestión: se relaciona con el uso y la administración de la organización, principalmente a la puesta en marcha de estrategias empresariales aptas para crear modificaciones primordiales para la adecuación al entorno competitivo y activo.
 - Logística: se refiere al conjunto de saberes, actividades y recursos dedicados a suministrar los medios esenciales que ayuden a ejecutar una tarea primordial en el período, diseño, y costo más adecuado en un contexto de rendimiento y calidad.
 - Importancia de los clusters para el desarrollo de la competitividad: crean un sector íntegro para el desarrollo local, mediante la fuerza de atraer inversiones, mano de obra capacitada, infraestructura, y tecnología.
2. Nivel Macro: se refiere a que el entorno macroeconómico sea firme. Que las variables de inflación, tipo de cambio, déficit presupuestario; sean regulares,

concediendo protección jurídica para la inversión. A continuación, los determinantes del nivel macro:

- Política monetaria y financiera: la decisión adquirida en vinculación a la elaboración de efectivo tiene gran valor, ya que, en caso de incrementarse la emisión monetaria sin un correlato por parte del requerimiento de efectivo, se originarán altas tarifas de inflación que obstruirán la labor de señal de los costos, y en efecto la operatividad del procedimiento del mercado en la atribución de medios.
- Política fiscal: la inestabilidad fiscal ocasiona desorden en la competitividad de un territorio. Es importante que los gobiernos ejecuten una política fiscal formal, determinada por una apropiada administración tributaria, que favorezca la equidad, claridad, progreso, y un gasto efectivo que se centre en el aumento del rendimiento de la inversión.
- Política de competencia: se refiere a promover un constante desarrollo por parte de las organizaciones. La competencia doméstica obliga a las organizaciones a mejorar continuamente y a innovar. En su propósito por no quedarse afuera del mercado. Los empresarios locales buscan ventajas, disminuyendo los precios, perfeccionando la calidad, el servicio, y elaborando nuevos productos y procedimientos.
- Política cambiaria: debe ser la que dirija al tipo de cambio a su grado de estabilidad. Además, es una variable estratégica que define la habilidad de un territorio de ser globalmente competitivo.
- Política comercial: es el crecimiento del comercio global que lleva a los países a aumentar su rendimiento y abundancia económica, concediéndoles

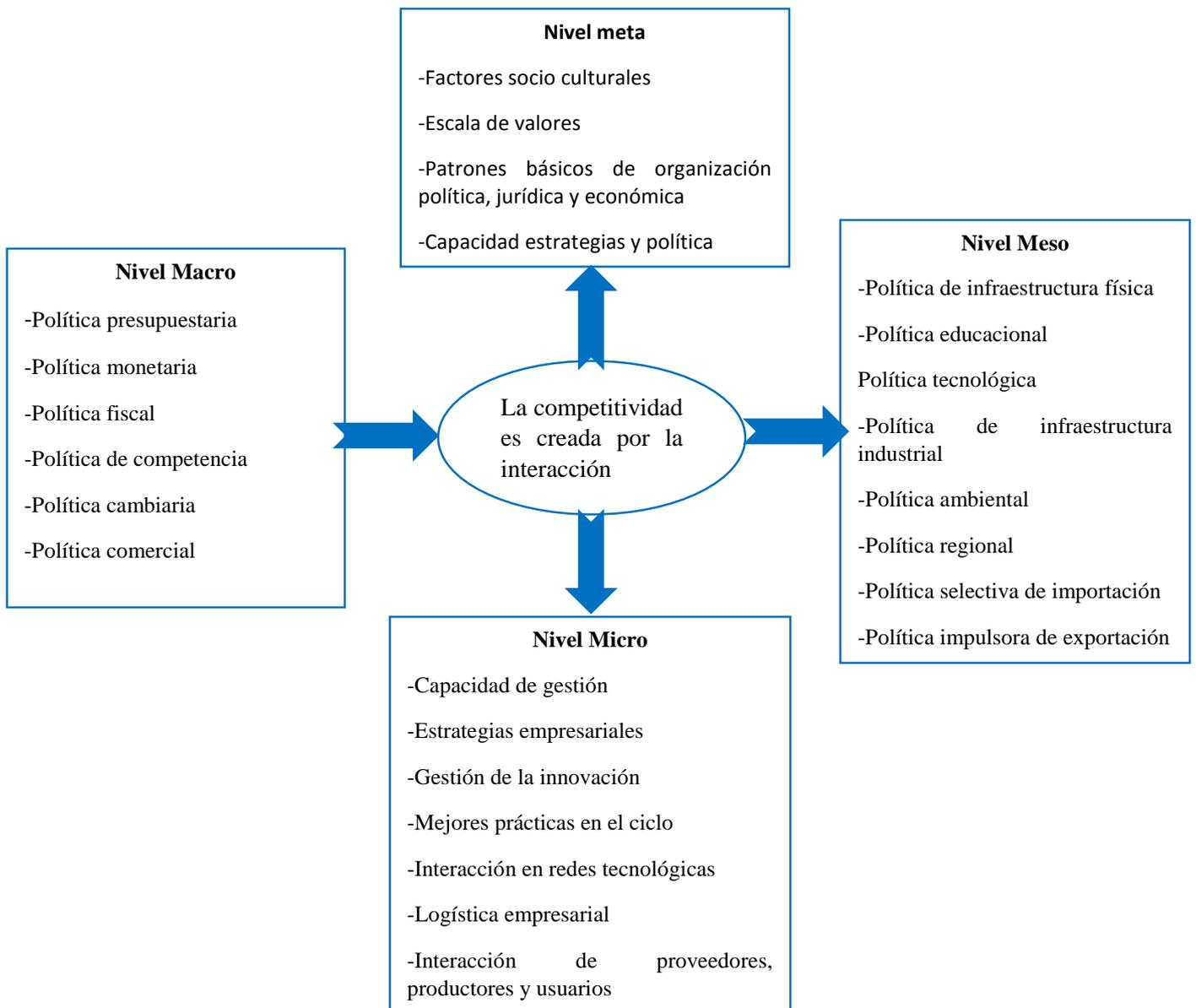
especializarse en relación de sus ventajas competitivas. Es por ello que el inicio de nuevos negocios, a través de una incorporación, estimula al mercado global, es un asunto principal de política.

3. Nivel meta: es la habilidad que tiene una población para poder conciliar y caminar de manera global en la búsqueda de propósitos determinados en conjunto. A continuación, los determinantes del nivel meta:

- Factores socioculturales: suscita acuerdos sociales en relación a los propósitos, la contextura y las políticas a implantar. La manera de planificar y gerenciar las organizaciones, los propósitos que se plantean, las conductas hacia las funciones, la capacidad laboral, la colaboración, la prosperidad, y el peligro son algunas de las conductas importantes para la competitividad firmemente influenciados por los componentes educativos, básicamente por el modelo de valores, dominante en la población.
- Patrón básico de organización político, económico y jurídico: en el plano económico, está dirigida a la competencia y a la integración en los mercados globales. En el plano político, busca división y autonomía, entre el país, economía y representantes sociales, unidos con la negociación y contribución entre estos sistemas. En el plano jurídico, reglamentos claros, firmeza, fiabilidad institucional.
- Capacidad estratégica y política de los actores sociales: son fundamentales para que los representantes sociales consigan determinar un acuerdo factible en cuanto al propósito de la competencia mundial y promover estrategias de mediano plazo.

4. Nivel Meso: demanda de políticas activas designadas al crecimiento del ámbito meso, Este ámbito está formado por componentes sobre los que debe incidir el gobierno, como los representantes sociales relacionados a la estructuración de procedimientos de entrenamiento a rango de la población. A continuación, los determinantes del nivel meso:
- Innovación: el gobierno debe impulsar la tarea de innovar y elaborar, ya que en ella está el origen de desarrollo de cualquier estado. Pero para que un país se convierta en innovador, debe utilizar la coyuntura brindada por la tecnología actual.
 - Dotación de factores especializados: se refiere a la numerosa asignación de los componentes principales de la fabricación demandada: terreno, mano de obra y el dinero. Emergen de la capacidad precisa, procedentes del modelo pedagógico, tecnológico, y de una buena infraestructura.
 - Educación: se refiere a enseñar la esencia dinámica solicitada por las inversiones de peligro que promueven la competitividad, y la inversión en estudios y desarrollo. Es necesario que las organizaciones inviertan fuertemente en capacitar a sus trabajadores, para que puedan adaptarse a los cambios y a las nuevas tecnologías.
 - Ecología: al campo privado le concierne trabajar en la defensa del medio ambiente, ya sea a través de la incorporación de desarrollo, anticontaminantes y mejorar la utilización de los medios, en los procedimientos fructíferos, a través de estudios a cerca de avanzadas tecnologías ambientales. Es una obligación de las empresas contribuir con la responsabilidad social, para tener una sociedad justa, y proteger a medio ambiente.

- Protección Selectiva: debe existir un contexto reglamentario adaptable a todos los campos, emerge la obligación de algunas políticas selectivas, tales como la defensa de la manufactura reciente por un período determinado que depende de su progreso.
- Inversión en tecnología e I&D: conforma junto con los colaboradores, el soporte de un modelo nacional de innovación unido entre organizaciones, entidades, de I&D, formativas, y el país. Es importante que el gobierno ayude a estas tareas, a través del impulso de la investigación esencial; la publicidad de las tecnologías, la reciente noción planificada; y la promoción de la investigación y desarrollo al rango de la marca. Se presenta un gráfico con los factores determinantes de la competitividad sistémica: (Salim & Carbajal, 2006)



2.2.2.2 Ventajas de la competitividad

Las ventajas de la competitividad son los atributos que poseen una organización, país o persona que la distingue de las demás, ubicándose en un nivel elevado para competir. Las cualidades que ayudan a tener ventajas paralelas son numerosas, pero cabe mencionar como modelo a los recursos naturales, la mano de

obra competente, las barreras de ingreso elevadas, que se pueden impulsar si se tiene un producto complicado de copiar.

No obstante, estas cualidades que tienen las empresas son difíciles de sostener en el largo plazo. Por eso las organizaciones procuran conseguir nuevas ventajas y promover las que ya poseen. Su objetivo es lograr un nivel alto ante la competencia. Eso se consigue brindando a los consumidores un mejor valor de los productos y servicios. A continuación, se tiene las siguientes estrategias de las ventajas competitivas:

Liderazgo en costes

Se compete por mantener un precio más inferior al de los competidores. Gracias a esta ventaja, la organización logra reducir sus costos hasta eliminar el margen de su competencia. La estrategia es conveniente en el caso que:

- El producto está estandarizado: se brindan varios productos idénticos, en calidad y costos, y es brindado por muchas organizaciones.
- Existen pocas maneras de conseguir la diferenciación de productos: se trata de lograr que el producto o servicio sea captado y contribuya con distintos atributos al cliente. Los atributos que serán importantes y apreciados por los clientes.

Fuente de la ventaja competitiva en costes

La fuente esencial proviene del resultado experiencia, el cual tiene sus principios objeto aprendizaje.

- Efecto aprendizaje: se basa en el período de producción de un producto, concorde se va produciendo mayor cantidad de unidades del producto.
- Efecto experiencia: ocasiona que la experiencia almacenada por la organización se reduzca en términos de unidades el costo efectivo del valor añadido general de la organización. El efecto establece una complicada barrera de ingreso para los nuevos competidores.

Diferenciación de productos

Señala que una empresa se diferencia cuando brinda productos o servicios, con cualidades y características que la distinguen de las demás empresas. Además, logra que el producto o servicio sea captado como exclusivo para el consumidor. Por ese motivo los compradores están prestos a pagar más para conseguir ese producto de mejor calidad. Cuando los productos ofrecen varias características, más serán las alternativas de alcanzar una ventaja competitiva diferente.

Fuentes de diferenciación del producto

Una organización puede distinguirse a través de su oferta a los compradores en una gran cantidad de maneras. Las variables sobre las que se puede edificar las ventajas en diferenciación se vinculan con los atributos técnicos de un producto, con los atributos de sus mercados, y de las organizaciones.

Las variables para la diferenciación de productos son:

- Características del producto: se refiere a la dimensión, al aspecto, confiabilidad, seguridad, estabilidad, resistencia, servicio pre-venta y pro-venta.

- Características del mercado: se refiere al tipo de necesidades, preferencias, por parte de los clientes que puede consentir la diferenciación. Esta clase de atributos están sujetas a las disposiciones del mercado.
- Características de la empresa: es la manera en la cual de la organización percibe o ejecuta sus negocios, la manera en que se vincula con los consumidores, la igualdad, el modo, los valores y prestigio ante los consumidores.
- Otras variables para la diferenciación: dos variables complementarias son la duración, y la asistencia a principios responsabilidad social.

Segmentación de mercados:

Busca que las empresas identifiquen las conductas de las personas en el momento de comprar un producto o servicio, de esa manera se puede brindar lo que necesitan. Procura lograr que las organizaciones se enfoquen en algunos mercados en vez de dirigirse a todos. Es usada frecuentemente en las pequeñas empresas, puesto que no estilan tener los medios fundamentales para captar a toda la población, si no que centran su esfuerzo en una parte del mercado. Además, estas organizaciones se focalizan en las exigencias de los usuarios, y en como los productos o servicios lograrían mejorar su vida diaria. Así también algunas organizaciones consienten que los clientes puedan participar en su producto o servicio. (Sevilla, 2016)

Una organización dispone de ventajas competitivas cuando tiene ventajas que la hacen única, diferente y sustentable ante las demás. Además, facilita lograr un mejor rendimiento y mantener un mayor nivel en el mercado frente a la competencia. Según Porter existen 2 tipos de ventajas competitivas:

- ✓ El liderazgo en costos: es la habilidad de elaborar un producto o servicio a un costo menor a la competencia.
- ✓ La diferenciación del producto: es la habilidad de brindar un producto o servicio diferente y más atractivo para los clientes, ante los productos que brinda la competencia.

A continuación, se presentan las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva:

- El liderazgo en costos: es la estrategia más instintiva que manifiesta una oportunidad siempre y cuando la organización esté entrenada, capacitada. Para brindar un producto o servicio en el mercado de a un costo menor que la competencia. Además, necesita una concentración única destinada a disminuir los costos de la manufactura.
- La diferenciación: establece una alternativa atractiva para las organizaciones que desean formar su propio segmento de mercado, se dirigen a clientes que buscan atributos particulares del producto o servicio que brindan la competencia. Es necesario utilizar materia prima de mejor calidad, una atención adecuada hacia los clientes, un diseño del producto o servicio que sea atractivo y único para los consumidores. La diferenciación es una estrategia de un elevado costo y que puede aparecer otra organización que se distinga de la misma manera, en ese caso se utilizaría una estrategia de liderazgo de costos.
- El enfoque. Depende de la diferenciación de un determinado segmento del mercado, y en brindar un mejor producto o servicio, centrándose explícitamente en los gustos y preferencias del segmento. (Riquelme, 2018)

Las ventajas de la competitividad son de las que dispone una organización frente a otras organizaciones del mismo rubro o mercado, y le consiente tener una

mejor ejecución ante la competencia y un mejor status competitivo. Una empresa tiene ventajas competitivas si realiza lo siguiente:

- Al tener un producto exclusivo e innovador, complicado de copiar por las demás empresas.
- Al contar con un modelo de tecnología que le facilite elaborar productos y servicios con un mayor beneficio que la competencia.
- Al tener trabajadores competentes, que ayuden a generar una mayor rentabilidad y ofrecer un buen servicio al consumidor.
- Al tener un sistema de información, que le facilite procesar de inmediato los requerimientos del consumidor.

Al contar con una innovadora infraestructura, que les ayude a que sus colaboradores se desempeñen bien, y los usuarios se sientan satisfechos en un ambiente agradable y hospitalario.

- Al estar ubicados en un lugar clave, que le facilite a que sus consumidores puedan localizarlos de manera fácil, y los distribuidores puedan suministrarlos adecuadamente. (Arturo, 2015)

III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Según Acero (2018), las investigaciones descriptivas, explican el comportamiento o estado de un número de variables estudiadas, orientando al investigador en el método científico, por lo tanto, no es necesario determinar hipótesis, ya que solo se trata de nombrar las características de la situación problemática.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Martínez (2018), es de tipo cuantitativo porque calculará porcentajes del comportamiento de cada variable, de manera científica con la ayuda de la estadística, examinando los datos de forma numérica. De acuerdo con Rodríguez, (2008) señala que en este tipo de investigación el objetivo es determinar relaciones causales que supongan una explicación del objeto de investigación, se basa sobre muestras grandes y representativas de una población determinada, usa la estadística como herramienta básica para el análisis de datos.

Acero (2018) señala que el nivel de investigación descriptivo evalúa las características de una población o situación en particular. La descripción implica la observación sistemática del objeto de estudio y clasificar la información que es observada para que pueda usarse y replicarse por otros. Se clasificará como descriptiva porque buscará descubrir las propiedades de la capacitación de las MYPE rubro hospedajes de Canchaque (Huancabamba- Piura), año 2019.

Benites (2018) indica que el tipo de diseño que se usará será no experimental, porque se trabaja con dos variables y no se manipula las variables. No se ha considerado un grupo experimental dentro de la población muestra, no hay una variable dependiente que se va manipular. Según los autores Hernández, Fernández, Baptista (2010) definen a los diseños no experimentales como: “estudio que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p, 205).

Benites (2018), según su duración será de corte transversal, porque los datos se han recogido en un único momento. Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirman que: “Recolectan datos en un solo momento y tiempo único donde su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p, 289).

4.2 Población y muestra

De Barrera (2008) señala que la muestra se realiza cuando la población es tan grande o inaccesible que no se puede estudiar toda, entonces el investigador tendrá la posibilidad seleccionar una muestra. El muestreo no es un requisito indispensable de toda investigación, eso depende de los propósitos del investigador, el contexto, y las características de sus unidades de estudio.

La presente investigación tiene como unidades a las MYPE de rubro “hospedajes”, ubicadas en el distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura). La población está compuesta por los siguientes individuos:

CUADRO 1: Relación de MYPE

ITEM	RAZÓN SOCIAL	Nº TRABAJADORES	RUC	DIRECCIÓN
1	Hospedaje “Las colinas de Canchaque”	2	10028995780	Jr.Mishahuaca- N°105-Canchaque
2	“Hostal Campos”	2	10068528572	Jr.22 de Agosto- Canchaque
3	Hospedaje “Piedra Blanca”	3	10028901408	Jr. Trujillo N°302- Canchaque

4	Hospedaje “El Alpino”	2	10266598985	Jr. La Esperanza S/N-Canchaque
5	Hospedaje “San José”	3	10420034666	Jr. 22 de Agosto S/N-Canchaque
6	“Hospedaje Canchaque”	2	10415949834	Av. Progreso S/N- Canchaque

Fuente: Municipalidad de Canchaque
Elaboración Propia

Para la variable capacitación se acudiría a los trabajadores, los cuales son 14. Quienes constituyen una población finita, ya que se conoce el número de elementos. Los datos se obtuvieron en la Municipalidad de Canchaque y se recurriría a los trabajadores de las MYPE antes mencionadas.

Para la variable competitividad se acudiría a los clientes, quienes constituyen una población infinita. Dónde no se conoce el número de elementos. Para lo cual se calculará la muestra.

Donde:

Tabla de apoyo al cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

Fuente: Rodriguez (2008)

Z = (Valor estadístico del nivel de confianza en el 91%)	1.69
Z ²	2.86
p = personas que no compran en las MYPE (50%)	0.50
q = personas que compran en las MYPE (50%)	0.50
Margen de error (9%)	0.09
Nivel de confianza (91%)	0.91

n = Tamaño de muestra

p = Variabilidad negativa

q = Variabilidad positiva

Z = Nivel de confianza

E = Límite aceptable de error

Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{(Z^2) * p * q}{E^2}$$

$$n = \frac{(1.69)^2 * 0.5 * 0.5}{0.09^2}$$

$$n = \frac{2.86 * 0.5 * 0.5}{0.09^2}$$

$$n = \frac{0.715}{0.0081}$$

$$n = 88.27$$

$$n = 88$$

El resultado de la muestra es 88, lo cual indica que acuden 88 clientes a las MYPE rubro hospedajes.

4.2.1 Criterios de inclusión

Trabajadores que llevan 1 año a más trabajando en las MYPE, manejan la información necesaria.

Personas mayores de 18 años.

4.2.2 Criterios de exclusión

Trabajadores que llevan menos de dos meses de haber ingresado a las MYPE, no conocen y no pueden proporcionar información necesaria de las MYPE

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Tabla 1 : **Matriz de operacionalización de las variables**

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuentes	Escala
Capacitación	La Capacitación está considerada como un proceso educativo a corto plazo, el cual emplea un método planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, obtendrá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para aumentar su eficacia en el logro de las metas que se haya planteado la organización en la cual se desempeña. Soto (2015)	Elementos de la Importancia de la capacitación	Calidad Equipo Motivación Participación Comunicación Planificar Cultura	La dimensión “Elementos de la importancia de la capacitación” se medirá con sus indicadores: “calidad, equipo, motivación, participación, comunicación, planificar, cultura”, con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario.	Trabajadores	Nominal
		Ventajas	Líder Productividad Inversión Metas individuales Ascensos Actitud Imagen	La dimensión “ventajas” se medirá con sus indicadores: “líder, productividad, inversión, metas individuales, ascensos, actitud. imagen”, con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario.		

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuentes	Escala
Competitividad	La capacidad de las empresas, regiones o países para aprovechar de la mejor manera posible los recursos que tienen, para producir y ofrecer bienes o servicios relativamente en mejores condiciones de costo, calidad y precios de lo que otros podrían hacerlo. Rodríguez (2015)	Factores determinantes	Eficiencia Flexibilidad Logística Innovación Gerenciar Prosperidad Infraestructura Responsabilidad Social Inflación Política fiscal Competencia Capacitación	La dimensión “factores determinantes” se medirá con sus indicadores: “eficiencia, flexibilidad, logística, innovación, gerenciar, prosperidad, infraestructura, responsabilidad social, inflación, política fiscal, competencia, capacitación”, con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario.	Clientes	Nominal
		Ventajas	Atributos Precio Servicios Diferenciación Exclusivos Tecnología Lugar clave	La dimensión “ventajas” se medirá con sus indicadores: “atributos, precio, servicios, diferenciación, exclusivos, tecnología, lugar clave”, con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario.		

Elaboración propia

4.4 Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, la cual busca recolectar datos a través de un cuestionario prediseñado. Los datos se obtuvieron desde la elaboración de un conjunto de preguntas normalizadas, dirigidas a una muestra de 88 personas, con la finalidad de conocer criterios, opiniones o sucesos concretos.

Luego de obtener la muestra, se elaboró 15 preguntas dirigidas a los trabajadores, y un cuestionario de 19 preguntas dirigidas a los clientes, con preguntas cerradas de escala nominal. Asimismo, fueron validadas por 3 docentes de la Universidad ULADECH, los cuales son: Mg. Fernando Suárez Carrasco, Mg. Víctor Helio Patiño Niño, Lic. Héctor Orlando Arica Clavijo. Las cuales fueron aplicadas a 88 clientes de los hospedajes. Por consiguiente, se elaboró la codificación, con el programa de Excel 2016, las tablas y gráficos, y finalmente el análisis de resultados.

4.5 Plan de análisis

La presente investigación se presentará en tablas y gráficos, haciendo uso del programa Microsoft Office Excel 2016 y Word 2016.

4.6 Matriz de consistencia

Tabla 2: **Matriz de consistencia**

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Indicadores	Fuente	Metodología
Caracterización de la Capacitación y competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019	¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019?	General: Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura) año 2019.	Según Acero (2018), las investigaciones de tipo descriptivas, describen el comportamiento o estado de un número de variables estudiadas, por lo tanto, no es necesario determinar hipótesis.	Capacitación	Calidad Equipo Motivación Participación Comunicación Planificar Cultura	Trabajadores	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: no experimental transversal
		(a) Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019			Líder Productividad Inversión Metas individuales Ascensos Actitud imagen		Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario

		(b) Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019		Competitividad	Eficiencia Flexibilidad Logística Innovación Gerenciar Prosperidad Infraestructura Responsabilidad Social Inflación Política fiscal Competencia Capacitación	Clientes	
		(c) Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura) 2019					
		(d) Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019					Atributos Precio Servicios Diferenciación Exclusivos Tecnología Lugar clave

4.7 Principios éticos

En la investigación se tiene que respetar la dignidad de las personas que participan en ella, el investigador tiene que guiarse por las normas hacia la ética profesional, comprometiendo siempre la parte moral de las personas, dónde los participantes dan su consentimiento o aprobación de su colaboración. Además, no se tiene que revelar la identidad de los participantes, tienen que ser los datos anónimos. La presente investigación se elabora con hechos reales, con total transparencia, los datos que se han recopilado no serán manipulados a conveniencia del investigador, porque se respeta la propiedad intelectual de los individuos que participan en el estudio. (Reyes, 2017)

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Capacitación

Tabla 3: Siente que está brindando un servicio de calidad

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	86%
NO	2	14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

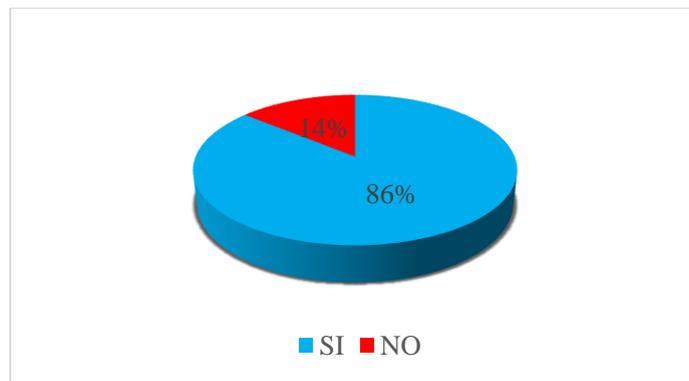


FIGURA 1: Siente que está brindando un servicio de calidad

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Siente que está brindando un servicio de calidad?

En la tabla 3 y figura 1, se identifica que el 86% sienten que brindan un servicio de calidad y el 14% no sienten que brindan un servicio de calidad.

Tabla 4: Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	71%
NO	4	29%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

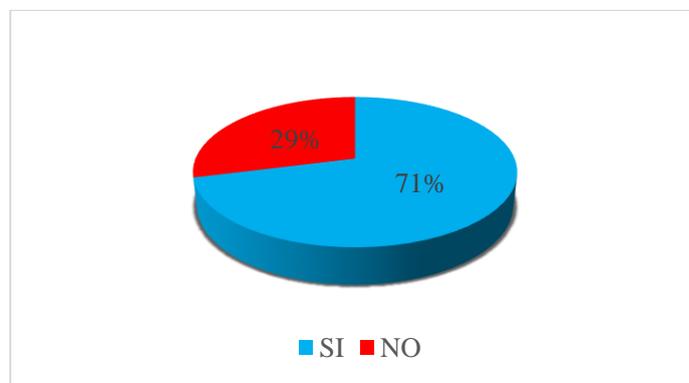


FIGURA 2: Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa
Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa?

En la tabla 4 y figura 2, se identifica que el 71% creen que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa y el 29% no creen que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa.

Tabla 5: Se siente motivado(a) en su trabajo

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	79%
NO	3	21%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

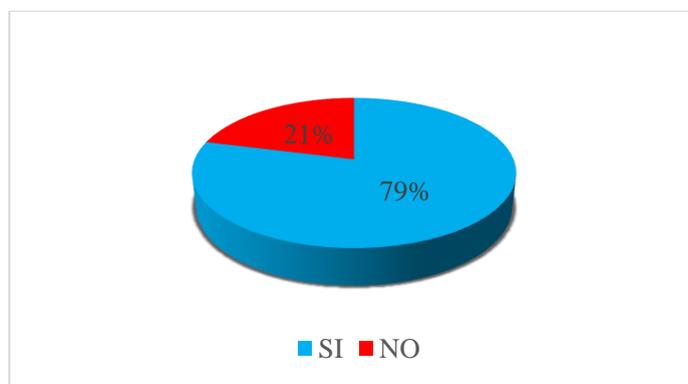


FIGURA 3: Se siente motivado(a) en su trabajo

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Se siente motivado(a) en su trabajo?

En la tabla 5 y figura 3, se identifica que el 79% se sienten motivados en su trabajo y el 21% no se sienten motivados en su trabajo.

Tabla 6: Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	86%
NO	2	14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

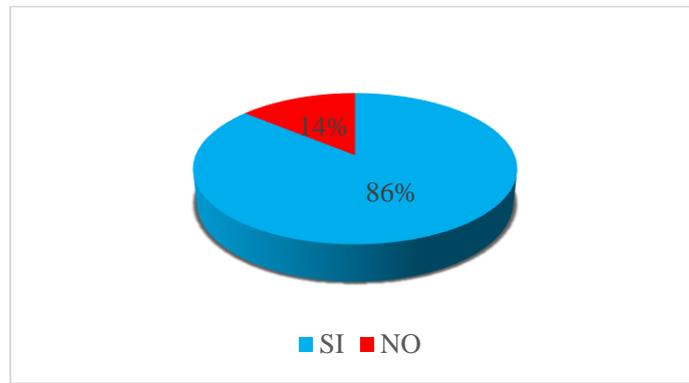


FIGURA 4: Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes?

En la tabla 6 y figura 4, se identifica que el 86% creen que la motivación mejora la actitud frente a los clientes y el 14% no creen que la motivación mejora la actitud frente a los clientes.

Tabla 7: Ha participado en talleres de capacitación

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	50%
NO	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

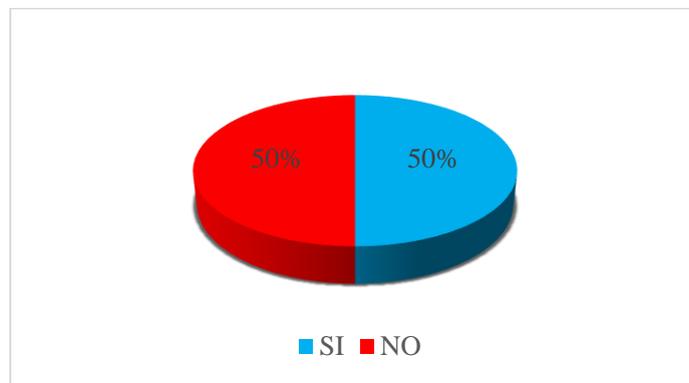


FIGURA 5: Ha participado en talleres de capacitación

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Ha participado en talleres de capacitación?

En la tabla 7 y figura 5, se identifica que el 50% si han participado en talleres de capacitación y el 50% no han participado en talleres de capacitación.

Tabla 8: Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	86%
NO	2	14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

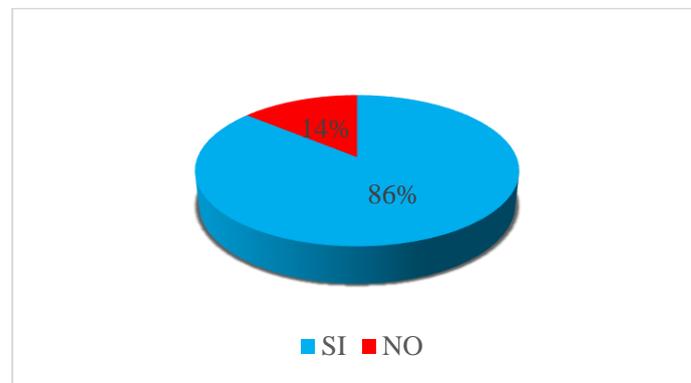


FIGURA 6: Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo
Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo?

En la tabla 8 y figura 6, se identifica que el 86% manifiesta que si existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo y el 14% manifiesta que no existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo.

Tabla 9: Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	71%
NO	4	29%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

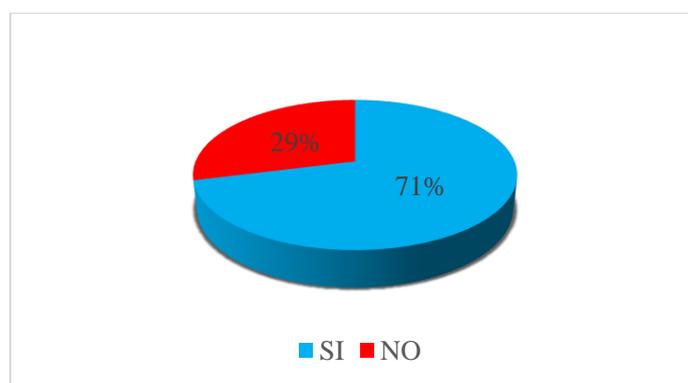


FIGURA 7: Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE?

En la tabla 9 y figura 7, se identifica que el 71% si considera que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE, y el 29% no considera que los propietarios saben planificar.

Tabla 10: Se identifica usted con la cultura de la MYPE donde labora

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	64%
NO	5	36%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

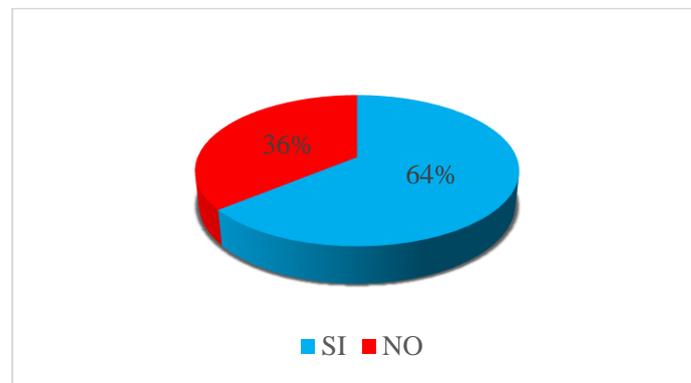


FIGURA 8: Se identifica usted con la cultura de la MYPE donde labora

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Se identifica usted con la cultura de la MYPE donde labora?

En la tabla 10 y figura 8, se identifica que el 64% manifiesta, que si se identifica con la cultura de la MYPE donde labora, y el 36% no se identifica.

Tabla 11: Considera usted que su jefe es un líder

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	57%
NO	6	43%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

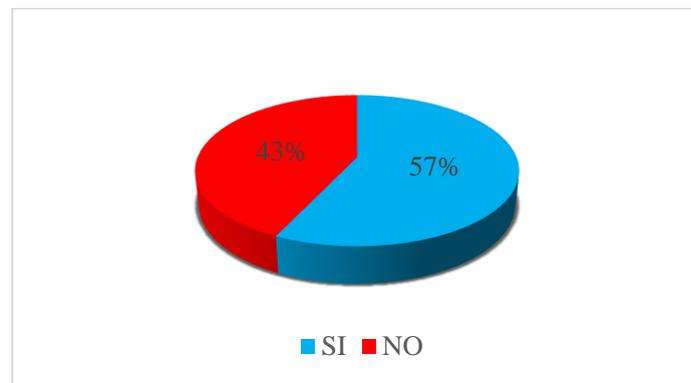


FIGURA 9: Considera usted que su jefe es un líder

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que su jefe es un líder?

En la tabla 11 y figura 9, se identifica que el 57% si considera que su jefe es un líder, y el 43% no considera que su jefe es un líder.

Tabla 12: Cree que las MYPE son productivas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	79%
NO	3	21%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

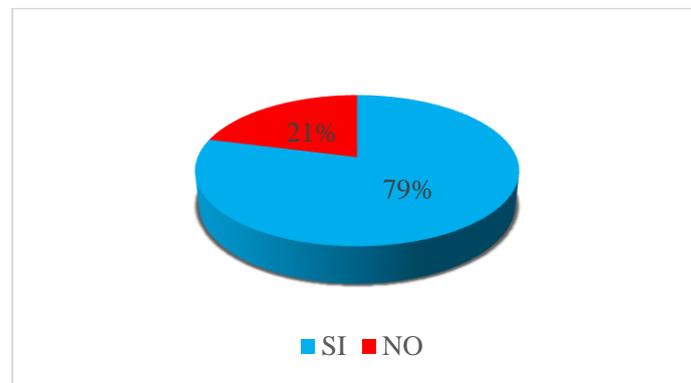


FIGURA 10: Cree que las MYPE son productivas

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree que las MYPE son productivas?

En la tabla 12 y figura 10, se identifica que el 79% si cree que las MYPE son productivas, y el 21% no cree que son productivas.

Tabla 13: Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	64%
NO	5	36%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

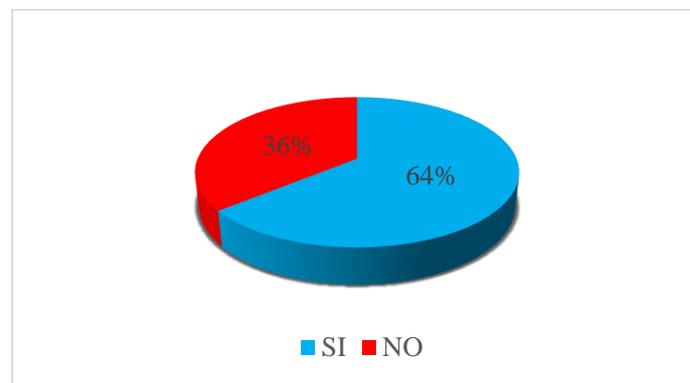


FIGURA 11: Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios?

En la tabla 13 y figura 11, se identifica que el 64% si creen que los propietarios invierten correctamente en sus negocios, y el 36% no creen que invierten correctamente en sus negocios.

Tabla 14: La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	64%
NO	5	36%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

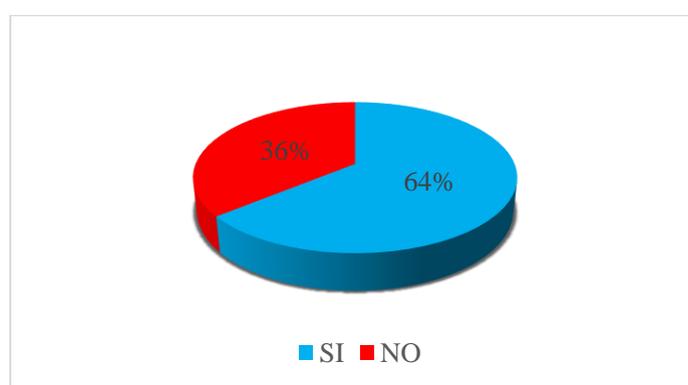


FIGURA 12: La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales?

En la tabla 14 y figura 12, se determina que el 64% manifiesta que la MYPE en donde labora si le permite desarrollar sus metas individuales, y el 36% manifiesta que la MYPE en donde labora no le permite desarrollar sus metas individuales.

Tabla 15: Ha sido ascendido(a) en su trabajo

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	71%
NO	4	29%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

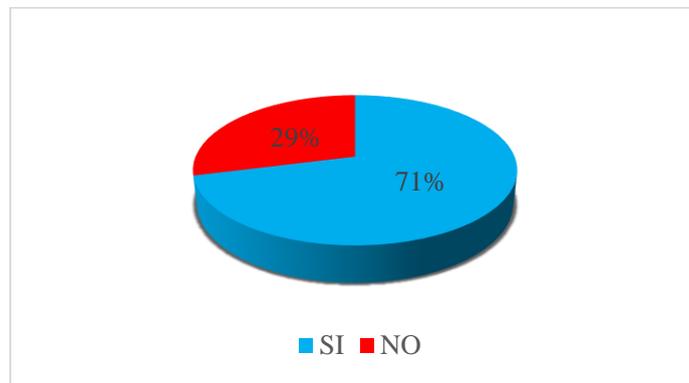


FIGURA 13: Ha sido ascendido(a) en su trabajo

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Ha sido ascendido(a) en su trabajo?

En la tabla 15 y figura 13, se identifica que el 71% manifiesta que si ha sido ascendido(a) en su trabajo, y el 29% manifiesta que no ha sido ascendido(a) en su trabajo.

Tabla 16: Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	86%
NO	2	14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

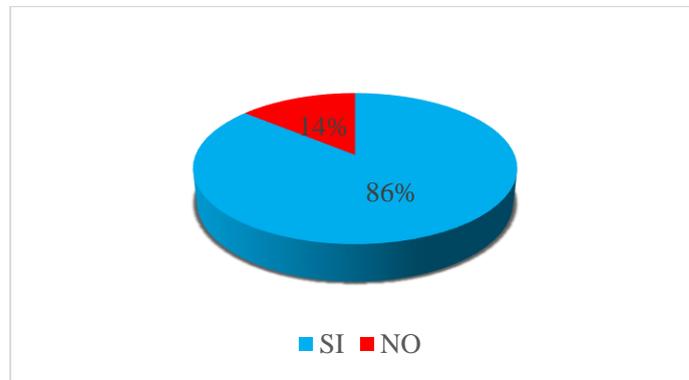


FIGURA 14: Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador?

En la tabla 16 y figura 14, se identifica que el 86% manifiesta que el clima laboral si influye en la actitud del trabajador, y el 14% manifiesta que el clima laboral no influye en la actitud del trabajador.

Tabla 17: Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	93%
NO	1	7%
TOTAL	14	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

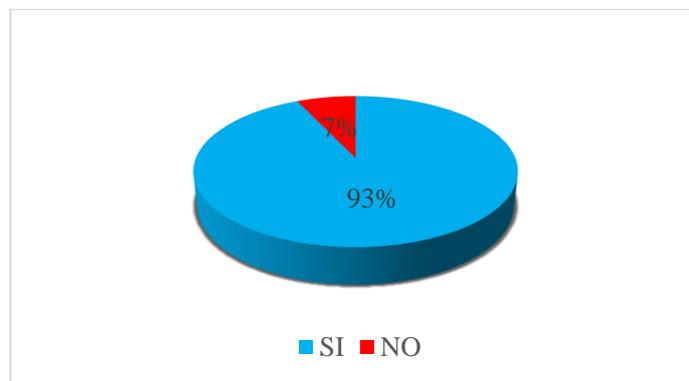


FIGURA 15: Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE?

En la tabla 17 y figura 15, se identifica que el 93% si cree que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE, y el 7% no cree que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE.

5.1.2 Competitividad

Tabla 18: Considera que los trabajadores son eficientes

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	76%
NO	21	24%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente

Elaboración propia

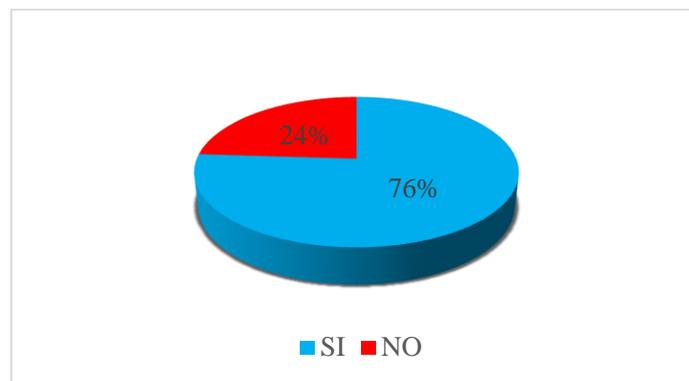


FIGURA 16: Considera que los trabajadores son eficientes

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera que los trabajadores son eficientes?

En la tabla 18 y figura 16, se identifica que el 76% si consideran que los trabajadores son eficientes, y el 24% no considera que los trabajadores son eficientes.

Tabla 19: Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	60	68%
NO	28	32%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

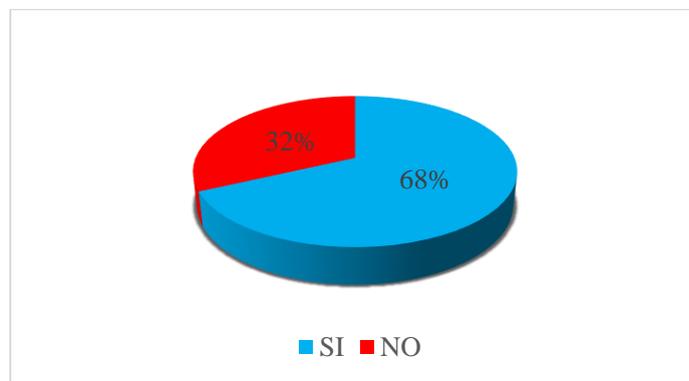


FIGURA 17: Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios?

En la tabla 19 y figura 17, se identifica que el 68% si cree que las MYPE son flexibles a los cambios, y el 32% no cree que las MYPE son flexibles a los cambios.

Tabla 20: Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	52	59%
NO	36	41%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

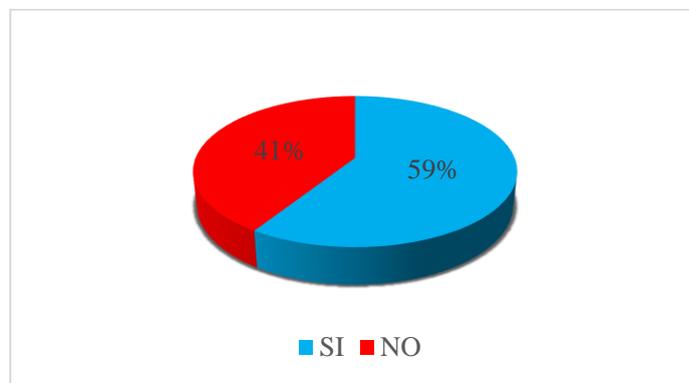


FIGURA 18: Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz?

En la tabla 20 y figura 18, se identifica que el 59% si cree que la logística que utilizan las MYPE es eficaz, y el 41% no cree que la logística que utilizan las MYPE es eficaz.

Tabla 21: Cree que la innovación es importante para las empresas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	88	100%
NO	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

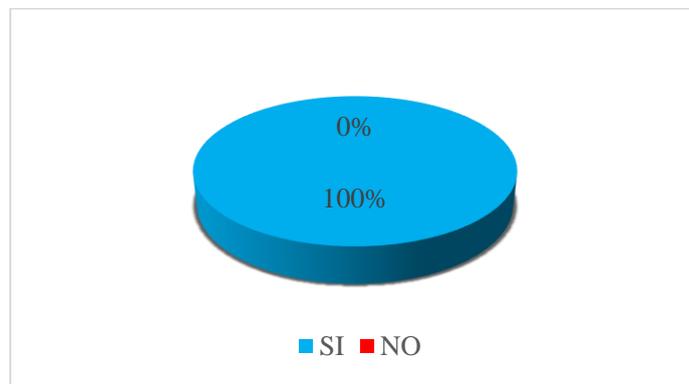


FIGURA 19: Cree que la innovación es importante para las empresas

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree que la innovación es importante para las empresas?

En la tabla 21 y figura 19, se identifica que el 100% si cree que la innovación es importante para las empresas.

Tabla 22: Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	66%
NO	30	34%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

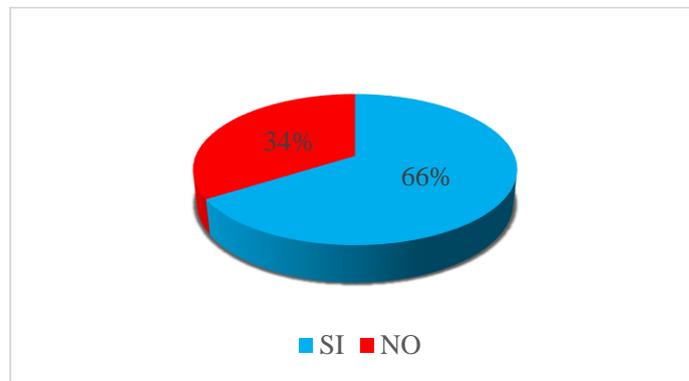


FIGURA 20: Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar

FIGURA 20: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar?

En la tabla 22 y figura 20, se identifica que el 66% si considera que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar, y el 34% no considera que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar.

Tabla 23: Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	76%
NO	21	24%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

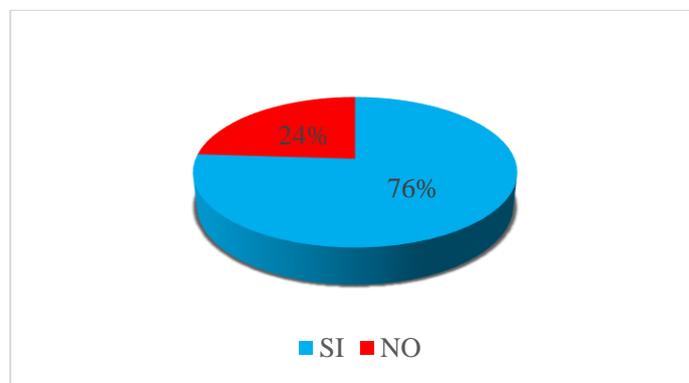


FIGURA 21: Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población

FIGURA 21: Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población?

En la tabla 23 y figura 21, se identifica que el 76% si considera que las MYPE rubro hospedajes generan prosperidad a los trabajadores y a la población, y el 24% no considera que generan prosperidad a los trabajadores y a la población.

Tabla 24: Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	77%
NO	20	23%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

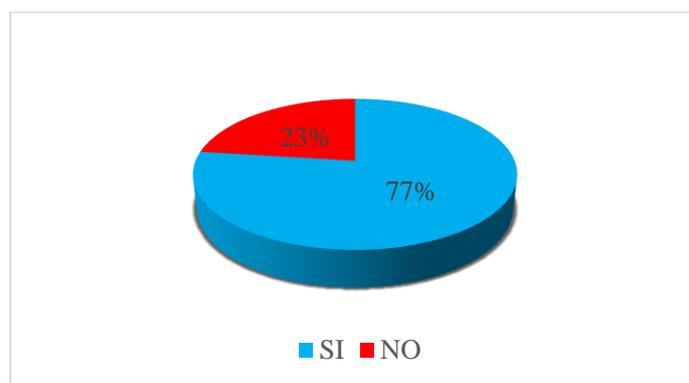


FIGURA 22: Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios?

En la tabla 24 y figura 22, se identifica que el 77% si cree que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios, y el 23% no cree que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios.

Tabla 25: Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	31%
NO	61	69%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

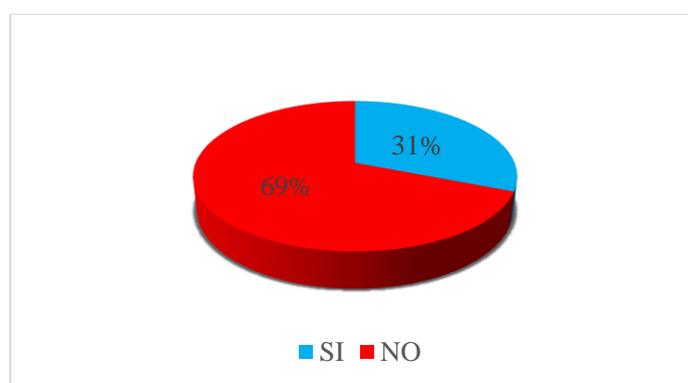


FIGURA 23: Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito?

En la tabla 25 y figura 23, se identifica que el 31% manifiesta que las MYPE rubro hospedajes si contribuyen con la responsabilidad social del distrito, y el 69% manifiesta que las MYPE rubro hospedajes no contribuyen con la responsabilidad social del distrito.

Tabla 26: Considera usted que la inflación afecta a la economía del país

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	91%
NO	8	9%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

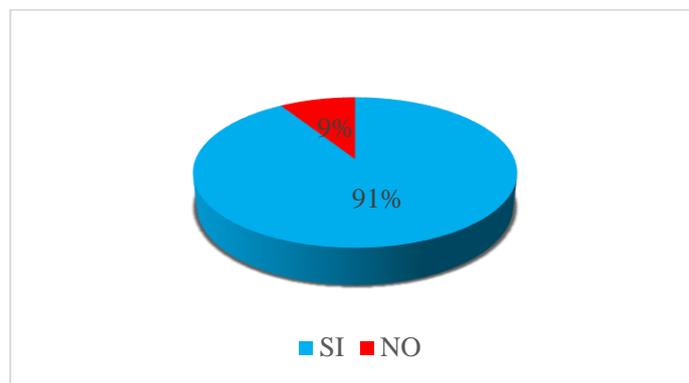


FIGURA 24: Considera usted que la inflación afecta a la economía del país

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que la inflación afecta a la economía del país?

En la tabla 26 y figura 24, se identifica que el 91% si considera que la inflación afecta la economía del país, y el 9% no considera que la inflación afecta la economía del país.

Tabla 27: Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	88	100%
NO	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

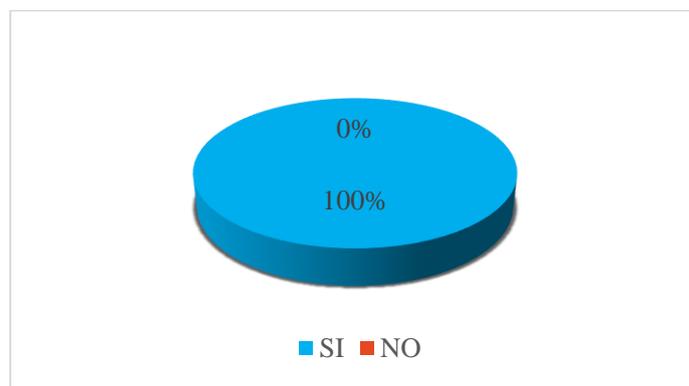


FIGURA 25: Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable?

En la tabla 27 y figura 25, se identifica que el 100% si considera que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable.

Tabla 28: Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	60	68%
NO	28	32%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

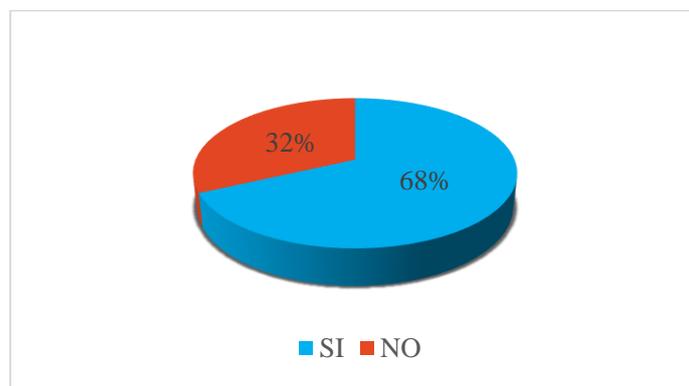


FIGURA 26: Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia?

En la tabla 28 y figura 26, se identifica que el 68% si cree que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia, y el 32% no cree que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia.

Tabla 29: Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	44	50%
NO	44	50%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia



FIGURA 27: Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores?

En la tabla 29 y figura 27, se identifica que el 50% si considera que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores, y el otro 50% no considera que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores.

Tabla 30: Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	77%
NO	20	23%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

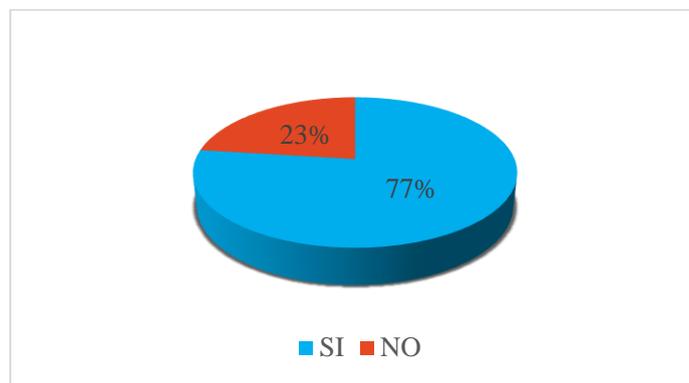


FIGURA 28: Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público?

En la tabla 30 y figura 28, se identifica que el 77% si cree que los trabajadores poseen atributos para atender al público, y el 23% no cree que los trabajadores poseen atributos para atender al público.

Tabla 31: Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	34%
NO	58	66%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

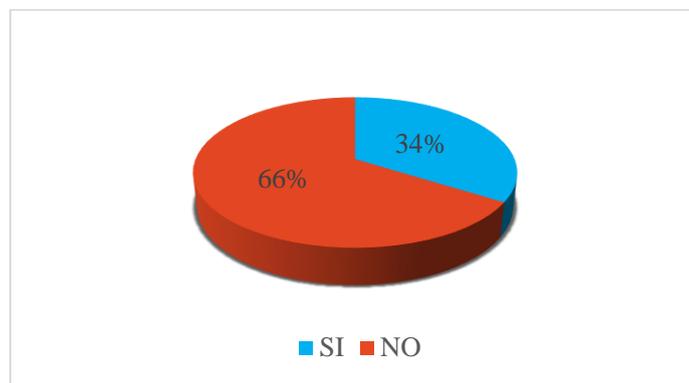


FIGURA 29: Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes?

En la tabla 31 y figura 29, se identifica que el 34% si le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes, y el 66% no les parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes.

Tabla 32: El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	74%
NO	23	26%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

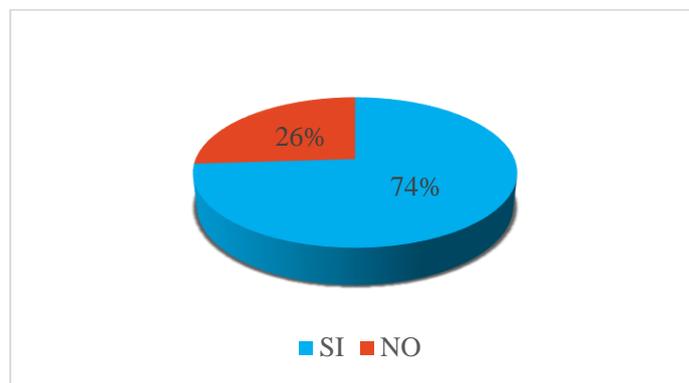


FIGURA 30: El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos?

En la tabla 32 y figura 30, se identifica que el 74% manifiesta que el servicio de hospedaje si satisface sus requerimientos, y el 26% manifiesta que el servicio de hospedaje no satisface sus requerimientos.

Tabla 33: Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	28%
NO	63	72%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

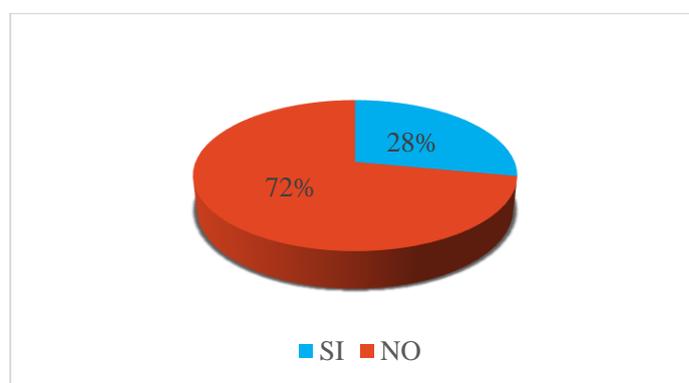


FIGURA 31: Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes?

En la tabla 33 y figura 31, se identifica que el 28% manifiesta que, si son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes, y el 72% manifiesta que no son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes.

Tabla 34: Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	34%
NO	58	66%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia

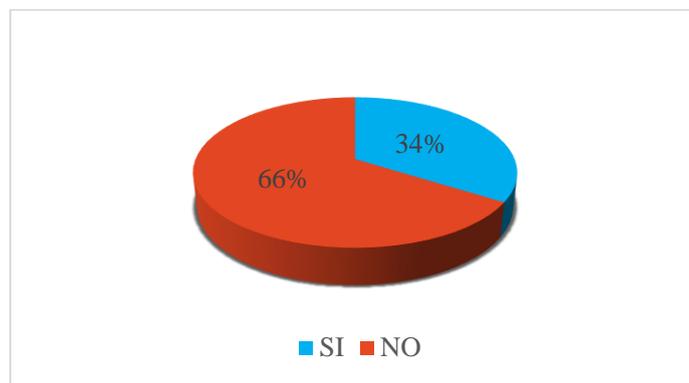


FIGURA 32: Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE?

En la tabla 34 y figura 32, se identifica que el 34% manifiestan que las MYPE si ofrecen algún servicio exclusivo, y el 66%% manifiesta que las MYPE no ofrecen algún servicio exclusivo.

Tabla 35: Usan tecnología de punta las MYPE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	32%
NO	60	68%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia



FIGURA 33: Usan tecnología de punta las MYPE

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Usan tecnología de punta las MYPE?

En la tabla 35 y figura 33, se identifica que el 32% manifiesta que las MYPE si usan tecnología de punta, y el 68% manifiesta que las MYPE no usan tecnología de punta.

Tabla 36: Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	75	85%
NO	13	15%
TOTAL	88	100%

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al cliente
Elaboración propia



FIGURA 34: Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE

Gráfico circular que representa a la pregunta: ¿Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE?

En la tabla 36 y figura 34, se identifica que el 85% manifiesta que las MYPE si se encuentran ubicadas en un lugar clave, y el 15% manifiesta que las MYPE no se encuentran ubicadas en un lugar clave.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Capacitación

En la tabla 3 y figura 1, denominadas: “Siente que está brindando un servicio de calidad”, se observa que el 86% si sienten que están brindando un servicio de calidad y el 14% siente lo contrario. Lo que coincide con Barrientos (2016), quien en su investigación concluye que las horas de capacitación son muy importantes en la calidad de servicio del centro de contacto BCP cuarto trimestre 2016. Además se refleja en el resultado de las encuestas, que el 65% de asesores indican que las horas de capacitación influyen en la calidad de servicio.

Por otro lado, Peirane (2014), manifiesta que es importante capacitar al personal de una forma continua y apropiada para que puedan conocer, planear y realizar sus actividades juntamente con los demás trabajadores, por lo que es necesario trabajar en equipo para poder sobresalir con grandes modelos de calidad y tomar buenas decisiones. Con una buena comunicación entre departamentos y una buena motivación del líder a todos los departamentos para que cada colaborador realice efectivamente sus actividades donde pueda generar grandes ingresos para la empresa. De los trabajadores encuestados, más de la mitad sienten que están brindando un servicio de calidad. Por lo tanto, de acuerdo con Barrientos y Peirane, señalan que la capacitación es muy importante ya que ayuda a mejorar la calidad del servicio, a trabajar en equipo, mejor comunicación, mejor motivación y tomar buenas decisiones en bien de la organización, los cuales son elementos importantes de la capacitación. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del Distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 4 y figura 2, denominadas: “Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa”, se observa que el 71% creen que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa, y el 29% no creen que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa. Lo que coincide con Quispe (2018), quien en su investigación concluye que la mayoría de trabajadores indican que la capacitación que brinda la Universidad, es muy importante para la formación de los trabajadores; luego, éstos podrán cumplir sus funciones a favor de la institución, y también alcanza los objetivos y metas de la institución. Así mismo, las relaciones interpersonales, son muy importante en una institución, porque los trabajadores deben estar unidos y trabajar en equipo.

Por otro lado, (Idea y Proyección, 2018), manifiesta que la capacitación es un método importante que mejora el desempeño en la comunicación, el liderazgo, trabajo en equipo. Además, si la preparación es exitosa, los beneficios se observan en el entorno profesional y en el rendimiento de los empleados de una entidad. Asimismo, este procedimiento debe ser constante, con objetivos precisos, que satisfagan a las necesidades laborales y personales del colaborador y del trabajo en equipo. De los trabajadores encuestados, más de la mitad si creen que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa, porque en conjunto se realizan mejor las actividades; de acuerdo con Quispe, Idea y proyección, señalan que las empresas deben trabajar en equipo para alcanzar los objetivos y metas, por lo que se identifica que el trabajo en equipo es un elemento importante de la capacitación. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del Distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 5 y figura 3, denominadas: “Se siente motivado(a) en su trabajo”, se observa que el 79% se sienten motivados en su trabajo y el 21% no se sienten motivados en su trabajo. Lo que coincide con Mejía (2016), quien, en su investigación manifiesta, que con este estudio se busca verificar los modelos de inducción y reinducción mediante modelos planteados y formación utilizando las cuatro etapas de la formación bajo los lineamientos de la ISO 10015 que son: Definir las necesidades de formación, Diseñar y planificar la formación, proporcionar la formación, Evaluar el resultado de la formación. Con el fin de optimizar tiempos, brechas entre las áreas, evitar errores y pérdidas de tiempo, motivar al personal que se encuentra a cargo.

Por otro lado, (Peirane, 2014), manifiesta que es importante capacitar al personal de una forma continua y apropiada para que puedan conocer, planear y realizar sus actividades juntamente con los demás trabajadores, por lo que es necesario trabajar en equipo para poder sobresalir con grandes modelos de calidad y tomar buenas decisiones. Con una buena comunicación entre departamentos y una buena motivación del líder a todos los departamentos para que cada colaborador realice efectivamente sus actividades donde pueda generar grandes ingresos para la empresa. De los trabajadores encuestados, más de la mitad se sienten motivados en su trabajo; de acuerdo con Mejía y Peirane, señalan que es importante motivar al personal para que realicen adecuadamente sus actividades y generen grandes ingresos a la empresa, por lo que se deduce que la motivación es un elemento importante de la capacitación. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del Distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 6 y figura 4, denominadas: “Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes”, se observa que el 86% creen que la motivación mejora la actitud frente a los clientes y el 14% no creen que la motivación mejora la actitud frente a los clientes. Lo que coincide con Barrientos (2016), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la motivación del personal es muy importante en la calidad de servicio del centro de contacto BCP cuarto trimestre 2016. Se refleja en el resultado de la encuesta que el 80% de asesores indican que la motivación influye en la calidad de servicio.

Por otro lado, (Peirane, 2014), manifiesta que es importante capacitar al personal de una forma continua y apropiada para que puedan conocer, planear y realizar sus actividades juntamente con los demás trabajadores, por lo que es necesario trabajar en equipo para poder sobresalir con grandes modelos de calidad y tomar buenas decisiones. Con una buena comunicación entre departamentos y una buena motivación del líder a todos los departamentos para que cada colaborador realice efectivamente sus actividades donde pueda generar grandes ingresos para la empresa. De los trabajadores encuestados, más de la mitad creen que la motivación mejora la actitud frente a los clientes; de acuerdo con Barrientos y Peirane, indican que la motivación del personal es muy importante porque influye en la calidad del servicio, actividades que realice el trabajador, y en su actitud. Por lo cual se puede deducir que la motivación es un elemento importante de la capacitación. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del Distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 7 y figura 5, denominadas: “Ha participado en talleres de capacitación”, se observa que el 50% si han participado en talleres de capacitación y el 50% no han participado en talleres de capacitación. Lo que coincide con Quispe (2018), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la mayoría de trabajadores indican que la capacitación que brinda la Universidad, es muy importante para la formación de los trabajadores; luego, éstos podrán cumplir sus funciones a favor de la institución, y también alcanza los objetivos y metas de la institución. Por cual es muy importante la capacitación que brinda la institución.

Por otro lado, (CompuSoluciones ,2018), manifiesta que la capacitación es una de las inversiones más rentables que puede realizar una empresa, ya que el personal necesita de capacitación constante. Los jefes tienen que ser los primeros en preocuparse por su preparación y ser los que capaciten al personal. El objetivo primordial de la capacitación es mejorar la eficiencia de los colaboradores para que estos contribuyan con el desarrollo de la empresa y así logren ser productivos. Asimismo, permite evitar los conocimientos antiguos de los colaboradores. De los trabajadores encuestados, la mitad ha participado en talleres de capacitación y la otra mitad no, a lo cual manifiestan que necesitan ser capacitados para lograr los objetivos de la empresa y sus objetivos personales. De acuerdo con Quispe y CompuSoluciones, señalan que es importante que los colaboradores participen en talleres de capacitación para que contribuyan con el desarrollo de la empresa. Por lo cual los jefes tienen que invertir en capacitación. Se identifica que la participación es un elemento importante de la capacitación. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del Distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 8 y figura 6, denominadas: “Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo”, se observa que el 86% manifiesta que si existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo y el 14% manifiesta que no existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo. Lo que coincide con Quispe (2018), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la mayoría de trabajadores indican que la capacitación que brinda la Universidad, es muy importante para la formación de los trabajadores; luego, éstos podrán cumplir sus funciones a favor de la institución, y también alcanza los objetivos y metas de la institución. Así mismo, las relaciones interpersonales, son muy importante en una institución, porque los trabajadores deben estar unidos y trabajar en equipo.

Por otro lado, (Idea y Proyección, 2018), sostiene que la capacitación es un método importante que mejora el desempeño en la comunicación, el liderazgo, trabajo en equipo. Además, si la preparación es exitosa, los beneficios se observan en el entorno profesional y en el rendimiento de los empleados de una entidad. Por ello la capacitación es indispensable en las empresas, porque coopera con el crecimiento de los colaboradores, en el aspecto personal y profesional. De los trabajadores encuestados, más de la mitad manifiestan que si existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo, y eso les ayuda a realizar bien sus actividades. De acuerdo a Quispe, Idea y Proyección, señalan que la comunicación es un elemento importante de la capacitación, porque mejora las relaciones personales y de la organización. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del Distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 9 y figura 7, denominadas: “Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE”, se observa que el 71% si considera que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE, y el 29% no considera que los propietarios saben planificar. Lo que coincide con Quispe (2018), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la capacitación contribuye al desarrollo personal y organizacional, razón por la cual este proceso debe ser planificado, acorde a las necesidades operativas del puesto de trabajo, para el fortalecimiento y mejora de conocimientos, habilidades y destrezas.

Por otro lado, (CompuSoluciones , 2018), sostiene que la capacitación es una de las inversiones más rentables que puede realizar una empresa, ya que el personal necesita de capacitación constante. Los jefes tienen que ser los primeros en preocuparse por su preparación y ser los que capaciten al personal. El objetivo primordial de la capacitación es mejorar la eficiencia de los colaboradores para que estos contribuyan con el desarrollo de la empresa y así logren ser productivos. De los trabajadores encuestados, más de la mitad si considera que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de las MYPE. De acuerdo con Quispe y CompuSoluciones, señalan que los jefes o propietarios tienen que invertir en capacitación para que puedan planificar adecuadamente los procesos o actividades de la organización, lo que se deduce que la planificación es un elemento importante de la capacitación porque ayuda al desarrollo personal y de la empresa. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del Distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 10 y figura 8, denominadas: “Se identifica usted con la cultura de la MYPE donde labora”, se observa que el 64% manifiesta, que si se identifica con la cultura de la MYPE donde labora, y el 36% no se identifica. Lo que coincide con Muñoz (2017), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la capacitación consiste en un proceso de aprendizaje que tiene a la persona como eje principal. En una organización, esta influencia de manera directa en el mejor y más grande recurso que posee, los colaboradores, satisfaciendo sus necesidades trascendentales y, sobretodo, generando en ellos la fidelidad hacia la empresa.

Por otro lado, (Peirane, 2014), sostiene que es importante capacitar al personal de una forma continua y apropiada para que puedan conocer, planear y realizar sus actividades juntamente con los demás trabajadores. Con una buena comunicación entre departamentos y una buena motivación del líder a todos los departamentos para que cada colaborador realice efectivamente sus actividades donde pueda generar grandes ingresos para la empresa, de acuerdo a la cultura y/o ambiente del departamento que corresponda. De los trabajadores encuestados, más de la mitad si se identifican con la cultura de la MYPE en donde laboran, porque la sienten parte de ellos, porque comparten los valores, las normas, las costumbres de las MYPE. De acuerdo a Muñoz y Peirane señalan que la cultura de la MYPE es un elemento importante de la capacitación, ya que hace que los trabajadores se adapten al estilo de la empresa, compartan las normas, políticas, logrando en ellos la fidelidad hacia la empresa.

Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del Distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 11 y figura 9, denominadas: “Considera usted que su jefe es un líder”, se observa que el 57% si considera que su jefe es un líder, y el 43% no considera que su jefe es un líder. Lo que coincide con Martínez (2018), quien en su trabajo de investigación manifiesta que las características de la capacitación de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, son la puesta en práctica de los objetivos como la enseñanza, la modificación de actitudes; asimismo, se determina que las características de la gestión de calidad de las MYPE rubro librerías del Centro de Piura, es que tienen los principios de enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque a procesos y la relación con proveedores.

Por otro lado, (García, 2016), sostiene que capacitar al personal significa enseñarles nuevos conocimientos que aumentarán sus habilidades, ayudando a promover su crecimiento profesional. La capacitación está dirigida a satisfacer las necesidades de la organización al que forma parte el colaborador, pero el personal también es importante. Asimismo, se tiene la siguiente ventaja: Crecimiento; es mejor optar por el desarrollo de las habilidades de los colaboradores, que se transformen en líderes de la empresa, concediendo que ellos logren las metas de la empresa. De los trabajadores encuestados, más de la mitad si consideran que su jefe es un líder, porque los guía, los entiende. De acuerdo a Martínez y García, señalan que una de las ventajas de la capacitación, es el crecimiento que forma a los propietarios y colaboradores, desarrollando sus habilidades y convirtiéndolos en líderes. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 12 y figura 10, denominadas: “Cree que las MYPE son productivas”, se observa que el 79% si cree que las MYPE son productivas, y el 21% no cree que son productivas. Lo que coincide con Quispe (2018), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la mayoría de trabajadores indican que la capacitación que brinda la Universidad, es muy importante para la formación de los trabajadores; luego, éstos podrán cumplir sus funciones a favor de la institución, y también alcanza los objetivos y metas de la institución. Todos los trabajadores, responden diciendo que la capacitación que brinda la Universidad ayuda mejorar el rendimiento en su trabajo.

Por otro lado, (Romero, 2016), sostiene que la capacitación ofrece varias ventajas que favorecen a las organizaciones, a los empleados y a las relaciones humanas, de las cuales se tiene la siguiente: Aumenta la productividad y la calidad en el trabajo. De los trabajadores encuestados, más de la mitad si creen que las MYPE son productivas, porque generan ingresos y son eficientes. De acuerdo a Quispe y Romero señalan que una de las ventajas de la capacitación es que aumenta la productividad de las empresas, por eso es importante capacitar a los trabajadores. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 13 y figura 11, denominadas: “Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios”, se observa que el 64% si creen que los propietarios invierten correctamente en sus negocios, y el 36% no creen que invierten correctamente en sus negocios. Lo que coincide con Mejía (2016), quien en su trabajo de investigación manifiesta que actualmente, dentro de nuestro país la mayoría de las pequeñas y medianas empresas únicamente le dan valor a la maquinaria con la que cuentan y al estado de la situación financiera sin darse cuenta de que el recurso humano es tan importante o más que los otros y siempre dependerá del personal sea cual sea su razón social.

Por otro lado, (García, 2016) sostiene que es importante capacitar al personal, no sólo depende en pagarle a un experto para que los prepare, es más amplio ya que la empresa tiene que comprometerse en diseñar programas que argumenten los contenidos obtenidos en el curso o taller y crear tareas para que los colaboradores pongan en práctica lo aprendido. Las organizaciones no deben dudar en invertir en capacitación, ya que es la clave para que los trabajadores se diferencien del resto, y aumente la rentabilidad de la empresa. De los trabajadores encuestados, más de la mitad si creen que los propietarios invierten correctamente en sus negocios. De acuerdo a Mejía y García, señalan que las empresas tienen que invertir en capacitar al personal, ya que la inversión es una ventaja que genera rentabilidad en las organizaciones. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 14 y figura 12, denominadas: “La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales”, se observa que el 64% manifiesta que la MYPE en donde labora si le permite desarrollar sus metas individuales, y el 36% manifiesta que la MYPE en donde labora no le permite desarrollar sus metas individuales. Lo que coincide con Quispe (2018), quien en su trabajo de investigación señala que la capacitación contribuye al desarrollo personal y organizacional, razón por la cual este proceso debe ser planificado, acorde a las necesidades operativas del puesto de trabajo, para el fortalecimiento y mejora de conocimientos, habilidades y destrezas.

Por otro lado, (Romero, 2016), sostiene que la capacitación ofrece varias ventajas que favorecen a las organizaciones, a los empleados y a las relaciones humanas, de las cuales se menciona a la siguiente: Permite el logro de metas individuales. De los trabajadores encuestados, más de la mitad señalan que las MYPE en donde laboran si les permite desarrollar sus metas individuales, De acuerdo a Quispe y Romero, señalan que una de las ventajas de la capacitación es que permite el logro de metas individuales, lo que contribuye al desarrollo personal del colaborador y de la organización. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 15 y figura 13, denominadas: “Ha sido ascendido(a) en su trabajo”, se observa que el 71% manifiesta que si ha sido ascendido(a) en su trabajo, y el 29% manifiesta que no ha sido ascendido(a) en su trabajo. Lo que coincide con Muñoz (2017), quien en su trabajo de investigación señala que la capacitación consiste en un proceso de aprendizaje que tiene a la persona como eje principal. En una organización, esta influencia de manera directa en el mejor y más grande recurso que posee, los colaboradores, satisfaciendo sus necesidades trascendentales y, sobretodo, generando en ellos la fidelidad hacia la empresa.

Por otro lado, (García, 2016), sostiene que Al personal hay que darle herramientas para que entrelace sus objetivos y de la empresa, teniendo metas comunes. Se tiene la siguiente ventaja de la capacitación: Identificación; la cual se refiere a brindarles a los trabajadores, oportunidades de crecimiento, incentivos, para promover fidelidad en el equipo, y se identifiquen con la organización en dónde trabajan. De los trabajadores encuestados, más de la mitad manifiestan que si han sido ascendidos en su trabajo. De acuerdo con Muñoz y García, señalan que una de las ventajas de la capacitación es la identificación, la cual hace que los propietarios les brinden a sus trabajadores oportunidades de crecimiento, como ascensos y mejores salarios. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 16 y figura 14, denominadas: “Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador”, se observa que el 86% manifiesta que el clima laboral si influye en la actitud del trabajador, y el 14% manifiesta que el clima laboral no influye en la actitud del trabajador. Lo que coincide con Barrientos (2016), quien en su trabajo de investigación señala, que se ha evaluado que las horas de capacitación son muy importantes en la calidad de servicio del centro de contacto BCP cuarto trimestre 2016. La motivación del personal es muy importante en la calidad de servicio del centro de contacto BCP cuarto trimestre 2016. Se refleja en el resultado de la encuesta que el 80% de asesores indican que la motivación influye en la calidad de servicio.

Por otro lado, (García, 2016), sostiene que la capacitación está dirigida a satisfacer las necesidades de la organización al que forma parte el colaborador, pero el personal también es importante. Se tiene la siguiente ventaja: Actitud; se refiere que al cambiar la actitud de los colaboradores influirá en el clima laboral, logrando trabajar en un ambiente agradable, adecuado y motivado. De los trabajadores encuestados, la mayoría considera que el clima laboral influye en la actitud del trabajador. De acuerdo con Barrientos y García, señalan que una de las ventajas de la capacitación es la actitud, ya que al cambiar la actitud de los trabajadores va influir en un clima laboral más ameno, agradable; donde el trabajador ofrezca un producto o servicio de calidad. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 17 y figura 15, denominadas: “Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE”, se observa que el 93% si cree que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE, y el 7% no cree que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE. Lo que coincide con Quispe (2018), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la capacitación contribuye al desarrollo personal y organizacional, razón por la cual este proceso debe ser planificado, acorde a las necesidades operativas del puesto de trabajo, para el fortalecimiento y mejora de conocimientos, habilidades y destrezas; también podemos manifestar que la capacitación influye en el desempeño laboral del personal de conserjería de la institución.

Por otro lado, (Acosta, 2015), sostiene que la capacitación no se debe ver como una exigencia que hay que realizar porque lo establece la ley. La capacitación va más allá, es una inversión que genera beneficios al colaborador y la organización. Se tiene la siguiente ventaja: Genera una mejor imagen de la empresa. De los trabajadores encuestados, la mayoría si cree que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE. De acuerdo a Quispe y Acosta, señalan que una de las ventajas que brinda la capacitación es que genera una mejor imagen de la empresa, lo cual hace que la empresa sea más rentable y competitiva. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

5.2.2 Competitividad

En la tabla 18 y figura 16, denominadas: “Considera que los trabajadores son eficientes”, se observa que el 76% si consideran que los trabajadores son eficientes, y el 24% no considera que los trabajadores son eficientes. Lo que coincide con Salazar (2017), quien en su trabajo de investigación manifiesta que, para mantener una eficiente gestión de calidad total, se recomienda capacitar periódicamente al personal, para brindar un servicio de calidad al cliente o paciente y además de comprometer a todos los miembros de la organización para el cumplimiento de la misión, visión y los objetivos de la organización.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que la eficiencia es fundamental en la competitividad de una organización, esencialmente en el caso que la rivalidad se genere en costos, por ser menores o nulas las alternativas de distinción del producto o servicio. Asimismo, se debe lograr índices de elaboración a inferiores costos posibles. De los clientes encuestados, más de la mitad señalan que los trabajadores si son eficientes. De acuerdo a los autores antes mencionados, señalan que la eficiencia es importante para que una organización sea competitiva, la cual es una característica del factor micro. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 19 y figura 17, denominadas: “Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios”, se observa que el 68% si cree que las MYPE son flexibles a los cambios, y el 32% no cree que las MYPE son flexibles a los cambios. Lo que coincide con Bances (2018), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que la flexibilidad es la habilidad de las organizaciones para adecuarse a la transformación y demanda tanto interna como externa, incorporando la dimensión del producto, el tamaño del producto, y los procedimientos rentables. De los clientes encuestados, más de la mitad si creen que las MYPE son flexibles a los cambios. De acuerdo a los autores antes mencionados, indican que es importante que las organizaciones se adapten a los cambios, tanto internos como externos. La flexibilidad está dentro del factor micro. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 20 y figura 18, denominadas: “Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz”, se observa que el 59% si cree que la logística que utilizan las MYPE es eficaz, y el 41% no cree que la logística que utilizan las MYPE es eficaz. Lo que coincide con Peric (2017), quien, en su trabajo de investigación manifiesta, que el análisis realizado muestra como prioridad mejorar la cobertura de la distribución de agua en bidón, con el fin de lograr la utilización de la capacidad instalada y así aumentar la rentabilidad, que se ha visto afectada por el deterioro en la rotación de los activos. Para conseguirlo, será necesario la subcontratación de la distribución. Si bien tiene algunos riesgos, por ahora parece ser la estrategia más viable.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que logística se refiere al conjunto de saberes, actividades y recursos dedicados a suministrar los medios esenciales que ayuden a ejecutar una tarea primordial en el período, diseño, y costo más adecuado en un contexto de rendimiento y calidad. De los clientes encuetados, más de la mitad si creen que la logística que utilizan las MYPE es eficaz. De acuerdo a los autores antes mencionados, señalan que las organizaciones tienen que realizar una adecuada distribución y organización de los recursos, logrando una adecuada logística que aumente la rentabilidad de la empresa, la cual pertenece al factor micro. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 21 y figura 19, denominadas: “Cree que la innovación es importante para las empresas”, se observa que el 100% si cree que la innovación es importante para las empresas. Lo que coincide con Bances (2018), quien en su investigación señala que en relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que la innovación se refiere a que el gobierno debe impulsar la tarea de innovar y elaborar, ya que en ella está el origen de desarrollo de cualquier estado. Pero para que un país se convierta en innovador, debe utilizar la coyuntura brindada por la tecnología actual. De los clientes encuestados, todos creen que la innovación es importante para las empresas. De acuerdo a los autores antes mencionados, señalan que la innovación es importante para que las empresas sean competitivas, y el gobierno también debe impulsar la actividad de innovación, la cual pertenece al factor Meso.

Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 22 y figura 20, denominadas: “Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar”, se observa que el 66% si considera que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar, y el 34% no considera que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar. Lo que coincide con Salazar (2017), quien en su investigación señala que para mantener una eficiente gestión de calidad total, se recomienda capacitar periódicamente al personal, para brindar un servicio de calidad al cliente o paciente y además de comprometer a todos los miembros de la organización para el cumplimiento de la misión, visión y los objetivos de la organización, implementando nuevas herramientas de gestión, ya que estas herramientas permitirán aumentar la competitividad de la organización.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que los factores socioculturales se refieren a los acuerdos sociales en relación a los propósitos, la contextura y las políticas a implantar. La manera de planificar y gerenciar las organizaciones, los propósitos que se plantean, las conductas hacia las funciones, la capacidad laboral, son algunas de las conductas importantes para la competitividad firmemente influenciados por los componentes educativos, básicamente por el modelo de valores, dominante en la población. De los clientes encuestados, más de la mitad si consideran que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar. De acuerdo con Salazar, Salim & Carbajal; señalan que en el factor sociocultural es importante la manera de planificar y gerenciar en las organizaciones para poder ser competitivas y rentables, lo cual está dentro del factor meta. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 23 y figura 21, denominadas: “Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población”, se observa que el 76% si considera que las MYPE rubro hospedajes generan prosperidad a los trabajadores y a la población, y el 24% no considera que generan prosperidad a los trabajadores y a la población. Lo que coincide con Ordóñez (2015), quien en su investigación manifiesta que la economía del bienestar nos refiere a que el Estado debe intervenir para asegurar un funcionamiento eficiente de los mercados, y redistribuir la renta y la riqueza de acuerdo a los valores y criterios socialmente aceptados.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que el factor sociocultural se refiere a los acuerdos sociales en relación a los propósitos, la contextura y las políticas a implantar. La capacidad laboral, la colaboración, la prosperidad, son algunas de las conductas importantes para la competitividad firmemente influenciadas por los componentes educativos, básicamente por el modelo de valores, dominantes en la población. De los clientes encuestados, más de la mitad si consideran que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población. De acuerdo a Ordóñez, Salim & Carbajal, señalan que en el factor sociocultural las organizaciones tienen que generar prosperidad tanto a ellas, los trabajadores, y la población a lo cual el estado debe intervenir y redistribuir la renta y la riqueza de acuerdo a los valores y criterios socialmente aceptados. Lo cual está dentro del factor meta. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 24 y figura 22, denominadas: “Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios”, se observa que el 77% si cree que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios, y el 23% no cree que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios. Lo que coincide con Salazar (2017), quien en su investigación manifiesta que la gestión de la calidad total impacta significativamente en las ventajas competitivas, teniendo en cuenta que la clínica posee una moderna infraestructura y además cuenta con la acreditación de la DIGESA en el área de salud ocupacional. Para mantener una eficiente gestión de calidad total, se recomienda capacitar periódicamente al personal, para brindar un servicio de calidad al cliente o paciente y además de comprometer a todos los miembros de la organización para el cumplimiento de la misión, visión y los objetivos de la organización.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que la dotación de factores especializados se refiere a la numerosa asignación de los componentes principales de la fabricación demandada: terreno, mano de obra y el dinero. Emergen de la capacidad precisa, procedentes del modelo pedagógico, tecnológico, y de una buena infraestructura. De los clientes encuestados, más de la mitad si creen que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios. De acuerdo a los autores antes mencionados, indican que las empresas deben invertir en una moderna infraestructura para lograr una alta competitividad, la cual se encuentra dentro del factor meta. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 25 y figura 23, denominadas: “Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito”, se observa que el 31% manifiesta que las MYPE rubro hospedajes si contribuyen con la responsabilidad social del distrito, y el 69% manifiesta que las MYPE rubro hospedajes no contribuyen con la responsabilidad social del distrito. Lo que coincide con Bances (2018), quien en su trabajo de investigación señala que los tipos de competitividad a que se acceden las MYPE Hoteles de la ciudad de Sechura, a la competitividad dinámica haciendo esfuerzos permanentes por mejorar los servicios del hotel, la competitividad ambiental pues existe conciencia por parte del empresario y del personal en cuidado el medio ambiente y cuentan con las herramientas necesarias.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que la Ecología se refiere al campo privado, lo que concierne trabajar en la defensa del medio ambiente, ya sea a través de la incorporación de desarrollo, anticontaminantes y mejorar la utilización de los medios, en los procedimientos fructíferos, a través de estudios a cerca de avanzadas tecnologías ambientales. Es una obligación de las empresas contribuir con la responsabilidad social, para tener una sociedad justa, y proteger a medio ambiente. De los clientes encuestados, más de la mitad manifiestan que las MYPE rubro hospedajes, no contribuyen con la responsabilidad social del distrito. De acuerdo a los autores antes mencionados, señalan que es obligación de las empresas contribuir con la ecología (medio ambiente), es necesario que las empresas contribuyan con la responsabilidad social, en el ámbito de la sociedad y el medio ambiente, lo cual está dentro del factor meso. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 26 y figura 24, denominadas: “Considera usted que la inflación afecta a la economía del país”, se observa que el 91% si considera que la inflación afecta la economía del país, y el 9% no considera que la inflación afecta la economía del país. Lo que coincide con Ordóñez (2015), quien en su investigación señala que la economía del bienestar nos refiere a que el Estado debe intervenir para asegurar un funcionamiento eficiente de los mercados, y redistribuir la renta y la riqueza de acuerdo a los valores y criterios socialmente aceptados. Es por esto que los gobiernos tienen que ser muy cuidadosos al momento de decidir el tipo de comportamientos a propiciar en sus sociedades, puesto que las políticas públicas que decidan implementar tendrán sin duda amplias repercusiones en el proceso de desarrollo de los territorios.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que la política monetaria y financiera se refiere a la decisión adquirida en vinculación a la elaboración de efectivo tiene gran valor, ya que, en caso de incrementarse la emisión monetaria sin un correlato por parte del requerimiento de efectivo, se originarán altas tarifas de inflación que obstruirán la labor de señal de los costos, y en efecto la operatividad del procedimiento del mercado en la atribución de medios. De los clientes encuestados, la mayor parte considera que la inflación afecta a la economía del país. De acuerdo con los autores antes mencionados, indican que el estado debe intervenir para asegurar un funcionamiento eficiente de los mercados, redistribuyendo la renta y la riqueza, evitando altas tarifas de inflación, que afecten a las organizaciones. La inflación se encuentra dentro del factor macro. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 27 y figura 25, denominadas: “Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable”, se observa que el 100% si considera que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable. Lo que coincide con Ordóñez (2015), quien en su investigación manifiesta que con este enfoque que centra la atención en el ámbito local, la influencia del Estado para generar condiciones para la competitividad, el bienestar y el desarrollo humano, es innegable, ya que cuenta con atribuciones y capacidades que los demás actores sociales no tienen. Es por esto que los gobiernos tienen que ser muy cuidadosos al momento de decidir el tipo de comportamientos a propiciar en sus sociedades, puesto que las políticas públicas que decidan implementar tendrán sin duda amplias repercusiones en el proceso de desarrollo de los territorios.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que es importante que los gobiernos ejecuten una política fiscal formal, determinada por una apropiada administración tributaria, que favorezca la equidad, claridad, progreso, y un gasto efectivo que se centre en el aumento del rendimiento de la inversión. De los clientes encuestados, todos consideran que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable. De acuerdo a los autores antes mencionados, indican que es importante que el gobierno sea cuidadoso al decidir el tipo de comportamiento que va propiciar en la sociedad, y que ejecuten una política fiscal que favorezca la equidad, claridad, progreso, aumentando el rendimiento de la inversión. La política fiscal se encuentra dentro del factor macro. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 28 y figura 26, denominadas: “Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia”, se observa que el 68% si cree que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia, y el 32% no cree que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia. Lo que coincide con Salazar (2017), quien en su investigación manifiesta que existe influencia significativa de la gestión de calidad total en la competitividad de la clínica Ana Stahl. Por ende, concluyó que la gestión de calidad es una herramienta que permite a la organización a desarrollarse en un ambiente competitivo. También se recomienda evaluar la percepción de los clientes o pacientes en cuanto a los servicios recibidos y con los resultados obtenidos poder identificar en qué áreas se están presentando fallas para mejorar e implementar nuevas herramientas de gestión.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que la Política de competencia, se refiere a promover un constante desarrollo por parte de las organizaciones. La competencia doméstica obliga a las organizaciones a mejorar continuamente y a innovar. En su propósito por no quedarse afuera del mercado. Los empresarios locales buscan ventajas, disminuyendo los precios. De los clientes encuestados, más de la mitad si creen que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia. De acuerdo a los autores antes mencionados, indican que la política de competencia se refiere a que las organizaciones deben promover un constante desarrollo, constantemente tienen que innovar, buscando ventajas para enfrentar a la competencia. La política de competencia se encuentra dentro del factor macro. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 29 y figura 27, denominadas: “Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores”, se observa que el 50% si considera que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores, y el otro 50% no considera que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores. Lo que coincide con Salazar (2017), quien en su investigación manifiesta que, para mantener una eficiente gestión de calidad total, se recomienda capacitar periódicamente al personal, para brindar un servicio de calidad al cliente o paciente y además de comprometer a todos los miembros de la organización para el cumplimiento de la misión, visión y los objetivos de la organización. También se recomienda evaluar la percepción de los clientes o pacientes en cuanto a los servicios recibidos y con los resultados obtenidos poder identificar en qué áreas se están presentando fallas para mejorar e implementar nuevas herramientas de gestión.

Por otro lado, (Salim & Carbajal, 2006), sostienen que la educación, se refiere a enseñar la esencia dinámica solicitada por las inversiones de peligro que promueven la competitividad, y la inversión en estudios y desarrollo. Es necesario que las organizaciones inviertan fuertemente en capacitar a sus trabajadores, para que puedan adaptarse a los cambios y a las nuevas tecnologías. De los clientes encuestados, la mitad si considera que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores y la otra mitad no lo consideran. De acuerdo a los autores antes mencionados, señalan que educación se refiere a que las empresas inviertan en capacitar a sus trabajadores, para que se adapten a los cambios y a las nuevas tecnologías, logrando ser competitivos. La educación está dentro del factor meso. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.

En la tabla 30 y figura 28, denominadas: “Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público”, se observa que el 77% si cree que los trabajadores poseen atributos para atender al público, y el 23% no cree que los trabajadores poseen atributos para atender al público. Lo que coincide con Bances (2018), quien en su trabajo de investigación señala que en relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped.

Por otro lado, (Sevilla, 2016), sostiene que las ventajas de la competitividad son los atributos que poseen una organización, país o persona que la distingue de las demás, ubicándose en un nivel elevado para competir. Las cualidades que ayudan a tener ventajas paralelas son numerosas, pero cabe mencionar como modelo a los recursos naturales, la mano de obra competente, las barreras de ingreso elevadas, que se pueden impulsar si se tiene un producto complicado de copiar. De los clientes encuestados, más de la mitad si creen que los trabajadores poseen atributos para atender al público. De acuerdo a Bances y Sevilla señalan que una de las ventajas de la competitividad es los atributos que posee una organización, como una mano de obra competente, y un producto difícil de copiar. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba–Piura), año 2019.

En la tabla 31 y figura 29, denominadas: “Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes”, se observa que el 34% si le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes, y el 66% no les parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes. Lo que coincide con Bances (2018), quien en su investigación manifiesta que en relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente.

Por otro lado, (Sevilla, 2016), sostiene que para tener una ventaja competitiva ,se tiene que utilizar la estrategia del liderazgo de costes, la cual se refiere a competir por mantener un precio más inferior al de los competidores. Gracias a esta ventaja, la organización logra reducir sus costos hasta eliminar el margen de su competencia. La estrategia es conveniente en el caso que: El producto esté estandarizado; se brindan varios productos idénticos, en calidad y costos, y es brindado por muchas organizaciones. Existen pocas maneras de conseguir la diferenciación de productos; se trata de lograr que el producto o servicio sea captado y contribuya con distintos atributos al cliente. Los atributos que serán importantes y apreciados por los clientes. De los clientes encuestados, más de la mitad no les parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes. De acuerdo a Bances y Sevilla, señalan que una de las ventajas de la competitividad es el liderazgo de costes, se refiere a competir manteniendo un precio más inferior al de la competencia. Lo cual generará que el producto o servicio sea único y no tenga competencia. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba–Piura), año 2019.

En la tabla 32 y figura 30, denominadas: “El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos”, se observa que el 74% manifiesta que el servicio de hospedaje si satisface sus requerimientos, y el 26% manifiesta que el servicio de hospedaje no satisface sus requerimientos. Lo que coincide con Salazar (2017), quien en su investigación manifiesta que, Para mantener una eficiente gestión de calidad total, se recomienda capacitar periódicamente al personal, para brindar un servicio de calidad al cliente o paciente. También se recomienda evaluar la percepción de los clientes o pacientes en cuanto a los servicios recibidos y con los resultados obtenidos poder identificar en qué áreas se están presentando fallas para mejorar e implementar nuevas herramientas de gestión.

Por otro lado, (Sevilla, 2016), sostiene que la segmentación de mercados busca que las empresas identifiquen las conductas de las personas en el momento de comprar un producto o servicio, de esa manera se puede brindar lo que necesitan. Además, estas organizaciones se focalizan en las exigencias de los usuarios, y en como los productos o servicios lograrían mejorar su vida diaria. De los clientes encuestados, más de la mitad señalan que el servicio de hospedaje si satisface sus requerimientos. De acuerdo a Salazar y Sevilla, señalan que la segmentación de mercados genera que las empresas se enfoquen en un grupo de clientes, satisfaciendo sus gustos y preferencias, manteniendo clientes estables y generando mayores ingresos, lo cual es una ventaja de la competitividad. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba–Piura), año 2019

En la tabla 33 y figura 31, denominadas: “Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes”, se observa que el 28% manifiesta que, si son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes, y el 72% manifiesta que no son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes. Lo que coincide con Bances (2018), quien en su investigación señala que en relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped.

Por otro lado, (Riquelme, 2018), sostiene que la diferenciación establece una alternativa atrayente para las organizaciones que desean formar su propio segmento de mercado, se dirigen a clientes que buscan atributos particulares del producto o servicio que brindan la competencia. Es necesario utilizar materia prima de mejor calidad, una atención adecuada hacia los clientes, un diseño del producto o servicio que sea atrayente y único para los consumidores. De los clientes encuestados, más de la mitad manifiesta que no son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes. De acuerdo a Bances y Riquelme, señalan que la diferenciación genera ventajas para las organizaciones, porque se dirigen a un grupo de clientes con atributos que la competencia no puede igualar, generando mayor productividad y rentabilidad de la organización. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba–Piura), año 2019

En la tabla 34 y figura 32, denominadas: “Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE”, se observa que el 34% manifiestan que las MYPE si ofrecen algún servicio exclusivo, y el 66% manifiesta que las MYPE no ofrecen algún servicio exclusivo. Lo que coincide con Ortiz (2017), quien en su investigación manifiesta que muchos expertos afirman que la implementación de un sistema de localización GPS para la flota de vehículos ruteros puede contribuir tanto al aumento de la productividad como de la competitividad. Un GPS puede ser utilizado como una herramienta de planificación que ayuda a determinar la mejor ruta a seguir, optimizando los tiempos de espera y brindando un mejor servicio; o como un elemento de control para saber la localización en donde se encuentran dichos vehículos.

Por otro lado, (Arturo, 2015), sostiene que las ventajas de la competitividad son de las que dispone una organización frente a otras organizaciones del mismo rubro o mercado, y le consiente tener una mejor ejecución ante la competencia y un mejor status competitivo. Una empresa tiene ventajas competitivas si realiza lo siguiente: Al tener un producto exclusivo e innovador, complicado de copiar por las demás empresas. De los clientes encuestados, más de la mitad señalan que las MYPE no ofrecen algún servicio exclusivo. De acuerdo a Ortiz y Arturo, señalan que una empresa al tener un producto exclusivo e innovador, va a tener una ventaja competitiva ante la competencia, porque la competencia no va a poder copiar su producto exclusivo. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba–Piura), año 2019

En la tabla 35 y figura 33, denominadas: “Usan tecnología de punta las MYPE, se observa que el 32% manifiesta que las MYPE si usan tecnología de punta, y el 68% manifiesta que las MYPE no usan tecnología de punta. Lo que coincide con Bances (2018), quien en su trabajo de investigación manifiesta que para lograr la gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Sechura se aplican las normas establecidas por escrito para difundir los procesos, los valores contando con personal de confianza, la tecnología como un sistema de control y servicio al cliente y los recursos humanos por sus conocimientos y valores.

Por otro lado, (Arturo, 2015), sostiene que las ventajas de la competitividad son de las que dispone una organización frente a otras organizaciones del mismo rubro o mercado, y le consiente tener una mejor ejecución ante la competencia y un mejor status competitivo. Una empresa tiene ventajas competitivas si realiza lo siguiente: Al contar con un modelo de tecnología que le facilite elaborar productos y servicios con un mayor beneficio que la competencia. De los clientes encuestados, más de la mitad señalan que las MYPE no usan tecnología de punta. De acuerdo a Bances y Arturo, señalan que es importante que la empresa cuente con un modelo de tecnología que le facilite elaborar productos o servicios con mayores beneficios que la competencia, lo cual es una ventaja de la competitividad. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba–Piura), año 2019

En la tabla 36 y figura 34, denominadas: “Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE, se observa que el 85% manifiesta que las MYPE si se encuentran ubicadas en un lugar clave, y el 15% manifiesta que las MYPE no se encuentran ubicadas en un lugar clave. Lo que coincide con Salazar (2017), quien en su trabajo de investigación manifiesta que la gestión de la calidad total impacta significativamente en las ventajas competitivas, teniendo en cuenta que la clínica posee una moderna infraestructura y además cuenta con la acreditación de la DIGESA en el área de salud ocupacional. Para mantener una eficiente gestión de calidad total, se recomienda capacitar periódicamente al personal, para brindar un servicio de calidad al cliente o paciente y además de comprometer a todos los miembros de la organización para el cumplimiento de la misión, visión y los objetivos de la organización.

Por otro lado, (Arturo, 2015), sostiene que las ventajas de la competitividad son de las que dispone una organización frente a otras organizaciones del mismo rubro o mercado, y le consiente tener una mejor ejecución ante la competencia y un mejor status competitivo. Una empresa tiene ventajas competitivas si realiza lo siguiente: Al estar ubicados en un lugar clave, que le facilite a que sus consumidores puedan localizarlos de manera fácil, y los distribuidores puedan suministrarlos adecuadamente. De los clientes encuestados, la mayoría manifiestan que las MYPE si se encuentran ubicadas en un lugar clave. De acuerdo a Salazar y Arturo, señalan que una de las ventajas de la competitividad es estar ubicada en un lugar clave, la cual le facilitará que sus clientes puedan localizarla de manera rápida y fácil. Lo que permite contrastar con el objetivo específico: Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba–Piura), año 2019,

VI. CONCLUSIONES

Respecto a los elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes, se identificó a la calidad en el servicio que brindan, la motivación, y comunicación, como los elementos más primordiales de dichas MYPE.

En relación a las ventajas de la capacitación, se identificó que la capacitación genera una mejor imagen, una mejor actitud en los trabajadores, y más ascensos, siendo las más significativas en las MYPE.

En cuanto a los factores determinantes de la competitividad sistémica, se identificó a los más importantes, como la innovación, la cual es fundamental en las MYPE, y la política fiscal responsable que el gobierno debe manejar. Por otro lado se identificó, que la mayoría de propietarios, invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios.

Con respecto a las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes, se identificó a las más relevantes que genera la competitividad; se encuentran ubicadas en un lugar clave, los trabajadores poseen atributos para atender al público, y además el servicio de hospedaje satisface los requerimientos de los clientes.

En conclusión a las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE rubro hospedajes, se identificó que la capacitación genera calidad, motivación, comunicación, una mejor imagen, actitud. Asimismo la competitividad genera innovación, el gobierno tiene que manejar una política fiscal responsable, las MYPE se encuentran ubica en un lugar clave, y los trabajadores poseen atributos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acero, J. (21 de Junio de 2018). *¿Qué es el método descriptivo?* Obtenido de Ok diario: <https://okdiario.com/curiosidades/2018/06/21/que-metodo-descriptivo-2457888>
- Acosta, R. (30 de Abril de 2015). *Beneficios de la capacitación*. Obtenido de <http://www.coachlatinoamerica.com/virtual/blog/recursos-humanos/beneficios-de-la-capacitacion/>
- Andina. (8 de NOVIEMBRE de 2018). Obtenido de © 2017 Agencia Peruana de Noticias: <https://andina.pe/agencia/noticia-piura-es-tendencia-como-destino-turistico-peruano-latinoamerica-732152.aspx>
- Arturo. (6 de Septiembre de 2015). *¿Que es una ventaja competitiva?* Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/que-es-una-ventaja-competitiva/>
- Bances, E. (2018). *Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018*. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BANCES_TUME_EIRA_JAHAYRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barrientos, V. (2016). *La capacitación del personal y la calidad de servicio del centro de contacto Banco de Crédito del Perú en el cuarto trimestre 2016*. Lima. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1788/TESIS_VANES_SA%20ZUNILDA%20BARRIENTOS%20L%C3%93PEZ.pdf?sequence=2
- Benites, M. (2018). *Capacitación y motivación laboral según personal del Programa Nacional de Cuna Más del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, Lima, 2017*. Perú. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13272/Benites_MMF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bermúdez, L. A. (2015). *CAPACITACIÓN: UNA HERRAMIENTA DE FORTALECIMIENTO DE LAS PYMES*. Costa Rica: Revista de las Sedes Regionales. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intersedes/article/view/19022>
- Castillo. (2017). *Característica de la inversión directa extranjera y su incidencia sobre la competitividad de la industria manufacturera en Bolivia período: 1990 -2015*. La Paz-Bolivia. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/11948/T-2271.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo, F. (Setiembre de 2014). *Análisis de las condiciones del entorno turístico para la promoción del distrito de Canchaque como destino regional -Año 2014*. Obtenido de

- Revista Científica Entrepreneur & Business:
<https://www.entrepreneur.pe/cms/images/stories/revistas/002/art02.pdf>
- Cepal. (8 de Noviembre de 2001). *Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del ISTMO Centroamericano*. Obtenido de http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R01886_competitividad.pdf
- CompuSoluciones . (15 de Febrero de 2018). *La importancia de la capacitación empresarial*. Obtenido de <https://www.compusoluciones.com/la-importancia-la-capacitacion-empresarial/>
- conexiónesan. (5 de Agosto de 2016). *La importancia de la capacitación en la empresa*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/la-importancia-de-la-capacitacion-en-la-empresa/>
- Cota, & Rivera. (17 de Abril de 2017). *La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados*. Obtenido de Técnica Administrativa - ISSN 1666-1680: <http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm>
- Cuellar, J. M. (10 de Abril de 2018). *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana*. Obtenido de PORTAL PQS: <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- De Barrera, J. H. (2008). *Como formular objetivos de investigación :un acercamiento desde la investigación holística* (2 ed.). (S. 2008, Ed.) Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=K5F6MwEACAAJ&dq=inauthor:%22Jacqueline+Hurtado+de+Barrera%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwihwKSAhqbqgAhXvV98KHXpJBsgQ6AEILTAB>
- De Dios, H. (2016). *Lineamientos estratégicos para orientar la competitividad empresarial del hospedaje selecto E.I.R.L .Piura, año 2016*. Piura. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12307/dedios_gh.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diario El Comercio. (18 de Setiembre de 2017). ¿Cómo va la inversión hotelera y turística en el país? *Diario El Comercio*, pág. 1. Obtenido de <https://elcomercio.pe/suplementos/comercial/gastronomia/como-va-inversion-hotelera-y-turistica-pais-1003020>
- Diario El Peruano. (16 de Mayo de 2018). Gobierno ratifica a poyo a las mypes. *Diario El Peruano*, pág. 1. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-gobierno-ratifica-apoyo-a-mypes-66377.aspx>
- Diario El Regional Piura. (02 de Julio de 2018). El medio ambiente de Piura siguió interesando al mundo durante el segundo trimestre del 2018. *El Regional Piura*, pág. 1. Obtenido de Diario El Regional Piura: <https://www.elregionalpiura.com.pe/especiales/164-informes/28669-el-medio-ambiente-de-piura-siguio-interesando-al-mundo-durante-el-segundo-trimestre-de-2018>

- Diario El Regional Piura. (25 de Junio de 2018). Peruanos son 31 millones 237 mil 385 habitantes y Piura el segundo departamento más poblado. *Diario El Regional Piura*, pág. 1. Obtenido de Copyright © 2017 !.:
<https://www.elregionalpiura.com.pe/editorial/144-editorial/28562-peruanos-son-31-millones-237-mil-385-habitantes-y-piura-el-segundo-departamento-mas-poblado>
- Diario La República. (15 de Agosto de 2018). La región Piura registra más de 700 mil personas desempleadas en el 2018. *Diario La República*, pág. 1. Obtenido de
<https://larepublica.pe/economia/1298200-region-piura-registra-700-mil-personas-desempleadas-2018>
- Dongo, A. P. (18 de Agosto de 2018). Perú:situación de las micro y pequeñas empresas. *Expreso*, pág. 1. Obtenido de <https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Estrella & Peralta. (2016). *DESARROLLO DE PLAN DE CAPACITACIÓN PARA SERVIDORES PÚBLICOS EDUCACIÓN ZONA 8*. Guayaquil. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16247/1/TESIS%20ESTRELLA%20%20-%20PERALTA.pdf>
- Garcés, M. (30 de Abril de 2017). *Programa de capacitación*. Obtenido de Administración de Recursos Humanos: <http://magfrrhh.blogspot.com/2017/04/entrenamiento-y-desarrollo-de-personal.html>
- García, N. (26 de Agosto de 2016). *7 Ventajas de la capacitación de personal*. Obtenido de <http://blog.people-cloud.com/7-ventajas-de-la-capacitacion-de-personal>
- I, G, & D. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 107-130. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612017000100107&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Idea y Proyección. (4 de Abril de 2018). *La importancia de la capacitación en las empresas*. Obtenido de <https://iproca.cl/2018/04/04/la-importancia-de-la-capacitacion-en-las-empresas/>
- Jamaica, F. (2015). *Los beneficios de la capacitación y el desarrollo del personal de las pequeñas empresas*. Bogotá. Obtenido de [https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7168/Trabajo%20final%20Fabian%20Jamaica%20\(1\).pdf;jsessionid=D3542915C825E095923A2C9FC98E98E6?sequence=1](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7168/Trabajo%20final%20Fabian%20Jamaica%20(1).pdf;jsessionid=D3542915C825E095923A2C9FC98E98E6?sequence=1)
- Martínez, G. (2018). *Caracterización de la capacitación y liderazgo en las MYPE rubro bodegas de la urbanización Miraflores -Piura Año 2018*. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3354/CAPACITACION_LIDERAZGO_MARTINEZ_MORE_GLADYS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez, L. (2018). *Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del centro de Piura, año 2018*. Piura. Obtenido de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6444/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_MARTINEZ_AREVALO_LESLIE_MARISOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Medina, M. C. (19 de Julio de 2018). Más del 60 % de las micro y pequeñas empresas utilizan internet de su celular. *Diario El Correo*, pág. 1. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/economia/mas-del-60-de-las-micro-y-pequenas-empresas-utilizan-internet-de-su-celular-831157/>
- Mejía, C. (2016). *PROPUESTA METODOLOGICA PARA LA INDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN EN EL AREA DE PRODUCCIÓN EN LABORATORIOS ROPSOHN PARA EL BUEN DESEMPEÑO, BAJO LOS REQUERIMIENTOS DE LA RESOLUCIÓN 1160 NUMERAL*. Bogotá. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10947/ANTEPROYECTO%2003-10-2017%20INDUCCION%20Y%20%20CAPACITACION%20%20REVISADO%20POR%20PROFESOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mercados & Regiones. (10 de Abril de 2018). Piura: ¿Cuál es la situación actual de las mipymes de la región? *Mercados & Regiones*, 1. Obtenido de <https://mercadosyregiones.com/2018/04/10/piura-cual-es-la-situacion-actual-de-las-mipymes-de-la-region/>
- Muñoz, L. (2017). *Metodología para la implementación de soluciones de capacitación onlincorporativa*. Piura. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2856/ING_576.pdf?sequence=1
- Ordóñez, J. (2015). *Competitividad y bienestar en México: análisis de su relación con el desarrollo humano*. Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/29400/1/T35936.pdf>
- Ortiz, G. (2017). *Diseño de investigación del sistema GPS e indicadores de desempeño para el control y monitoreo de los técnicos rutereros de una empresa de servicios informáticos y de telecomunicaciones para incrementar su productividad y competitividad*. Guatemala. Obtenido de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_0488_EO.pdf
- Peirane, R. (17 de Marzo de 2014). *La importancia de la capacitación y motivación dentro de la empresa*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-capacitacion-y-motivacion-dentro-de-la-empresa/>
- Peña, M. (2016). *Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016*. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PENA_LIZANO_MERCEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peric, M. (2017). *Análisis de la competitividad de la empresa Gial distribuciones S.R.L. para mejoras en la gestión*. Piura. Obtenido de

https://pirhua.udel.edu.pe/bitstream/handle/11042/3269/MAE_MDG_196.pdf?sequence=5

- Quero, J. M. (22 de Octubre de 2015). *Las 5 fuerzas de Porter. Un análisis estratégico para PYMES*. Obtenido de Quero, José M. Arroyo: <http://arroyoquero.blogspot.com/2015/10/las-5-fuerzas-de-porter-un-analisis.html>
- Quispe, M. (2018). *La capacitación en el desempeño laboral de los trabajadores conserjes de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*. Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6435/RIquapmh.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Radio Cutivalú. (09 de Agosto de 2017). *Piura es la principal Región exportadora del país después de Lima*. Obtenido de © INTELTA 2017: <https://www.radiocutivalu.org/piura-es-la-principal-region-exportadora-del-pais-despues-de-lima/>
- Reyes, M. (12 de Julio de 2017). *La ética en la investigación cuantitativa*. Obtenido de <http://meryanguaita.blogspot.com/>
- Rios, I. (2018). *Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto -Cajamarca en el año 2017*. Cajamarca. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_1dbd0082dddbbfbee88568d79f3c1362/Description#tabnav
- Riquelme, M. (16 de Julio de 2018). *La ventaja competitiva según Michael Porter*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>
- Rodríguez, R. (20 de Agosto de 2015). *Competitividad y productividad en el sector empresarial*. Cusco: ias. Obtenido de <https://www.sineace.gob.pe/wp-content/uploads/2015/08/Pres-coneaces-rru-180815-v7.pdf>
- Rodriguez, S. (07 de Agosto de 2008). *monografias.com*. Obtenido de Cómo Determinar el Tamaño de una Muestra aplicada a la investigación Archivística : <https://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica2.shtml>
- Romero, V. (2016). La importancia de la capacitación en el desarrollo de las organizaciones. *Ruiz Healy Time*, 1. Obtenido de <https://www.ruizhealytimes.com/economia-y-negocios/la-importancia-de-la-capacitacion-en-el-desarrollo-de-las-organizaciones>
- Salazar, C. (2017). *Influencia de la gestión de la calidad total en la competitividad de la clínica Ana Stahl, en el Distrito de Iquitos, Departamento de Loreto, año 2017*. Lima-Perú. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/3440/Salazar_VCJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Salim, & Carbajal. (2006). *Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de Buenos Aires*. La Plata: Ministerio de Economía de la provincia de Buenos Aires.
- Sevilla, A. (10 de Diciembre de 2016). *Ventaja competitiva*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Significados. (18 de Febrero de 2015). *Significados*. Obtenido de Qué es competitividad:: <https://www.significados.com/competitividad/>
- Siguas, J. F. (2017). *La capacitación continua y su relación con la mejora del servicio policial de la comisaría San Miguel*. Perú. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7155/Siguas_RJF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Soto, P. (15 de Abril de 2015). *Definición de capacitación ,Adiestramiento y Desarrollo*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/k1ycn4pp7oms/definicion-de-capacitacion-adiestramiento-y-desarrollo/>
- Vela, J. (2016). *La competitividad y la integración económica en América Latina : Caso de la comunidad Andina de Naciones 2006-2014*. Lima-Perú. Obtenido de http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1110/1/vela_bj.pdf

ANEXOS

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario
Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque(Huancabamba-Piura), año 2019	¿Qué características tiene la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba - Piura), año 2019	General: Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura) año 2019.	Según Acero (2018), las investigaciones de tipo descriptivas, explican el comportamiento o estado de un número de variables estudiadas, por lo tanto, no es necesario determinar hipótesis.	Capacitación	Elementos de la importancia de la Capacitación	Calidad Equipo Motivación Participación Comunicación Planificar Cultura	¿Siente que está brindando un servicio de calidad? ¿Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa? ¿Se siente motivado(a) en su trabajo? ¿Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes? ¿Ha participado en talleres de capacitación? ¿Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo? ¿Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE? ¿Se identifica usted con la cultura de la MYPE en donde labora?
		Ventajas			Líder Productividad Inversión Metas individuales Ascensos Actitud Imagen	¿Considera usted que su jefe es un líder? ¿Cree que las MYPE son productivas? ¿Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios? ¿La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales? ¿Ha sido ascendido(a) en su trabajo? ¿Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador? ¿Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE?	
		a) Identificar los principales elementos de la importancia de la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del		Competitividad	Factores determinantes	Eficiencia Flexibilidad Logística Innovación Gerenciar Prosperidad Infraestructura	¿Considera que los trabajadores son eficientes? ¿Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios? ¿Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz? ¿Cree que la innovación es importante para las empresas?

	<p>distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019</p> <p>b) Identificar las ventajas que tiene la capacitación en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque(Huancabamba-Piura), año 2019</p> <p>c)Identificar los factores determinantes de la competitividad sistémica en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque(Huancabamba-Piura), año 2019</p> <p>d) Identificar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba – Piura), año 2019</p>				<p>Responsabilidad social</p> <p>Inflación</p> <p>Política fiscal</p> <p>Competencia</p> <p>Capacitación</p>	<p>¿Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar?</p> <p>¿Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población?</p> <p>¿Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios?</p> <p>¿Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito?</p> <p>¿Considera usted que la inflación afecta a la economía del país?</p> <p>¿Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable?</p> <p>¿Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia?</p> <p>¿Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores?</p>
				Ventajas	<p>Atributos</p> <p>Precios</p> <p>Servicios</p> <p>Diferenciación</p> <p>Exclusivos</p> <p>Tecnología</p> <p>Lugar clave</p>	<p>¿Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público?</p> <p>¿Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes?</p> <p>¿El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos?</p> <p>¿Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes?</p> <p>¿Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE?</p> <p>¿Usan tecnología de punta las MYPE?</p> <p>¿Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE?</p>

CUESTIONARIO DIRIGIDO A TRABAJADORES DE LAS MYPE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Buen día sr(a), soy alumna de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, escuela de Administración. Me encuentro realizando una investigación denominada:

Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba - Piura), año 2019.

Instrucciones: La información que usted aporte será utilizada sólo con fines académicos. A continuación, se presenta las diferentes preguntas, marque con una "X" la respuesta que usted crea conveniente.

1. ¿Siente que está brindando un servicio de calidad?

SI NO

2. ¿Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa?

SI NO

3. ¿Se siente motivado(a) en su trabajo?

SI NO

4. ¿Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes?

SI NO

5. ¿Ha participado en talleres de capacitación?

SI NO

6. **¿Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo?**

SI NO

7. **¿Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE?**

SI NO

8. **¿Se identifica usted con la cultura de la MYPE donde labora?**

SI NO

9. **¿Considera usted que su jefe es un líder?**

SI NO

10. **¿Cree que las MYPE son productivas?**

SI NO

11. **¿Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios?**

SI NO

12. **¿La MYPE donde labora le permite desarrollar sus metas individuales?**

SI NO

13. **¿Ha sido ascendido(a) en su trabajo?**

SI NO

14. **¿Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador?**

SI NO

15. **¿Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE?**

SI NO

¡Muchas Gracias por su colaboración!

CUESTIONARIO DIRIGIDO A CLIENTES DE LAS MYPE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Buen día sr(a), soy alumna de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, escuela de Administración. Me encuentro realizando una investigación denominada:

Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba - Piura), año 2019.

Instrucciones: La información que usted aporte será utilizada sólo con fines académicos. A continuación, se presenta las diferentes preguntas, marque con una “X” la respuesta que usted crea conveniente.

1. **¿Considera que los trabajadores son eficientes?**

SI NO

2. **¿Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios?**

SI NO

3. **¿Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz?**

SI NO

4. **¿Cree que la innovación es importante para las empresas?**

SI NO

5. **¿Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar?**

SI NO

6. **¿Considera usted que las MYPE rubro hospedajes generan prosperidad a los trabajadores y a la población?**

SI NO

7. **¿Cree usted que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios?**

SI NO

8. **¿Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito?**

SI NO

9. **¿Considera usted que la inflación afecta a la economía del país?**

SI NO

10. **¿Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable?**

SI NO

11. **¿Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia?**

SI NO

12. **¿Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores?**

SI NO

13. ¿Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público?

SI NO

14. ¿Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes?

SI NO

15. ¿El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos?

SI NO

16. ¿Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes?

SI NO

17. ¿Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE?

SI NO

18. ¿Usan tecnología de punta las MYPE?

SI NO

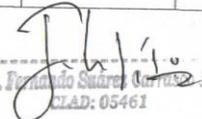
19. ¿Se encuentran ubicadas en lugar clave las MYPE?

SI NO

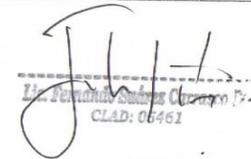
¡Muchas Gracias por su colaboración!

Validación

Ítems relacionados con la variable capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Siente que está brindando un servicio de calidad?	X			X		X		X
2. ¿Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
3. ¿Se siente motivado en su trabajo?	X			X		X		X
4. ¿Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes?	X			X		X		X
5. ¿Ha participado en talleres de capacitación?	X			X		X		X
6. ¿Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo?	X			X		X		X
7. ¿Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE?	X			X		X		X
8. ¿Se identifica usted con la cultura de la MYPE en donde labora?	X			X		X		X
9. ¿Considera usted que su jefe es un líder?	X			X		X		X

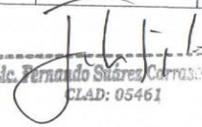

 Lic. Fernando Suárez Carrasco
 CLAD: 05461

10. ¿Cree que las MYPE son productivas?	X			X		X		X
11. ¿Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios?	X			X		X		X
12. ¿La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales?	X			X		X		X
13. ¿Ha sido ascendido(a) en su trabajo?	X			X		X		X
14. ¿Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador?	X			X		X		X
15. ¿Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE?	X			X		X		X

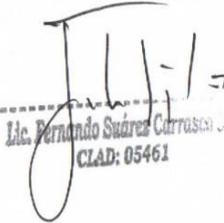

 Lic. Fernando Andrés Cordero P.
 CLAD: 06461

Validación

Ítems relacionados con la variable competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Considera que los trabajadores son eficientes?	X			X		X		X
2. ¿Cree usted que las MYPE son flexibles ante los cambios?	X			X		X		X
3. ¿Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz?	X			X		X		X
4. ¿Cree que la innovación es importante para las empresas?				X		X		X
5. ¿Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar?	X		X			X		X
6. ¿Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, saben generar prosperidad a los trabajadores y a la población?	X			X		X		X
7. ¿Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios?	X			X		X		X
8. ¿Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito?	X			X		X		X
9. ¿Considera usted que la inflación afecta a la economía del país?	X			X		X		X
10. ¿Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable?	X			X		X		X
11. ¿Utiliza estrategias para enfrentar a la competencia?	X			X		X		X
12. ¿Invierte usted en capacitación para sus trabajadores?	X			X		X		X
13. ¿Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público?	X			X		X		X


 Lic. Fernando Suárez
 ELAD: 05461

14. ¿Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes?	X			X		X		X
15. ¿El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos?	X			X		X		X
16. ¿Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes?	X			X		X		X
17. ¿Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE?	X			X		X		X
18. ¿Usan tecnología de punta las MYPE?	X			X		X		X
19. ¿Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE?	X			X		X		X


 Llc. Fernando Suárez Carrasco S.A.
 CIAD: 05461

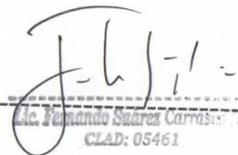
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado con DNI 02616283,
MAGÍSTER EN Administración:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: cuestionario, elaborado por Gina Clorinda Castillo Nuñez, a los efectos de su aplicación de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019", que se encuentra realizando.

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

Piura, 20 de abril del 2019



Lic. Fernando Suárez Carrasco
CLAD: 05461

Validación

Ítems relacionados con la variable capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Siente que está brindando un servicio de calidad?	x			x		x		x
2. ¿Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa?	x			x		x		x
3. ¿Se siente motivado en su trabajo?	x			x		x		x
4. ¿Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes?	x			x		x		x
5. ¿Ha participado en talleres de capacitación?	x			x		x		x
6. ¿Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo?	x			x		x		x
7. ¿Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE?	x			x		x		x
8. ¿Se identifica usted con la cultura de la MYPE en donde labora?	x			x		x		x
9. ¿Considera usted que su jefe es un líder?	x			x		x		x



 Mg. VICTOR HELIO PATRÓN NI
 RUC: 0111111111

10. ¿Cree que las MYPE son productivas?	X			X				
11. ¿Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios?	X			X				
12. ¿La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales?	X			X				
13. ¿Ha sido ascendido(a) en su trabajo?	X			X				
14. ¿Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador?	X			X				
15. ¿Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE?	X			X				



 Dr. VICTOR HELIO PATINO N.
 RUC: CLAD 00240

Ítems relacionados con la variable competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Considera que los trabajadores son eficientes?	X			X		X		X
2. ¿Cree usted que las MYPE son flexibles ante los cambios?	X			X		X		X
3. ¿Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz?	X			X		X		X
4. ¿Cree que la innovación es importante para las empresas?	X			X		X		X
5. ¿Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar?	X			X		X		X
6. ¿Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, saben generar prosperidad a los trabajadores y a la población?	X			X		X		X
7. ¿Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios?	X			X		X		X
8. ¿Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito?	X			X		X		X
9. ¿Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público?	X			X		X		X
10. ¿Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes?	X			X		X		X
11. ¿El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos?	X			X		X		X
12. ¿Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes?	X			X		X		X
13. ¿Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE?	X			X		X		X



 M^g VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

R110 - CLAD 80349

14. ¿Usan tecnología de punta las MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
15. ¿Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
PROPIETARIOS								
16. ¿Considera usted que la inflación afecta a la economía del país?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
17. ¿Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
18. ¿Utiliza estrategias para enfrentar a la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
19. ¿Invierte usted en capacitación para sus trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>



 Mg. VICTOR HELIO PATINO NIÑO
 RUC: 61.010.02327

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Victor Helio Patino Nuñez, identificado con DNI 02860873
MAGÍSTER EN Administración:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: cuestionario, elaborado por Gina Clorinda Castillo Nuñez, a los efectos de su aplicación de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019”, que se encuentra realizando.

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

Piura, 20 de abril del 2019

 *Patino*
Mg. VICTOR HELIO PATINO NUÑEZ
R.M.G. 01 10 02148

Validación

Ítems relacionados con la variable capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Siente que está brindando un servicio de calidad?	✓			✓		✓		✓
2. ¿Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Se siente motivado en su trabajo?	✓			✓		✓		✓
4. ¿Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes?	✓			✓		✓		✓
5. ¿Ha participado en talleres de capacitación?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo?	✓			✓		✓		✓
7. ¿Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE?	✓			✓		✓		✓
8. ¿Se identifica usted con la cultura de la MYPE en donde labora?	✓			✓		✓		✓
9. ¿Considera usted que su jefe es un líder?	✓			✓		✓		✓


 LHC. ANICA CLAVIJO HECYCP ORIZABO
 D.N.I. 92786302
 CLAD - 03045

10. ¿Cree que las MYPE son productivas?	✓			✓		✓		✓
11. ¿Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios?	✓			✓		✓		✓
12. ¿La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales?	✓			✓		✓		✓
13. ¿Ha sido ascendido(a) en su trabajo?	✓			✓		✓		✓
14. ¿Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador?	✓			✓		✓		✓
15. ¿Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE?	✓			✓		✓		✓



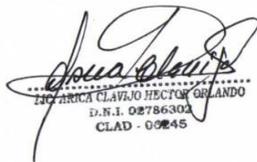
 PATRICIA CLAVIJO HECTOR ORLANDO
 D.N.I. 02786302
 CLAD - 00245

Validación

Ítems relacionados con la variable competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Considera que los trabajadores son eficientes?	✓			✓		✓		✓
2. ¿Cree usted que las MYPE son flexibles ante los cambios?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz?	✓			✓		✓		✓
4. ¿Cree que la innovación es importante para las empresas?	✓			✓		✓		✓
5. ¿Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, saben generar prosperidad a los trabajadores y a la población?	✓			✓		✓		✓
7. ¿Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios?	✓			✓		✓		✓
8. ¿Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito?	✓			✓		✓		✓
9. ¿Considera usted que la inflación afecta a la economía del país?	✓			✓		✓		✓
10. ¿Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable?	✓			✓		✓		✓
11. ¿Utiliza estrategias para enfrentar a la competencia?	✓			✓		✓		✓
12. ¿Invierte usted en capacitación para sus trabajadores?	✓			✓		✓		✓
13. ¿Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público?	✓			✓		✓		✓


 LIC. ERICK CLAVIJO HECTOR GILANDO
 D.N.I. 02786302
 CLAD - 00245

14. ¿Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes?	✓			✓		✓		✓
15. ¿El servicio de hospedaje satisface sus requerimientos?	✓			✓		✓		✓
16. ¿Son diferentes los servicios que ofrecen las MYPE rubro hospedajes?	✓			✓		✓		✓
17. ¿Ofrecen algún servicio exclusivo las MYPE?	✓			✓		✓		✓
18. ¿Usan tecnología de punta las MYPE?	✓			✓		✓		✓
19. ¿Se encuentran ubicadas en un lugar clave las MYPE?	✓			✓		✓		✓


 HECCTOR CLAVIO HECCTOR GILANDO
 D.N.I. 08786302
 CLAD - 00245

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Héctor Orlando Arco Clavijo, identificado con DNI 02786302,
MAGÍSTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: cuestionario, elaborado por Gina Clorinda Castillo Nuñez, a los efectos de su aplicación de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019”, que se encuentra realizando.

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

Piura, 20 de abril del 2019


.....
HECTOR ORLANDO CLAVIJO HECTOR ORLANDO
D.N.I. 02786302
CLAD - 00245
.....

LIBRO DE CÓDIGOS CUESTIONARIO TRABAJADOR (T)

VARIABLE CAPACITACIÓN		ENCUESTADOS														PORCENTAJE	100%		
INDICADOR	PREGUNTAS	MEDICIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14			
Calidad	¿Siente que está brindando un servicio de calidad?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				86%	100%
		NO														2	2	14%	
Equipo	¿Cree que el trabajo en equipo ayuda a lograr los objetivos de la empresa?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1							71%	100%
		NO											2	2	2	2		29%	
Motivación	¿Se siente motivado(a) en su trabajo?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					79%	100%
		NO													2	2	2	21%	
Motivación	¿Cree usted que la motivación mejora la actitud frente a los clientes?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					86%	100%
		NO													2	2		14%	
Participación	¿Ha participado en talleres de capacitación?	SI	1	1	1	1	1	1	1									50%	100%
		NO								2	2	2	2	2	2	2		50%	
Comunicación	¿Existe una buena comunicación entre todos sus compañeros de trabajo?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					86%	100%
		NO													2	2		14%	
Planificar	¿Considera usted, que los propietarios saben planificar adecuadamente las actividades de la MYPE?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1							71%	100%
		NO											2	2	2	2		29%	
Cultura	¿Se identifica usted con la cultura de la MYPE donde labora?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1							64%	100%
		NO										2	2	2	2	2		36%	
Líder	¿Considera usted que su jefe es un líder?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1								57%	100%
		NO									2	2	2	2	2	2		43%	
Productividad	¿Cree que las MYPE son productivas?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					79%	100%
		NO													2	2	2	21%	
Inversión	¿Cree que los propietarios invierten correctamente en sus negocios?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1							64%	100%
		NO										2	2	2	2	2		36%	
Metas individuales	¿La MYPE en donde labora le permite desarrollar sus metas individuales?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1							64%	100%
		NO										2	2	2	2	2		36%	
Ascensos	¿Ha sido ascendido(a) en su trabajo?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						71%	100%
		NO											2	2	2	2		29%	
Actitud	¿Considera usted que el clima laboral influye en la actitud del trabajador?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					86%	100%
		NO													2	2		14%	
Imagen	¿Cree usted que la capacitación genera una mejor imagen en las MYPE?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				93%	100%
		NO														2		7%	

LIBRO DE CÓDIGOS CUESTIONARIO CLIENTE (C)

VARIABLE COMPETITIVIDAD		ENCUESTADOS																																		
INDICADOR	PREGUNTAS	MEDICIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
Eficiencia	¿Considera que los trabajadores son eficientes?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		
Flexibilidad	¿Cree usted que las MYPE son flexibles ante los cambios?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		
Logística	¿Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		
Innovación	¿Cree que la innovación es importante para las empresas?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		
Gerenciar	¿Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		
Prosperidad	¿Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, saben generar prosperidad a los trabajadores y a la población?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		
Infraestructura	¿Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		
Responsabilidad social	¿Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1							
		NO																													2	2	2	2	2	2
Inflación	¿Considera usted que la inflación afecta a la economía del país?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		
Política fiscal	¿Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																																		

LIBRO DE CÓDIGOS CUESTIONARIO CLIENTE (C)

VARIABLE COMPETITIVIDAD		ENCUESTADOS																				PORCENTAJE	TOTAL	
INDICADOR	PREGUNTAS	MEDICIÓN	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88		
Eficiencia	¿Considera que los trabajadores son eficientes?	SI																					76%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24%	
Flexibilidad	¿Cree usted que las MYPE son flexibles a los cambios?	SI																					68%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32%	
Logística	¿Cree usted que la logística que utilizan las MYPE es eficaz?	SI																					59%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41%	
Innovación	¿Cree que la innovación es importante para las empresas?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100%	100%
		NO																					0%	
Gerenciar	¿Considera usted, que los propietarios de los hospedajes saben gerenciar?	SI																					66%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	34%	
Prosperidad	¿Considera usted que las MYPE rubro hospedajes, generan prosperidad a los trabajadores y a la población?	SI																					76%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24%	
Infraestructura	¿Cree usted, que los propietarios invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios?	SI																					77%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23%	
Responsabilidad social	¿Las MYPE rubro hospedajes, contribuyen con la responsabilidad social del distrito?	SI																					31%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	69%	
Inflación	¿Considera usted que la inflación afecta a la economía del país?	SI																					91%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	9%	
Política fiscal	¿Considera usted que el gobierno debe llevar a cabo una política fiscal responsable?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100%	100%
		NO																					0%	
Competencia	¿Cree usted que las MYPE utilizan estrategias para enfrentar a la competencia?	SI																					68%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32%	
Capacitación	¿Considera usted que las MYPE invierten en capacitar a sus trabajadores?	SI																					50%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	50%	
Atributos	¿Cree usted que los trabajadores poseen atributos para atender al público?	SI																					77%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23%	
Precios	¿Le parece adecuado el precio que cobran las MYPE rubro hospedajes?	SI																					34%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	66%	

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 30-mar-2019 19:38 -05

Identificador: 1102743346

Número de palabras: 16797

Entregado: 1

IN FINAL Por Castillo Nuñez Castillo Nuñez

Índice de similitud	
0%	
Similitud según fuente	
Internet Sources:	0%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	N/A

USER: 44557295

Nro 082019-00007389
Fecha 24-04-2019 12:02

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) con código de matrícula 1211111060 de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION, no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION

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

PIURA, 24 DE ABRIL DEL 2019



V°B° CAJA
44557295

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



UNIVERSIDAD DEL ALTIPLANO DE PIURA
PIURA, PIURA

Sra. Ana Silvia Chuyza Quispe
TITULADORA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

Ilustración 1: Hospedaje San José



Ilustración 2: Hospedaje Piedra Blanca



Ilustración 3: Hospedaje El Mirador

