



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

“LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICROS Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO- RUBRO HOSPEDAJE,  
DEL DISTRITO DE QUILMANÁ, PROVINCIA DE CAÑETE,  
DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2017”.

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

**AUTOR:**

Br: YLLACONZA CONDORI TOMAS ALEXIS

**ASESOR:**

Lic. ROBERTO CUIPAL VELAYSOSA

LIMA- PERÚ

2018

**Jurado Evaluador y Asesor**

Dra. Carmen Zenozain Cordero

**Presidente**

Mag, Juan Meza de los Santos

**Miembro**

Lic. Adm. Victor Espinosa Otoya

**Miembro**

Lic. Adm. Roberto Cuipal Velaysosa

**Asesor**

## **Agradecimiento**

En primer lugar, a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora.

En segundo lugar, a mis padres por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

Por último, a mis compañeros de tesis porque en esta armonía grupal lo hemos logrado y a mi profesor de tesis quién nos ayudó en todo momento.

## **Dedicatoria**

A Dios, por darme la fuerza  
necesaria para poder culminar  
satisfactoriamente mi trabajo de  
investigación.

A mis padres y a ti, quienes estuvieron  
siempre apoyándome. A mis maestros  
quienes nunca desistieron al enseñarme.

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.

La investigación fue de tipo cuantitativo y cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal; para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 7 MYPES, lo que representa el total de la población, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados:

**Respecto a los micro empresarios:** Que el 71% de los encuestados tiene 51 a más años, 57% son del sexo masculino, 57% tienen el grado de superior no universitaria, 86% son casados, 86% son los mismos propietarios del local, 57% son cañetanos.

**Respecto a las características de las mypes:** Que el 57% tiene de 0 a 3 años en el mercado, 100% cuenta con 1 a 5 trabajadores y el 100% de las mypes son formales.

**Respecto a las características de la competitividad:** Que el 57% vio un buen mercado, 86% fue creado con capital propio, 86% considera que su posicionamiento en el mercado es medio, 42% haría mejoras en su hospedaje con el servicio agregado (agua caliente, wifi, etc), 100% no cuenta con convenios con agencias de viajes, 71% renueva sus activos cada 2 años, el 100% considera que sus habitaciones son confortables, 43% designaría un 20 y 40% en mejoras del local, 100% optaría para generar un ingreso adicional al restaurant, 100% cuenta con infraestructura propia, 86% capacita y motiva económicamente a su personal y el 100% está satisfecho con resultados obtenido por su negocio.

**Palabra Clave:** Micro y pequeñas empresas, Competitividad.

## Abstract

The main objective of this research work was to: Determine the main characteristics of the competitiveness of micro and small companies in the service sector - lodging sector of the district of Quilmaná, province of Cañete, department of Lima, period 2017.

The research was of quantitative and qualitative type, descriptive level, non-experimental transversal design; For the collection of information, a sample of 7 mypes was chosen in a targeted manner, which represents the total population, to whom a questionnaire of 23 questions was applied, applying the technique of the survey. Obtaining the following results:

**Regarding micro-entrepreneurs:** That 71% of respondents are 51 or older, 57% are male, 57% have a non-university superior degree, 86% are married, 86% are the same owners of the premises, 57% are cañetanos.

**Regarding the characteristics of the mypes:** That 57% have 0 to 3 years in the market, 100% have 1 to 5 workers and 100% of the mypes are formal.

**Regarding the characteristics of competitiveness:** That 57% saw a good market, 86% was created with their own capital, 86% considered that their positioning in the market is medium, 43% would make improvements in their lodging with the added service (water hot, Wi-Fi, etc.), 100% does not have agreements with travel agencies, 71% renews its assets every 2 years, 100% considers that its rooms are comfortable, 43% would designate 20 and 40% in improvements of the premises, 100% would opt to generate additional income to the restaurant, 100% have their own infrastructure, 86% train and motivate their staff financially and 100% are satisfied with the results obtained by their business.

**Keyword:** Micro and small businesses, Competitiveness.

## Contenido

1.- Título de la tesis.....	i
Jurado Evaluador y Asesor.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Contenido.....	vii
Índice De Tablas y Figuras.....	viii
I.- Introducción.....	1
II.- Revisión de la literatura.....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.2. Bases Teóricas.....	19
2.3. Marco Conceptual.....	39
III.- Metodología.....	44
3.1. Diseño de la investigación.....	44
3.2. Población y Muestra.....	44
3.3. Operacionalización de Variables.....	45
3.4. Técnicas e Instrumentos.....	49
3.5. Plan de Análisis.....	49
3.6. Matriz de Consistencia.....	50
3.7. Principios Éticos.....	51
IV.- Resultados.....	52
4.1. Resultados.....	52
4.2. Análisis de resultados.....	58
V.- Conclusiones.....	62
Referencias Bibliográficas.....	64
Anexos.....	69

## Índice de Tablas y Figuras

### Tablas:

Tabla N<sup>a</sup> 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmanà, provincia Cañete, departamento de Lima, período 2017.....52

Tabla N<sup>a</sup> 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmanà, provincia Cañete, departamento de Lima, período 2017.....54

Tabla N<sup>o</sup> 3. Características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmanà, provincia Cañete, departamento de Lima, período 2017.....55

### Figuras:

#### **Acerca del Gerente y/o Representantes legales:**

Figura N<sup>o</sup>1 (Tabla N<sup>o</sup>1) Edad del dueño o representante.....78

Figura N<sup>o</sup>2 (Tabla N<sup>o</sup>1) Genero.....78

Figura N<sup>o</sup>3 (Tabla N<sup>o</sup>1) Grado de instrucción.....79

Figura N<sup>o</sup>4 (Tabla N<sup>o</sup>1) Estado Civil.....79

Figura N<sup>o</sup>5 (Tabla N<sup>o</sup>1) Cargo en la empresa.....80

Figura N<sup>o</sup>6 (Tabla N<sup>o</sup>1) Origen.....80

#### **Acerca de las Micro y pequeñas empresas:**

Figura N°7 (Tabla N°2) Años en el mercado.....	81
Figura N°8 (Tabla N°2) Número de trabajadores.....	81
Figura N°9 (Tabla N°2) Situación legal.....	82
<b>Acerca de la competitividad de las micros y pequeñas empresas:</b>	
Figura N°10 (Tabla N°3) Motivo de creación.....	82
Figura N°11 (Tabla N°3) Capital.....	83
Figura N°12 (Tabla N°3) Posicionamiento del hospedaje.....	83
Figura N°13 (Tabla N°3) Diferenciación.....	84
Figura N°14 (Tabla N°3) Mejoras en el hospedaje.....	84
Figura N°15 (Tabla N°3) Convenio.....	85
Figura N°16 (Tabla N°3) Renovación.....	85
Figura N°17 (Tabla N°3) Habitaciones confortables.....	86
Figura N°18 (Tabla N°3) Porcentaje destinado a mejoras.....	86
Figura N°19 (Tabla N°3) Generar más ingresos.....	87
Figura N°20 (Tabla N°3) Infraestructura propia.....	87
Figura N°21 (Tabla N°3) Capacita a su personal.....	88
Figura N°22 (Tabla N°3) Motivación del personal.....	88
Figura N°23 (Tabla N°3) Satisfacción por el negocio.....	89

## **I.- Introducción**

Desde la antigüedad el ser humano tuvo la necesidad de trasladarse con exigencias comerciales e intercambio por lo cual ha tenido necesidad de alojarse en varias partes del mundo. Desde el inicio de este servicio siempre han sido categorizados en distintas clases sociales, unas para personas de mucho poder adquisitivo y otro tipo de personas que no podían acceder a este tipo de servicio y se hospedaban en lugares no tan cómodos

En el mundo actual los hospedajes se han acomodado para ser un lugar de descanso para vacacionar, los hospedajes van creciendo favorablemente en diversas partes del mundo. El Perú es rico en cultura y tiene una biodiversidad que nos brindan muchos lugares hermosos por visitar, de este modo es atractivo hacia los ojos de los turistas ya sea extranjeros como nacionales, lo cual es muy beneficio para este tipo de servicio.

Es por ello que esta investigación tiene como objetivo general determinar las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro de hospedajes del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete y proveer herramientas a las autoridades, así como a los estudiantes y les permita tomar decisiones. Para la cual se utilizó un cuestionario estructurado con la finalidad de recabar información a fin de obtener la información necesaria

En lo que respecta al sector servicio rubro hospedajes del distrito de Quilmaná en donde se llevó la dicha investigación, no cuenta con la información requerida sobre el tema, por lo tanto, se desconoce si cumplen con los factores de competitividad las micros y pequeñas empresas. Por lo tanto, se determina el siguiente enunciado:

¿Cuáles son las principales características de la competitividad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedajes, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017?

Para dar solución a este problema, se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017; y de este modo para alcanzar dicho objetivo general en mención se idearon los siguientes objetivos específicos:

- Determinar el perfil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.
- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedajes, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.
- Determinar las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedajes, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.

Esta investigación se justifica en el punto de vista teórico, de esta forma se dará a conocer las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas, permitiendo de esta forma determinar si estas micro y pequeñas empresas del rubro hospedajes utilizan los factores de la competitividad.

Desde el punto de vista práctico, servirá como punto de referencia para las autoridades locales ya que si este servicio se va en aumento nos ayuda a entender que el turismo en la provincia está creciendo favorablemente.

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación ayudara a los demás estudios hallando instrumentos de metodología, como la estadística que ayudaran a los empresarios que quieran desempeñarse en este rubro de los hospedajes.

Y por último esta investigación, se realizará con la finalidad de brindar información correcta para los interesados acerca de la competitividad de las micro y pequeñas empresas sector servicio- rubro hospedajes del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima.

## II.- Revisión de la literatura

### 2.1. Antecedentes

**Mosquera (2017).** En la tesis sobre: La caracterización de la competitividad y formalización de las mypes del sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Uchiza, 2017, cuya investigación se efectuó para optar el título profesional de licenciado de administración, llego a la siguiente conclusión.

- **Características (tabla 1)**

Lo que caracteriza a una MYPE Formal, es que tiene a la ley como garantía, estar sujeto a crédito, aumentar las ventas, se pueden firmar contratos con Personas Jurídicas, personas Naturales o cualquier tipo de Organizaciones, con respecto a los datos proporcionados por los representantes de las Micro y pequeñas Empresas de los Hospedajes del Distrito de Uchiza, según las encuestas realizadas, indicadas en la tabla mencionada podemos afirmar que el 86.7% de Propietarios de las PYMES, en este Rubro (Hospedaje) tiene más de 51 años, también podemos afirmar que el 93.3% son varones, el grado de instrucción con secundaria completa tenemos el 66.7% también podemos observar que casi el 100% son propietarios.

- **Competitividad (tabla 2)**

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. (Anzil, 2008), si pensamos en competitividad de inmediato estamos pensando en competencia es decir ser mejor que otros o mejor dicho mejor que todos, estar a la

altura de los cambios Tecnológicos, Infraestructura, diferentes técnicas de Marketing, etc. Las Micro y Pequeña Empresa en Uchiza, no cuentan con un plan estratégico, con el 53,3% no aprueban la competitividad, pero si procesan el pago de los clientes de manera rápida siendo esto en 93,3%.

- **Formalización (Tabla 3)**

La formalización “representa la existencia de normas en una organización”. Su cumplimiento u observancia es una medida de su empleo. De todas maneras si existen normas es para cumplirlas y si no se cumplen deberían modificarse o eliminarse, de lo contrario se genera una ambigüedad inconveniente para la organización y para el trabajador. La formalización es una herramienta esencial para el desarrollo del proceso de coordinación. La forma de mantener centralizada la toma de decisiones en organizaciones grandes, con gran variedad de actividades y tareas, es justamente a través de un alto grado de estandarización y formalización. De esta manera las decisiones se adoptan y programan en los niveles más altos, asegurándose la conducción de la organización un desempeño adecuado por parte de los trabajadores. Se pueden incluir objetivos, planes, presupuestos, procedimientos y controles para cada una de las fases operativas de los procesos.

Las organizaciones con actividades rutinarias son más propensas a tener una formalización mayor como el Correo, los bancos y las cadenas de montaje. (González, s.f). La formalización representa el uso de normas en una organización y aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, es una técnica organizacional de prescribir como, cuando y quien debe realizar las tareas. Según los datos proporcionados por la encuesta, podemos mencionar que las MYPES en Uchiza en este rubro, el 100% de MYPES son formales es decir emiten factura y boletas, llevan los registros contables, pagan todos

los beneficios a los trabajadores de acuerdo a ley, pero no recibieron asesoría por Las instituciones públicas ni privadas siendo esto 86,7%.

**Abad (2017).** En la tesis sobre: La caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las mypes del giro hostales y hospedajes en el distrito de Chiclayo en el año 2016, cuya investigación se efectuó para optar el título profesional de licenciado de administración, llegó a la siguiente conclusión.

- **De acuerdo a los Datos Generales**

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los Administradores de las Mypes del Giro Hostales y Hospedajes del Distrito de Chiclayo, se determinó en el Cuadro N° 01 respecto a la edad del Representante Legal de la Mype, que el más resaltante es el 60% (49) sus edades oscilan entre 51 a 70 años, y el 40%(32) tienen de 36 a 50 años. Los resultados de Rosillo, M (2015) en su investigación denominada “La gestión de la calidad y su relación con la competitividad en las micro y pequeñas empresas – MYPE, del rubro Talleres de confecciones textiles, ubicadas en el mercado central de Piura, año 2015”: perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Sede Sullana expresan algo similar donde se evidencia que los trabajadores tienen una edad comprendida entre 48 y 58 años de edad.

También en el Cuadro N° 02, en cuanto al grado de instrucción de los administradores de las Mypes se evidencia que, del total de encuestados, el 53% (43) tiene estudios superiores completos, el 41% (33) tienen estudios técnico superior completo, el 5% (4) solo tienen estudios secundarios completos. Comparando con Rosillo (2015) quien determinó que el 33.3% tienen secundaria completa, el 17% tienen estudios universitarios.

Demostrando una de las características sobre el grado de instrucción de los trabajadores de la MYPE, correspondiente a las unidades de investigación prestadoras de servicio de fotocopiado en el asentamiento humano Santa Rosa.

- **De acuerdo a la Variable Gestión de la Calidad**

Respecto a la Variable de Gestión de calidad se considera la definición Mendoza Castillo, M. (2011), quien expresa que la calidad del servicio es determinada por las diferencias entre las expectativas del cliente, del desempeño del proveedor de servicios y la evaluación del servicio.

Además de ello expresan en el Cuadro N° 05 del total encuestados el 88% que representa 71 encuestados considera que el servicio que se brinda en las Mypes del giro Hostales y hospedajes es muy buena y el 12% que representa 10 encuestados es buena. Estos resultados permiten inferir que generalmente las mismas personas realizan varias funciones es decir la atención al cliente y el cobro del servicio.

Respecto a la capacitación se considera la definición de Rodríguez & Morales (2008) quien expresa que la capacitación, debe entenderse como una forma de educación a través de la cual se logra una cultura de identidad, teniendo como fundamento el soporte a la calidad y la productividad.

Además, expresan que el elemento esencial en muchos programas de capacitación es el contenido, donde las informaciones son genéricas, referentes al trabajo; y también puede cobijar también la transmisión de nuevos conocimientos, entre los temas que los personales son capacitados tenemos: Atención al cliente, Calidad Total, Técnicas de Innovación del Servicio y otros. Por ende en el Cuadro N° 15 sobre la Capacitación manifestaron que del total de encuestados el 80% que representa 65 encuestados SI reciben capacitación. Esto se puede comparar con Zapata (2016) quien estableció para la variable capacitación está conformada por los 45 trabajadores de las picanterías de

observa que el 67% de los colaboradores encuestados, consideran haber recibido capacitación por parte del Restaurante, 13% indican que lo hizo con ayuda organizaciones o instituciones y el 20% señalan que se capacitan por su propia cuenta. Entre las organizaciones contratadas que brindan capacitación a los trabajadores de las Mypes del rubro Hostales y Hospedajes son: Sapience Human, Manpower, Adecco y Profesionales Coaching.

Burgos (2014) señala que una política de capacitación debe tener en cuenta que habilidades se desea generar en los trabajadores y cuales en los conductores. No necesariamente las habilidades deben ser las mismas por ejemplo podría tenerse como objetivo generar en los trabajadores habilidades en cuanto a técnicas productivas y en los conductores habilidades empresariales, administrativas y gerenciales así como las técnicas para encontrar nuevos mercados. El grado de capacitación de los conductores de la Mype, es principalmente en temas productivos.

Sólo el 34.8% de los conductores de la Mype No recibieron capacitación y el 44.4% de los conductores de la Mype recibieron algún tipo de capacitación.

- **De acuerdo a la Variable Competitividad**

Rodríguez (2016) señala que de acuerdo a la variable competitividad, las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: El 44% se dedica al negocio por más de 10 años respectivamente, mientras tanto que el 67% son empresas son formales, solo el 57% tiene trabajadores permanente, lo que se puede comparar con Sandoval, (2016) que coincide que el 83% son empresas formales solo el 42% tiene 2 trabajador permanente; esta información es obtenida en el **Cuadro N°07** sobre el tiempo de funcionamiento en el rubro, en la que señala que el 43% de los encuestados tiene entre 11 y 20 años de funcionamiento o se dedica al negocio del giro hostales y

hospedajes seguido de un 27% de encuestados que manifiesta que se encuentra dedicado al negocio entre 21 y 30 años.

Teniendo en consideración el **Cuadro N° 08** si la Mype es Formal o Informal se manifestó según el total de encuestados (81) de los microempresarios encuestados, el 100% son formales lo que afirma que la formalidad forma parte de la competitividad; así mismo revisando el **Cuadro N° 09** sobre los trabajadores permanentes podemos apreciar que del total encuestados, el 72% que representan 58 encuestados cuentan con un máximo de 5 trabajadores permanentes, el 28% que representan 23 encuestados cuentan con 6 a 10 trabajadores permanentes.

Sin embargo, esta información se puede comparar según lo manifestado por Rosillo (2015) señala que el 40% tiene más de seis años en el negocio, tienen RUC y que cuentan entre 1 y 3 trabajadores en un 60% también un 17% con frecuencia introduce mejora en sus productos.

**El Cuadro N°17** sobre lo que Diferencia de la Competencia se debe a las Comodidades que ofrecen a sus clientes que representan un 54% equivalente a 44 encuestados, 40% indica que Buen Trato es parte de la competitividad que ofrecen a diferencia de los competidores que representa aproximadamente 32 encuestados y un 6% que representan a 05 encuestados señala que la seguridad en sus instalaciones es una de competencias que tienen para ofrecer a sus clientes.

**Bernuy (2013)**. En la tesis sobre: La caracterización de la competitividad empresarial y rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz, año 2013, cuya investigación se efectuó para optar el título profesional de licenciado de administración, llego a la siguiente conclusión.

- **Respecto a la competitividad empresarial**

La mayoría de los encuestados afirmaron la eficiencia es de nivel muy bajo en las empresas hoteleras de la ciudad de Huaraz

Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros encuestados manifiestan que la innovación de los servicios es de nivel bajo estos resultados afirman que los hoteles de Huaraz no están en constante innovación o no son creativos con los servicios que brinda.

Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros afirman que la diferenciación de los servicios prestados es bajo estos resultados nos indican que existen deficiencias en cuanto a diferenciación.

El nivel de competitividad empresarial en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz en el año 2013, es bajo.

- **Respecto a la rentabilidad**

Cerca de la mitad de los empresarios hoteleros encuestados manifestaron que la rentabilidad económica no ha mejorado en el rendimiento de los activos de las empresas por lo tanto los encuestados calificaron que es de nivel bajo.

Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros encuestados manifestaron que la rentabilidad económica no ha mejorado en el rendimiento de los activos de las empresas por lo tanto los encuestados calificaron que es de nivel bajo.

Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros encuestados dijeron que la rentabilidad financiera tenía muchas deficiencias es por eso que se encontraba en nivel bajo.

El nivel de rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz en el año 2013, es bajo.

- **Respecto a competitividad empresarial y rentabilidad**

A partir de las contrataciones se da por concluir que la competitividad empresarial y rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz es de nivel bajo.

La competitividad empresarial y la rentabilidad en las empresas hoteleras en el año 2013 se relacionan significativamente.

**López (2015).** En la tesis sobre: Caracterización de la competitividad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013, cuya investigación se efectuó para optar el título profesional de licenciado en administración, llego a la siguiente conclusión.

**Referente a los representantes legales:**

La mayoría de los representantes legales en las micro y pequeñas del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, son personas adultas, de sexo masculino y en mayoría relativa tienen un grado de instrucción superior no universitaria.

**Referente a las MYPES:**

En su totalidad, las Mypes del sector servicio – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, de acuerdo con las discusiones se puede concluir que son formales y tienen más de 6 años de existencia, también se concluye que su mayoría poseen de 21 a más empleados.

**Referente a la competitividad:**

En su totalidad, las Mypes del sector – rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, de acuerdo con las discusiones se determinó que cuentan con una certificación

de calidad y tienen estrategia de gestión de la relación con el cliente, la mayoría su empresa tiene 3 estrellas, su personal es competitivo así mismo es importante la motivación a sus empleados para que la empresa sea exitosa, adecuándose a los factores externos cambiantes y de forma semestral realizan la evaluación del desempeño a sus colaboradores.

Así mismo la mayoría relativa, cuenta con centro de diversión y su factor importante para la empresa que le permite desarrollar la competitividad es el posicionamiento en el mercado.

**Peña (2014).** En la tesis sobre: Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes del sector servicios – rubro hoteles de la ciudad de Piura periodo 2013, cuya investigación se efectuó para optar el título profesional de licenciado en administración, llego a la siguiente conclusión.

- **Respecto a los empresarios**

Del 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados: el 100% son adultos, el 80% es de sexo masculino y el 50% tiene superior universitario completa, el 20% secundaria, 20% superior universitaria incompleta.

- **Respecto a las características de las Mypes**

Las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: el 100% se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, el 80% de las empresas son formales, no 60 % no tiene ningún trabajador permanente, el 20% tiene 01 trabajador eventual y el 50% se formaron por subsistencia y 50% también por ganancia.

- **Respecto al financiamiento**

Los empresarios encuestados manifestaron que, respecto al financiamiento, sus Mypes tienen las siguientes características: el 60% obtuvo su crédito de las entidades bancarias, y 50 % las Mypes recibieron el crédito de cajas municipales

- **Respecto a la capacitación**

Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus Mypes son: el 100% considera que la capacitación del personal es una inversión para empresa el 70% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa. Y el 60% de las Mypes recibió más capacitación el año 2012.

- **Respecto a la rentabilidad**

El 70% cree que el financiamiento otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa, el 57% cree que la capacitación mejoro la rentabilidad de su empresa y el 70% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoro en los 02 últimos años.

**Loreño (2014).** En la tesis sobre: Caracterización del financiamiento y formalización en las mypes del sector servicio – rubro hoteles del distrito de Nuevo Chimbote, periodo”2012 – 2013”, cuya investigación se efectuó para optar el título profesional de licenciado en administración, llevo a la siguiente conclusión.

La mayoría de las mypes están dirigidas por representantes cuyas edades oscilan entre 18 a 55 años, que tienen el cargo de gerente. En su mayoría son del sexo femenino con más de 11 años en el cargo, quienes en su mayoría son convivientes, con un grado de instrucción superior técnica.

La Mype en su mayoría tiene de 11 años a más de actividad en el rubro, cuya mayoría tiene como objetivos obtener ganancias y generar empleo.

Los empresarios en su mayoría recurren al financiamiento y solicitaron solo un financiamiento durante el periodo 2012 – 2013, siendo atendidos. La mayoría solicitó un importe de 5,001 a más soles con una tasa anual del crédito de 35.1% a más de 52%, a los cuales en su totalidad les generó rentabilidad, habiendo invertido la mayoría en capital de trabajo.

La mayoría de las Mypes está formalizada, a quienes en su totalidad ha generado beneficios; como acceso al crédito, confianza y garantía, así como seguridad jurídica. Así mismo la mayoría manifestó que no ha formalizado por los requisitos difíciles y por los costos elevados.

**Bonifacio, (2017).** En la tesis sobre: Características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles – Huaraz.2016, cuya investigación se efectuó para optar el título profesional de contador público, llegó a las siguientes conclusiones.

### **Relación al financiamiento**

- El 87% de las Mype encuestadas tienen financiamiento de terceros y el 13% financiamiento propio.
- El 48% de las microempresas recurren a entidades no bancarias y el 13% a prestamistas personales para obtener financiamiento.
- El 43% de las empresas encuestadas tienen más facilidades de obtener un préstamo de las entidades no bancarias, el 43% de bancarias y el 14% de prestamistas personales.
- El 35% de las microempresas obtienen préstamos a largo plazo y 65% a corto plazo respectivamente.

- El 5% de las empresas encuestadas afirman que invirtieron en mejoramiento y ampliación del local, el 21% en activos fijos y 39% en capital de trabajo.
- El 52% de las empresas encuestadas pagan tasas de interés mensuales de 10 a 20% y el 4% paga más del 30%, por haber obtenido dicho crédito.

### **Respecto a la capacitación**

- El 61% de los representantes legales afirma que recibe capacitación y 39% no tiene capacitación.
- El 17% de los encuestados nos dice que tienen 2 cursos, el 39% solo ha recibido un solo curso de capacitación y el 09% afirma que participo en más de 4 cursos a más.
- El 13% de los representantes legales de las microempresas, de la encuestada realizada fueron capacitados en inversión del crédito financiero, el 22% en marketing empresarial y el 13% en manejo empresarial y administración de recursos humanos.
- El 13% de los trabajadores de las empresas encuestadas han participado en 1 curso, 30% en 2 cursos han participado y 39% no precisa su participación en ningún curso de capacitación.
- El 35% del personal de la empresa han recibido capacitaciones en prestación de mejor servicio al cliente, el 04% en gestión empresarial, el 04% gestión empresarial, el 04% gestión financiera y el 4% en manejo de crédito.

### **Respecto a la rentabilidad**

- El 91% de representantes legales de la encuestada aplicada, afirman que si obtuvieron mejor rentabilidad con el financiamiento obtenido y el 09% no mejoró su rentabilidad con el crédito otorgado.

- El 30% de las empresas encuestadas afirman que no mejoraron su rentabilidad con las capacitaciones recibidas y el 70% afirma que si mejoró la rentabilidad de su empresa con las capacitaciones.
- El 70% de los empresarios encuestados revelaron que tuvieron una mejor rentabilidad en los 2 últimos años y el 26% opina que nunca vieron mejorar su rentabilidad.

### **Respecto al objetivo general**

Del análisis de la información recolectada mediante las encuestas, así como de los antecedentes, las bases teóricas y el marco conceptual, se ha determinado las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro hoteles- Huaraz, 2016 encontrándose que el 87% de las Mype encuestadas que realizan sus actividades con financiamiento de terceros. El 48% recurren a entidades no bancarias. Las 2/3 partes obtienen préstamos a corto plazo y el 39% invirtió en capital de trabajo. Respecto a la capacitación, el 61% dijo recibir capacitación, el 39% sólo ha recibido un curso de capacitación. El 35% del personal de la empresa han recibido capacitaciones en prestación de mejor servicio al cliente. Respecto a la rentabilidad, el 91% sostienen que obtuvieron mejor rentabilidad con el financiamiento obtenido.

**Zevallos (2016).** En la tesis sobre: Gestión en la capacitación y la rentabilidad en las mypes rubro hoteles en Tumbes, 2016, cuya investigación se efectuó para optar título profesional de licenciada en administración, llego a las siguientes conclusiones.

Según los resultados se concluye que los trabajadores reciben preferencialmente capacitación de tipo formal, apropiado a las tareas que realiza y que se dan en la operatividad de la empresa, en las Mypes rubro Hoteles en Tumbes.

Se concluye que los campos de aplicación de la capacitación que utilizan las Mypes en estudio es la inducción ya que brindan información a aquel personal que recién ingresa a laborar. Y con respecto a los enfoques de la Gestión en la Capacitación las empresas desarrollan el enfoque Instruccional por que realizan la labor de capacitación básica a sus trabajadores de manera constante motivándoles al mejor desarrollo de sus actividades.

Respecto a la rentabilidad se concluye que las empresas hoteleras en estudio son rentables ya que la ciudad de Tumbes es muy concurrida por turistas, por lo cual su tipo de rentabilidad en que se enfoca es la financiera ya aporta al aumento de utilidades, siendo de interés para los propietarios por que buscan maximizarla.

Se concluye también que las Mypes hoteleras para el crecimiento de su rentabilidad no se apoyan en los ratios financieros, no utilizan la mayoría de los indicadores ya que en su balance y en sus documentos contables no realizan un estudio de rentabilidad (ratios financieros); en donde detalle las falencias del negocio.

#### **Antecedente local:**

**Tang, (2016).** En un estudio sobre: La capacitación en las micro y pequeñas empresas del servicio- rubro hoteles, del jr. Bolognesi, del distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2015, cuya investigación se efectuó para optar el título profesional de licenciada en administración, llego a las siguientes conclusiones.

#### **Perfil de los representantes legales:**

De las MYPE encuestadas, se establece que la mayoría los representantes legales son personas adultas y sus edades fluctúan entre los 40 años a más, su estado civil es casados y cuentan con estudios técnicos, tienen como principal objetivo maximizar sus ganancias.

#### **Respecto a los datos de la empresa:**

La mayoría de las MYPE tienen una actividad empresarial de 04 a 06 años en el mercado y cuentan con 1 a 5 trabajadores en su empresa.

**Respecto a la capacitación:**

La mayoría de los representantes de las MYPE, han recibido capacitaciones, lo que desconocen es capacitación en gestión. Señalan que la capacitación es considerada como una inversión porque mejora el servicio a sus clientes. Respecto al personal que labora en las MYPE la mayoría ha sido capacitada en los cursos de atención al cliente. También indican que al capacitar a su personal han obtenido rentabilidad; asimismo, se logró el aumento de la productividad y eficiencia del personal que labora en la empresa.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **Aspectos característicos de la micro y pequeña empresa**

Según Bernilla (2018). En su investigación concluyó:

Generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos:

- Son de administración independientes, dirigidos por los propios dueños, como recién inician tienen que hacer cargos ellos mismos.
- Su incidencia no significa en el mercado, es decir el lugar donde realizan sus operaciones son muy pequeñas.
- Tiene escasa especialización en el trabajo, por el mismo hecho de ser pequeñas empresas, recién empiezan y no tienen la experiencia para desempeñarse en las distintas áreas de una micro y pequeña empresa.
- Sus actividades mayormente son influenciadas por la mano de obra.
- Como es una pequeña empresa sus recursos financieros son limitados y son manejados por el propio dueño.
- Con la tecnología puede ser usada por todas las empresas para poder tener una mejor capacidad creativa, productiva y algunas que todavía no se adaptan al cambio son algunas con actividades de pequeña escala. (p. 14).

De acuerdo con lo dicho por Bernilla las micro y pequeñas empresas en el rubro de hospedaje del distrito de Quilmaná, son negocios pequeños manejados por los propios dueños y a la vez ellos realizan diversas actividades dentro de su centro de trabajo para ahorrar en capital humano.

### **Teoría de la Competitividad**

Entre los resultados del estudio se encontró que:

El término “competitividad” no es reciente. Su utilización data desde la aparición de las teorías del comercio, y es un vocablo que cada vez toma mayor importancia por la enorme cantidad de elementos que engloba.

En el espectro económico, la competitividad es la capacidad de un país o una empresa de obtener más y mejores beneficios en el mercado, con relación a sus competidores o sus iguales. Esta locución está fuertemente relacionada con la productividad; y la importancia de entender cada uno de sus componentes radica en que la competitividad refleja la verdadera capacidad de un país para desarrollarse. (López, 2015).

Del mismo modo la competitividad es uno de los factores fundamentales que se debe de tomar en cuenta para poder así poder conocer los factores que se utilizarán para conocer de este modo los puntos débiles de cada empresa y a la vez poder ir mejorando y ser competentes con las demás empresas.

Asimismo, la competitividad en las empresas de hospedaje en el distrito de Quilmaná cada día está mejorando en los distintos aspectos de la competitividad.

### **El sentido de la competitividad**

Cabrera, López y Ramírez (2011), concluyó:

Las empresas sobreviven y son exitosas si son competitivas: con dificultad se encontrará a algún investigador que no esté de acuerdo con esta afirmación. El aporte económico en el análisis es indiscutible, pues en un mundo competitivo, en donde se mezclan empresas en competencia perfecta, junto con monopolios y oligopolios, todas tienen que lograr la mayor producción con los recursos que tengan a su disposición o, si se quiere enfocar la competitividad desde los óptimos posibles, tienen que saber que

no se puede ir más allá de los factores de producción con los que se cuenta; en otras circunstancias, las empresas mueren. (p. 10).

Cabrera, López y Ramírez (2011), concluyó:

Estas ideas generales dados por los diversos aportes de distintos autores como por ejemplo de Adams Smith y Porter, no son lo suficiente para lograr encajar en este mundo empresarial y competitivo, que es un mundo cambiante, en distintos aspectos que se nos da en la actualidad (innovación, tecnología, etc.). asimismo, los distintos puntos de vistas de los diversos autores, nos ha sido de mucha ayuda para poder entender la competitividad empresarial en la actualidad. (p. 10).

Por todo ello, la primera parte de la investigación pone de presente los aportes de la ciencia económica para el análisis de la competitividad: el breve recorrido que se hace por los diversos autores, empezando por Adam Smith, con sus aportes sobre competitividad, brinda el marco de referencia para el proyecto. (p. 10).

“...Los estudios sobre los determinantes de los países y de las industrias han aportado muchos elementos para entender la competitividad: las reglas macroeconómicas, el peso institucional en los países, las reglamentaciones para los accesos al capital y el trabajo, las características de la educación, etc., son el entorno necesario para la construcción de indicadores sobre la competitividad de las industrias e las diferentes regiones y países”. (Cabrera, López y Ramírez, p.p. 10-11).

Cabrera, López y Ramírez (2011), concluyó:

Si las empresas desean ingresar al mercado en el mundo globalizado que nos encontramos, debe de tener como referencia estos puntos mencionados

anteriormente, si quiere ser competitiva, caso contrario puede desaparecer del mercado (p. 11).

Asimismo, desde el punto de vista una empresa siempre para llegar a ser exitosa y cumplir con todos sus objetivos va tener que ser competitivos antes sus adversarios, así ser atractivos a los ojos de los clientes y por ende tener mejores ingresos los cuales serán destinados a la mejora de la empresa lo cual generara un incremento favorable para la empresa lo cual podrá competir con las empresas de tallas nacionales. El sentido de la competitividad conlleva demasiados factores que se deben de cumplir para poder de este modo competir en este mundo globalizado.

### **Cómo mejorar la competitividad empresarial**

Entre los resultados del estudio se observó que:

Factores claves para mejorar la competitividad:

**Alta autoestima.** Es el factor primordial que debemos de tener en cuenta ya que si no somos conscientes de tener una excelente autoestima, será nuestro talón de Aquiles, porque de este modo no podremos superar los obstáculos o barreras que se nos presentan a lo largo del camino para de este modo lograr el anhelado objetivo de ser una empresa exitosa y tener siempre presente que somos nosotros los que nos ponemos nuestros propios límites.

**Liderazgo flexible.** En cada empresa siempre existirá un líder que sobresalga, y deberán de irse adaptando a los incesantes cambios que se nos presentan desde el presente a la actualidad, con distintos equipos de trabajo, reflejando una responsabilidad no solo en la parte operativa, sino que irán innovando constantemente para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

**Retener el talento.** El reto más importante que tendrán las empresas en un futuro será el de mantener a al personal calificado/ talentoso, y que mejor que tener una excelente comunicación y clima laboral para que se sientan cómodo, en plena confianza de tener una buena relación de trabajo entre jefe-empleado, lo que conllevará a retener a sus mejores colaboradores.

**Innovación y valor.** Para obtener el éxito deseado, debemos de innovarnos constantemente, para poder de este modo lograr la satisfacción del cliente, pero para captar nuevos clientes y mantener a nuestros clientes contentos se deben de ejecutar ofertas de valor y a la vez se obtengan el bajo costo y la diferenciación, lo que generará mejora en el mercado y a su vez creará nuevos mercados.

**Acceder a nuevos mercados internacionales.** Antes de salir a mercados internaciones lo primero sería tener un buen mercado internamente, y a la vez realizar un estudio de mercado para de este modo saber que variables están en nuestro rango de manejo y otras que no lo están, ya que el mercado exterior no es nada fácil, porque conlleva a realizar acciones distintas a lo que se ejecutan internamente, ya que en algunos casos el nuevo mercado tiene otras políticas y a su vez nos enfrentamos a otras empresas de prestigio a nivel global.

**Monitorear los costos.** Uno de los sistema más utilizados es costeo ABC (costeo basado en actividades), ya que es una herramienta fundamental para aumentar la competitividad, porque nos brinda una información precisa de los costos y sus actividades, lo que nos permite generar la mejor decisión para mejorar los proceso y productos que se venderán, del mismo modo se

da para encontrar puntos donde se puede reducir costos sin perjudicar el valor del producto para el cliente. (Salas, 2008).

Del mismo modo para el mejoramiento de la competitividad empresarial se tiene que conocer que lo primero que debemos de tener como empresarios un buen autoestima, ya que de este modo nos liberamos de los obstáculos que nosotros mismos nos ponemos en nuestra mente, lo que nos limite y nos impide a alcanzar el éxito, también ser líderes flexibles ser cambiante de acuerdo a las circunstancias que se nos presentan en un futuro, también debemos de contar con empleados comprometidos con la empresa, tener una buena comunicación, ya que es lo más importante mantener a los empleados satisfechos lo que provocará un mejor desempeño y generará ingresos favorables, también se tiene que llevar un monitoreo de costos, los cuales nos servirán para la mejora de calidad y asimismo si se siguen con los procesos adecuados de puede llegar a los mercados internacionales.

### **Competitividad y ventajas competitivas**

Entre los datos del estudio se observó que:

Las empresas en la actualidad para poder ser superior a las demás, necesita tener ventajas competitivas sobre sus adversarios, para que de este modo obtener beneficios a largo plazo, una ventaja competitiva puede ser cualquier cualidad o acción que sobresalga del resto, con lo cual obtendrá mayores beneficios de manera continua, lo que generará que las demás empresas quieran imitar lo que están haciendo para poder obtener los mismos resultados. (Palao, 2015).

Palao (2015), concluyó:

La ventaja competitiva que adquiera una empresa deberá ser sostenible y enfocado en cada componente interno que conforma la empresa de forma individual, lo cual generará beneficios a mediano y largo plazo.

Para lograr establecer una ventaja competitiva dentro de una empresa se debe conocer los beneficios, características, servicios, oferta y demanda del mercado relacionado con el rubro empresarial al cual se aboca el negocio, una vez establecido e incorporado este atributo en las empresas llevara a mantener una ventaja competitiva sostenible dentro del mercado.  
(p. s/p).

Del mismo modo en la competitividad y sus ventajas competitivas podemos encontrar los que son: el buen servicio al cliente, infraestructuras, buena ubicación, personal calificado, lo cual ayudará a la empresa a asegurarse beneficios a largo plazo, lo cual se va logrando con el pasar del tiempo y se va diferenciando de los demás competidores.

### **Competitividad y relaciones laborales**

Rubio y Baz (2004), concluyó:

Nadie puede negar que el trabajo y los trabajadores juegan un papel central en elevar o deprimir la productividad. Todas las economías y las empresas que han logrado volverse competitivas han establecido una relación productiva con sus trabajadores. Muchos factores contribuyen a desarrollar esa relación virtuosa, pero los dos elementos recurrentes y centrales de la ecuación consisten en la voluntad de los trabajadores de colaborar en los esfuerzos por elevar la productividad de la empresa, correspondida por la voluntad de la empresa de transferir parte de las ganancias obtenidas de la

productividad a sus trabajadores. La clave es convertir la relación laboral en un juego en el que las dos partes colaboran para ganar. (p. 50)

Del mismo modo las relaciones laborales juegan un rol importante en la competitividad de la empresa ya que gracias al aporte de los trabajadores se llega a los objetivos planeados, es por ello que se debe de tener un buen trato, igualmente para que ellos se sientan motivados brindarles incentivos ya que ellos forman el engranaje perfecto para poder poner en marcha a la empresa en busca de la competitividad.

### **Innovación: Innovaciones institucionales adecuadas y oportunas**

Martinez, Lopez y Garcia (2009) concluyó:

Sobre el paradigma de la modernización sobre la ventaja competitiva cabe resaltar que toda empresa debe de estar inmerso en un nivel informático óptimo para el desarrollo de sus competencias empresariales renovando los modelos de organización ya establecidos en el mercado. (p. 39).

Entre los datos del estudio se concluyó:

No se trata pues de agregarle informática a las viejas burocracias, sino de renovar las instituciones públicas en su organización y modos de relación y operación para poder hacer el mejor uso del poder de la informática. (Martínez, López y García, p. 39).

Como mencionado anteriormente la innovación en uno de los elementos fundamentales para poder obtener la competitividad que se desea, porque nos encontramos en un mundo globalizado de constantes cambios, y si no nos actualizamos en los diferentes campos lamentables la empresa puede fracasar.

### **Se produce una transformación tan profunda**

Martínez, López y García (2009), escribió:

La inclusión de la informática en el área empresarial produce cambios significativos en el mercado económico y procesos de producción generando mayor nivel de eficiencia y eficacia a bajo costo y factible para su monitoreo a distancia. (p. 33).

Martínez, López y García (2009), concluyó:

Además, el acceso oportuno a la información de las empresas, genera conexión directa con los clientes, mercado vigente de forma global, mejorando a si la competitividad empresarial a nivel mundial, visto desde un punto tecnológico esto apertura el acceso sin fronteras de información y comunicación dentro del mercado empresarial. (p. 33).

Martínez, López y García (2009) señaló que “Desde el punto de vista de la estructura de mercados, hay conexión directa con los clientes y sus necesidades, proliferación de nichos de especialización de bajo volumen y sistemas de distribución, que permiten aprovecharlos”. (p.33).

Entre los datos del estudio se concluyó:

Y como la tecnología va innovándose cada día más, de este modo tenemos el acceso a un mundo de conocimientos, ya que de esta forma podremos realizar ensayos de futuros productos si con el tiempo nos puede ir bien o no, además contamos con las herramientas innovadoras que contribuye con nuestro proceso de mejoramiento como empresa. (Martínez, López y García, 2009, p. 33).

Martínez, López y García (2009) señalo que “en síntesis, cambió la base tecnológica y, por lo tanto, se modificó la forma de hacer las cosas de manera rentable”. (p. 33)

Del mismo modo se produce una transformación gracias a la informática, ya que de este modo modifica la posibilidad de coordinación de procesos, lo que conllevará a facilitar los procesos para la creación de estrategias, lo que nos permiten aprovecharlos para así de este modo poder llegar a ser competentes ante los adversarios.

### **Factores de la productividad en el nivel macro**

Prokopenko (2009), señaló:

Se hace cada vez más evidente que el incremento de la productividad es el resultado no sólo de las medidas micro al interior de la empresa, sino también de esfuerzos y de cambios a nivel macro y global en la calidad de las políticas y estrategias gubernamentales, el contexto social y de negocios, y la administración pública.

Se han identificado algunas tendencias, poco, pero importantes, en el ámbito empresarial que, en mi concepto, llevaron a la productividad a cambios dramáticos en las estrategias y aproximaciones presentes y futuras. (p. 35).

Prokopenko (2009), concluyó:

Esas tendencias son:

- La globalización y la integración económica;
- El impacto del desarrollo tecnológico;
- El ajuste estructural y la privatización;
- La demanda creciente por un desarrollo sustentable;
- El surgimiento de nuevos sistemas de trabajo;
- El paso de las prácticas tradicionales de personal a la internacionalización de la administración de los recursos humanos (HRM); y

- Los cambios en los estilos de liderazgo; de la burocracia a la capacidad empresarial. (p. 35).

Del mismo modo como se dice anteriormente no todo depende de los factores internos de la empresa, sino también de cómo se encuentra fuera de la empresa, el nivel macro, como lo son la globalización, como la tecnología ha ido avanzando cada año, lo que lo ha hecho prácticamente imprescindible para las empresas. Y lo cual generan a obtener una mejor productividad y por ende ser más competitivos.

### **Competitividad: el nuevo benchmarking para la estrategia económica**

Walter (1995) citado por Prokopenko (2009) señaló que la competitividad como “el grado en que un país puede, bajo condiciones de mercado libre y justo, producir productos y servicios que pasan el test de los mercados internacionales, mientras que simultáneamente mantiene y expande los ingresos reales de su pueblo en el largo plazo” (p. 35).

### **Factores y condiciones de la competitividad.**

El World Competitiveness Report (1995) citado por Prokopenko (2009), señaló:

Ocho grandes factores que afectan la competitividad de las empresas y naciones:

- **Economía interna:** Para obtener una excelente economía interna en un país, primero debe de existir una buena competitividad entre las distintas empresas en el mercado, lo que generaría incremento de productividad para la empresa, y de este modo puedan competir externamente en los

mercados extranjeros, lo que formaría una mejor imagen del país de donde proviene dicha empresa

- **Internacionalización.** La incursión en mercados internacionales acrecienta la economía interna de país, una empresa exitosa dedicada a la exportación y le va bien el mercado internacional, esto se ve reflejado en la economía interna del país de origen., lo que origina una mayor utilización de recursos productivos y a su vez en la mejora de los estándares de vida.
- **Gobierno.** El estado está disminuyendo sus intervenciones directamente hacia los negocios, el gobierno está realizando normas que sean de beneficio competitivo para la empresa y mejorarlas condiciones macroeconómicas y sociales del país, y a su vez minimizar el riesgo externo de las actividades económicas, para poder adaptarse al cambiante mercado internacional.
- **Finanzas.** Depende del sector financiero de un país para mantener su competitividad internacional, en nuestro país nuestro sector financiero brinda a nuestras empresas distintas tasas de interés, de acuerdo a las posibilidades de cada uno, y al tiempo al cual han pedido sus préstamos se originan los intereses, a más tiempo más interés.
- **Infraestructura.** Una buena infraestructura brinda una mejor acogida, lo cual genera una mejor actividad económica, pero a su vez una infraestructura tiene que irse adaptando al constante cambio, e ir innovando tecnológicamente, y a la vez cuidando el medio ambiente que lo rodea.
- **Administración.** Uno de los procesos más importantes para la competitividad empresarial es la capacidad para gerenciar, obtener objetivos a largo plazo, asimismo tener la habilidad de adaptarse a los

cambios constantes que se presentan hoy en día, para de este modo ser competitivo hacia los demás.

- **Ciencia y tecnología.** La tecnología es uno de los factores fundamentales en la actualidad para poder llegar a ser competitivo, a su vez también una inversión en estudios y actividades innovadoras es de suma importancia para que no solo una empresa, sino un país en general se pueda desarrollar económicamente.
- **Calidad de la gente.** La mano de obra, son de suma importancia para poder lograr una competitividad de un país, desde el empleado de menor rango hasta el más elevado en la organización, cooperan para lograr el éxito de esta, todo esto conlleva a que poco a poco se vayan formando personal con mayor capacidad productiva en las distintos procesos, para la mejora no solo de una empresa sino del país en general, el personal de ahora debe de estar capacitado y motivado para generar mejores ingresos. (p.p. 36-37).

Asimismo se muestran factores que son de suma importancia para poder lograr la competitividad de la empresa, entre las cuales encontramos la economía interna de un país lo que nos indica que si existe una buena economía, hay posibilidades de ser empresas competitivas, por otro lado encontramos al gobierno, uno de los factores macro de la competitividad, las finanzas, encontramos a los bancos y las cajas las cuales últimamente nos brindar buenas tasas de intereses de acuerdo al rubro, también están las infraestructuras abarca las tecnologías y los recursos, asimismo se debe tener una buena administración ser un persona competitiva que muestre una capacidad gerencial y por ultimo tener el personal idóneo para estos tipos de procesos

### **Las cinco fuerzas de Porter**

Porter (1979) citado por Leucona (2017) escribió:

**Competencia directa.** Son las empresas que ofrecen un mismo tipo de producto o servicio, dirigidas así a un mismo mercado.

**Productos sustitutos.** Representa a la competencia indirecta, son empresas que ofrecen un producto o servicio de carácter similar, que de una forma u otra satisface la necesidad del cliente ya sea parcial o totalmente.

**Competidores potenciales.** En esta fuerza nos referimos a las nuevas empresas o grandes cadenas que pueden ingresar al sector para convertirse en nuestros competidores directos, también podemos ver que barreras pueden limitar el ingreso de nuevos competidores.

**Poder de negociación de los compradores.** Nos referimos a nuestros clientes, que es lo que podemos hacer para fidelizarlos con nuestra empresa, los clientes son nuestra razón de ser, por eso se debe de brindar las mejores ofertas, brindándoles un producto o servicio de calidad, para que de este modo se sienta cómodo con nosotros.

**Poder de negociación de los proveedores.** Son la parte fundamental del sector, ya que al ser ellos lo que alteran los costos de un producto, también influyen en la calidad que se ofrece ya sea como producto o servicio y es más complicado cuando son pocos o en algunas cosas solo exista un solo proveedor.

Como hemos visto las cinco fuerzas pueden actuar de manera positiva o negativa, lo cual puede crear oportunidades y amenazas para los participantes. Si las fuerzas actúan favorablemente el rubro es más interesante, lo que generara una mayor rentabilidad y competitividad, pero

si actúan de manera negativa pueden afectar gravemente a las empresas del mercado. (Leucona. 2017).

Del mismo modo estas cinco fuerzas trasladándolas al rubro de hospedaje podemos decir que:

Competencia directa. Los hospedajes del distrito de Quilmaná

Productos sustitutos. Aquí se encontrarían los hostales.

Competidores potenciales. Las cadenas hoteleras ya que poco a poco el distrito de Quilmaná se está convirtiendo en un lugar turístico de agrado para el público.

Poder de negociación de los compradores. En este aspecto podemos decir que sería el buen servicio hacia el cliente, así como también las cómodas habitaciones a bajo precio.

Poder de negociación de los proveedores. En este aspecto podemos encontrar los comerciantes de productos de limpieza diaria, así como también los productos como sábanas y toallas.

### **Los doce pilares de la competitividad.**

Entre los datos obtenidos se observó que:

El potencial que tiene el Perú para seguir avanzando en su competitividad pasa por atender y trabajar las demás variables. Para ello deberá de fortalecer sus instituciones, seguir desarrollando la insuficiente infraestructura en transportes (que facilite la inclusión del pequeño agricultor), mejorar el sistema educativo en todos sus niveles, que a su vez permitirá incorporar una lógica de innovación e investigación constante tanto en el sector privado como en el público. Estos son los nuevos retos que deberán plantearse este y los próximos gobiernos si queremos seguir escalando en este particular

ranking y así lograr construir nuestra prosperidad futura sobre la sabe de estos doce sólidos pilares. (Palao, 2011).

El informe Global de Competitividad 2017-2018 reveló que el Perú mejoró en cuatro de doce pilares fundamentales en el último año, como son infraestructura, salud y educación básica, preparación tecnológica e innovación.

En infraestructura, el Perú pasó del puesto 89 al 86; en salud y educación básica, del 98 al 93; en preparación tecnológica, del 88 al 86, y en innovación, del 119 al 113. Asimismo, mantuvo estable el pilar tamaño de mercado (48).

El informe lo elabora el Foro Económico Mundial (World Economic Forum-WEF), que evalúa los factores que impulsan la productividad y crecimiento en 137 países.

Al respecto, el director del Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Pacífico, Javier Salinas, destacó que la mayor inversión del Estado permitió que el Perú mejore en 4 de 12 pilares del Informe Global de Competitividad.

“Este avance significa que el Perú aprovecha mejor su cultura emprendedora y que se continúa haciendo esfuerzos en invertir cada vez más en infraestructura, innovación, desarrollo e investigación”. (2017).

Se concluye que los doce pilares de la competitividad nos da a conocer como se encuentra el país o nación ya que con estos son como un instrumento de medición en las cuales los indicadores muestran la situación en las que nos encontramos y en qué puntos hemos descendido o ascendido, lo que en nuestro país estamos mejorando considerablemente en algunos puntos, ya que de este

modo mejoran todas las empresas lo que generaría una buena competitividad entre ellas, y así seguir mejorando constantemente.

### **Instrumento de medición de la competitividad**

Entre los resultados obtenidos en el estudio se observó que:

#### **Micro vs. Meso/Macro**

- A nivel de empresas, el concepto está vinculado directamente con la habilidad de las firmas para operar rentablemente en un mercado determinado.
- A nivel meso o marco, la competitividad está relacionada con las ventajas comparativas derivadas de los recursos de un país o región, ya sea tierra, fuerza laboral y capital, o con las ventajas creadas derivadas principalmente de la inversión en formación de capital humano y en esfuerzos de innovación.
- Dificultad de contar con un solo indicador de competitividad. (Padilla; 2006).

#### **Medición a nivel de empresas**

- A nivel de empresa está asociada con rentabilidad, productividad, costos, valor agregado, participación de mercado, exportaciones, innovación tecnológica, calidad de los productos, entre otros (McFetridge, 1995).
- En la literatura económica, se usa a menudo la productividad como el mejor indicador para estimar competitividad.
- La productividad se define como la tasa de un volumen de medida del producto con relación a un volumen de medida de uso de factores productivos. (Padilla; 2006).

## **Distintos indicadores de productividad en la empresa**

- Se puede hacer referencia a:
  - Productividad de la mano de obra
  - Productividad del capital
  - Productividad total de factores
- La productividad refleja la incorporación de tecnología (proceso y producto), la mejora de la calidad, la introducción de bienes de capital, la eficiencia productiva, etc.
- Los cambios en productividad son un mejor indicador de competitividad. (Padilla; 2006).

Del mismo modo se puede agregar que en los instrumentos de la competitividad en el nivel macro se puede encontrar lo que es el recurso de nuestro país como es el caso para este tipo de rubro, sector hospedaje es un país con muchas zonas turísticas, lo que provoca la obtención de este servicio, también a lo que nos referimos en la medición podemos encontrar que en la actualidad se están innovando con las tecnologías y también con una excelente calidad de servicio, también encontramos los indicadores que en este caso serían el buen servicio por parte de nuestro trabajadores y el grado de satisfacción del cliente, ya sea por el trato del personal o por la comodidad del cuarto.

### **El rol del liderazgo**

Entre los resultados del estudio se concluyó que:

Demasiadas empresas y altos ejecutivos malinterpretan la naturaleza de la competencia y la tarea que se avecina centrándose en mejorar el desempeño

financiero, solicitando ayuda del gobierno, buscando estabilidad, y reduciendo el riesgo mediante alianzas y fusiones.

Las realidades competitivas de hoy exigen liderazgo. Los líderes creen en el cambio; energizan sus organizaciones para que innoven continuamente; reconocen la importancia de su país de origen como parte integral de su éxito competitivo y trabajan para aumentarlo. (Porter; 2007).

Más importante aún, los líderes reconocen la necesidad de que exista la presión y el desafío. Debido a que están dispuesta a fomentar políticas y regulaciones gubernamentales adecuadas e incluso dolorosas, a menudo se ganan el título de “estadistas”, aunque son pocos los que se perciben a sí mismos de esa manera.

Están dispuestos a sacrificar la vida fácil por la dificultad y, en última instancia, por la ventaja competitiva sostenida. Ésa debe ser la meta, tanto para las naciones como para las empresas: no se trata de apenas sobrevivir sino de lograr la competitividad internacional.

Y no sólo una vez, sino permanentemente. (Porter; 2007).

De este modo podemos apreciar que las empresas decidieron optar por otros aspectos de la competitividad y no centrarse en lo más importante para este siglo XXI que es el liderazgo, en esta época es necesario de los empresarios líderes, ya que de esta forma los líderes se adaptan a los cambios y están innovando constantemente para así de este modo obtener el éxito competitivo, que tanto se requiere en la actualidad.

### **El caleidoscopio de la competitividad**

Muller (1995), concluyó:

La competitividad se ha convertido en una de las principales “normas” del inestable juego internacional. La apertura comercial, los ajustes estructurales, la reconversión productiva. La coexistencia inteligente con los recursos naturales, la lucha contra la pobreza, se enfocan de una manera u otra a través del prisma de la competitividad. Lo que la ha transformado en una especie de principio obligado de evaluación internacional, que influye en la formulación y aplicación de estrategias empresariales y políticas nacionales. La literatura sobre la competitividad entrega un abanico de definiciones, que van desde las centradas en los aspectos económicos hasta las que intentan articular los aspectos tecno económicos, sociopolíticos y culturales del proceso competitivo. Las diferencias surgen de la manera de examinar las relaciones entre desarrollo y competitividad. El autor postula que se puede contar con un mapa de la competitividad, una red de conceptos claves articulados cuyo objetivo es el mismo cualquiera sea la definición de la competitividad: conquistar, mantener y ampliar la participación en los mercados. Ese mapa muestra un conjunto ordenado y flexible de conceptos –un territorio y sus caminos- que se puede adaptar a los intereses y objetivos de quien lo utilice, y que, igual que un caleidoscopio, sirve para innumerables propósitos y frente a problemas particulares permite elaborar el concepto adecuado. (p. 137).

Podemos observar que la competitividad tiene un sinnúmero de definiciones basadas en distintos aspectos, los cuales son tomados de acuerdo a los recursos que tenemos y a las circunstancias en las que nos encontramos y al punto de vista que se quiere tomar para hacer competitiva la empresa

## **2.3. Marco Conceptual**

### **Definición de las micro y pequeñas empresas**

La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (SUNAT, 2018).

Las micro y pequeñas empresas son mayormente creadas por personas emprendedoras que quieren tener un mejor futuro, que obteniendo un capital ya sea de préstamos o propios van logrando sus objetivos de convertirse en grandes empresarios para el bienestar de su familia.

### **Establecimiento de hospedaje**

Es el lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, que cuente con el certificado de clasificación y/o categorización al que alude el artículo 9° del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje aprobado por el Decreto Supremo n° 029-2004- MINCETUR (SUNAT, 2018).

### **Requisitos para apertura de un hospedaje sin clase ni categoría**

Entre los resultados del estudio se concluyó que:

Los establecimientos de hospedaje que inicien sus actividades y quieran optar voluntariamente por no ostentar las clases de hotel, Apart-hotel y hostel en sus diferentes categorías o Albergue, deberán de presentar dentro de un plazo de treinta días de iniciadas sus operaciones, Hacia el órgano conveniente, una solicitud de acuerdo a la información señalada según el

artículo 113 de la ley N<sup>a</sup> 27444, ley de procedimiento administrativo general, y también debe de presentar una declaración jurada en la que evidencie su condición de establecimiento de hospedaje e informando que está cumpliendo con todos los requisitos que son necesarios para el establecimiento de hospedaje

A nivel de la infraestructura deberá de contar como mínimo son 6 habitaciones están deben de ser de 6 m<sup>2</sup> a más, debe de contar con ingresos distintos una personal de servicio y otra para huéspedes, tener una pequeña área de recepción, los servicios higiénicos deben de ser de 2 m<sup>2</sup>, además deben de estar recubiertos de un material impermeable hasta la altura de un 1.80., los cuales deben de ser verificadas con los municipios y defensa civil.

A nivel de equipamiento debe de contar con un teléfono de uso público, incluir un pequeño botiquín para brindar los primeros auxilios si es necesario, tener el sistema que permita tener agua fría y caliente las 24 horas del día.

A nivel de servicio se debe de realizar la limpieza diaria de las habitaciones y de los demás ambientes del establecimiento, el cambio de sábanas y toallas debe ser regular o de acuerdo a como el huésped se lo indique. (Northcote, 2015, p. 3).

### **Requisitos para obtener clase y categoría**

Northcote (2015), concluyó:

El dueño y/o representante legal del establecimiento del hospedaje que quiera lucir las clases de hotel, apart-hotel y hostel en sus diferentes categorías, según corresponda, deberá solicitar al órgano competente el certificado cumpliendo con todos los requisitos establecidos, una vez

solicitado deberá presentar un certificado en la cual determine la información señala en el artículo 113 y además adjuntará el formato de clasificación y/o categorización, aprobado por el viceministro de turismo, en que detallará el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos para lucir la clase y/o categorización que pretende alcanzar, y realizar el pago correspondiente al derecho de trámite y si es necesario el dueño o representante podrá solicitar el certificado de clasificación y adjuntar un informe técnico realizado por un calificador de establecimientos de hospedajes. (p. 3).

### **Vigencia del Certificado**

Northcote (2015), concluyó:

El certificado de clasificación y/o categorización tendrá una vigencia indeterminada, pero el dueño y/o representante legal del establecimiento del hospedaje deberá de presentar anualmente, ante el órgano encargado una declaración jurada de que todavía sigue cumpliendo los requisitos mínimos determinados para ostentar la clase y categoría que le corresponde, deberá de presentar un formato de acuerdo al modelo aprobado por el viceministro de turismo, para así dejar constancia que continua cumpliendo los requisitos por los cuales se le dio su clasificación y categorización. (p. 4).

### **Hotel**

Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de Una a Cinco Estrellas, deben cumplir con los

requisitos que se señalan en el Anexo N° 1 que forma parte integrante del presente Reglamento.

## **Diferencia entre hotel y hostel**

### **Hotel**

Un hotel es un establecimiento pensado para alojar con comodidad a viajeros de todo el mundo.

Existen varias categorías para clasificar el tipo de hotel según el grado de confort y servicios que ofrece a sus huéspedes: de lujo o básico. Quizás, el sistema más conocido es el de las estrellas. También existe el método de clasificación por diamantes y por letras. Los criterios para valorar la categoría de un hotel varían en función del país. Por lo que, uno de tres estrellas en España puede que no sea igual que uno con la misma valoración en Francia. Aun así, siempre se utilizan criterios objetivos tales como la amplitud de las habitaciones, el cuarto de baño, si cuentan con televisor, teléfono, despertador, conexión wifi, gimnasio, piscina, etc.

### **Hostal**

El hostel, igual que el hotel, también está pensado para dar alojamiento a viajeros y viajeras que llegan de todas partes del mundo, pero a un precio más asequible debido a que es de inferior categoría.

En gran medida, los servicios ofrecidos por los hostales son los mismos que los de los hoteles: limpieza, toallas y sábanas, internet. A veces las diferencias son escasas y, en algunos casos, los servicios superan a los de los hoteles. En estas situaciones, debido a las dimensiones de las habitaciones, no se les puede considerar como tales.

### **Definición de la competitividad**

La competitividad es la capacidad que tiene una persona, una empresa o país para desarrollar ventajas competitivas, para de este modo obtener una posición elevada en el entorno. La competitividad también depende de las habilidades, atributos y tecnología, que hace que el que las posee se encuentre en un nivel superior a los demás.

En el ámbito empresarial, la competitividad se basa en la rentabilidad y productividad que obtiene es superior al de sus competidores.

### **Importancia de la competitividad**

La importancia de la competitividad radica en saber cómo administrar los recursos de la empresa, incrementar su productividad y estar prevenido a los requerimientos del mercado. Para Benzaquen la ventaja competitiva se fundamenta en la “productividad” y en los factores que la determinan dentro de la empresa; debido a ello es necesario saber que la productividad es la relación entre la producción obtenida mediante un sistema de producción de bienes y/o servicios y los recursos utilizados para obtenerla, es decir su uso eficiente o la relación entre los resultados obtenidos con respecto a los recursos usado y el tiempo que toma conseguirlos.

### **III. Metodología**

#### **3.1. Método y diseño de la investigación**

El tipo de la investigación fue Cuantitativo y Cualitativo porque tuvo un esquema en el cual se utilizaron instrumentos de evaluación y a la vez permitió conocer las características de la formalización de los hospedajes.

Se aplicó un diseño de investigación No Experimental – Transversal – Descriptiva.

No experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro del contexto.

Transversal porque consistió en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos.

#### **3.2. Población y Muestra**

Se utilizó una población constituida por 7 micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes del distrito de Quilmaná, año 2018.

La muestra será dirigida al 100% de la totalidad de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes del distrito de Quilmaná.

### 3.3. Operacionalización de Variables

#### a. Acerca de los representantes legales de la empresa

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los representantes de las Mypes	El microempresario es el responsable de conducir el negocio, para ello necesita no sólo conocer los componentes de una organización, sino poner en práctica algunas herramientas gerenciales, información que le permitirá poner a funcionar de forma eficiente la microempresa.	Edad	Ordinal: Numérico a) 18- 30 años b) 31- 50 años c) 51- más
		Genero	Nominal: a) Masculino b) Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: a) Sin educación b) Educación básica c) Superior técnica d) Superior universitario
		Estado civil	Nominal: a) Soltero b) Casado c) Viudo d) Divorciado e) Conviviente
		Cargo en la empresa	Nominal: a) Representante b) Propietario
		Origen	Nominal: a) Cañete b) Otros

## b. Acerca de las micros y pequeñas empresas

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Micro y Pequeñas empresas	Unidad económica, constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción comercialización de bienes o prestación de servicios.	Años en el mercado	Ordinal: Numérico a) 0-3 años b) 4-6 años c) 6 a más
		Número de trabajadores	Ordinal: Numérico a) 1-3 trabajadores b) 4-5 trabajadores c) 6 a más trabajadores
		Situación legal	Nominal a) Informal b) Formal

### c. Acerca de la competitividad de las micro y pequeñas empresas

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
competitividad	Es la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve	Motivo de creación	Nominal: a) Buen mercado b) Generar ingresos c) Generar empleo
		Capital	Nominal: a) Propio b) Bancos c) Cajas
		Posicionamiento del hospedaje	Nominal: a) Alto b) Medio c) Bajo
		Diferenciación	Nominal: a) Infraestructura b) Precio c) Servicio
		Mejoras en el Hospedaje	Nominal: a) Servicio a cuarto (comida) b) Servicios agregados (agua caliente, cable, etc) c) Mejores Habitaciones
		Convenio	Nominal: a) Si b) No
		Renovación	Ordinal: Numérico a) 1 año b) 2 años c) 3 años

		Habitaciones confortables	Nominal: a) Si b) No
		Porcentaje destinado a Mejoras	Ordinal: Numérico a) 20% b) 40% c) Más del 50%
		Generar más ingresos	Nominal: a) Restaurant b) Bar c) Gimnasio
		Infraestructura Propia	Nominal: a) Si b) No
		Capacita a su personal	Nominal: a) Si b) No
		Motivación	Nominal: a) Incentivo Moral b) Incentivo Económico
		Satisfacción por el negocio	Nominal: a) Si b) No

### **3.4. Técnicas e Instrumentos**

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento será un cuestionario estructurado de 23 preguntas.

6 preguntas con respecto a los representantes legales de la empresa.

3 preguntas con respecto a las micro y pequeñas empresas.

14 preguntas con respecto a la competitividad de las micro y pequeñas empresas.

### **3.5. Plan de Análisis**

Para el plan de análisis de los datos recolectados en la investigación se considerará el análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Microsoft Excel. Luego de realizar la encuesta respectiva a los representantes de las MYPES del sector servicio-rubro hospedajes de Quilmaná con la información que se recolectará se realizará las tablas de distribución de frecuencias absolutas y frecuencias relativas porcentuales, así mismo se elaboraran figuras estadísticas de cada pregunta del cuestionario.

### 3.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología y Diseño de la Investigación	Instrumento y Procedimiento
<p><b>General:</b> ¿Cuáles son las principales características de la competitividad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hospedaje, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017?.</p>	<p><b>General:</b> Determinar las principales características de la competitividad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hospedaje, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.</p> <p><b>Específico:</b> Determinar el perfil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hospedaje, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.</p> <p>Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedaje, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.</p> <p>Determinar las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hospedaje, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.</p>	<p><b>Competitividad:</b> Es la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve.</p>	<p><b>Población:</b> La población consta de 7 micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hospedaje del distrito de Quilmaná.</p> <p><b>Muestra:</b> Consta de la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedaje del distrito de Quilmaná.</p>	<p><b>Método:</b> Tipo: cuantitativo y cualitativo. Nivel: descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> <b>No Experimental:</b> Porque se realizará sin manipular la variable competitividad, es decir se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p><b>Transversal:</b> Porque la investigación está centrada en analizar el nivel de la variable en el año 2017.</p> <p><b>Descriptivo:</b> Porque solo se describirán las partes más importantes de la variable en estudio.</p>	<p><b>Técnica:</b> Entrevista y encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario estructurado</p>

### 3.7. Principios Éticos

- **Protección a las personas:** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es donde se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.
- **Derecho a retirarse:** Las personas aun cuando aceptaron y formaban parte del estudio, siempre tendrán el derecho a retirarse sin prejuicio o afectación en la participación de que sea objeto o cualquiera que el beneficio como ahora que es el caso del estudiante.
- **Confiabledad:** La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta veracidad, presentado en las bibliografías y consultas de autores que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para un buen funcionamiento de los resultados.
- **Honestidad:** La información presentada en este trabajo poseerá datos reales que serán proporcionados por los representantes de las micro y pequeñas empresas.

## IV.- Resultados

### 4.1. Resultados

**Tabla N° 1 Característica del dueño y/o representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedajes, del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.**

<b>De los Representantes</b>	
<b>Edad (años)</b>	<b>%</b>
18 – 30 años	0 0
31 – 50 años	2 29
51 – más	5 71
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Genero</b>	<b>%</b>
Masculino	4 57
Femenino	3 43
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Grado de Instrucción</b>	<b>%</b>
Sin educación	0 0
Educación Básica	3 43
Superior no universitario	4 57
Superior universitario	0 0
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Estado Civil</b>	<b>%</b>
Soltero	0 0
Casado	6 86

Viudo	0	0
Divorciado	1	14
Conviviente	0	0
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

<b>Cargo en la empresa</b>	<b>%</b>	
Representante	1	14
Propietario	6	86
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

<b>Lugar de nacimiento</b>	<b>%</b>	
Si	4	57
No	3	43
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

---

**Fuente:** Cuestionario aplicado al dueño y/o representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.

**Tabla N°2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedajes del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.**

<b>De Las Mypes</b>	
<b>Años en el mercado</b>	<b>%</b>
0 – 3 años	4 57
4 – 6 años	0 0
6 a más	3 43
<b>Total</b>	<b>7 100</b>
<b>N° de trabajadores</b>	
	<b>%</b>
01 – 05 trabajadores	7 100
06 – 10 trabajadores	0 0
11 a más trabajadores	0 0
<b>Total</b>	<b>7 100</b>
<b>Situación Legal</b>	
	<b>%</b>
Formal	7 100
Informal	0 0
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al dueño y/o representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.

**Tabla N°3 Características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedajes del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.**

<b>De la Competitividad</b>	
<b>Motivo de creación</b>	<b>%</b>
vio un buen mercado	4 57
generar ingresos	2 29
generar empleo	1 14
<b>Total</b>	<b>7 100</b>
<b>Capital</b>	
	<b>%</b>
Propio	6 86
bancos	1 14
cajas	0 0
<b>Total</b>	<b>7 100</b>
<b>Posicionamiento</b>	
	<b>%</b>
Alto	0 0
Medio	6 86
Bajo	1 14
<b>Total</b>	<b>7 100</b>
<b>Diferenciación de la competencia</b>	
	<b>%</b>
Infraestructura	1 14
Precio	1 14
Servicio	5 71
<b>Total</b>	<b>7 100</b>
<b>Mejoras en el hospedaje</b>	
	<b>%</b>

Servicio a cuarto (comidas)	2 29
Servicio agregado (agua caliente, cable, Smart tv)	3 42
Mejores Habitaciones	2 29
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Convenio con agencia de viaje</b>	<b>%</b>
Si	0 0
No	7 100
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Renovación de activo</b>	<b>%</b>
1 año	0 0
2 años	5 71
3 años	2 29
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Habitaciones confortables</b>	<b>%</b>
Si	7 100
No	0 0
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Porcentaje destinado a mejoras</b>	<b>%</b>
20%	3 43
40%	3 43
más del 50%	1 14
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Generar más ingresos</b>	<b>%</b>
restaurant	7 100
bar	0 0

gimnasio	0 0
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>infraestructura propia</b>	<b>%</b>
-------------------------------	----------

Si	7 100
No	0 0
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Capacitación del personal</b>	<b>%</b>
----------------------------------	----------

Si	6 86
No	1 14
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Motivación del personal</b>	<b>%</b>
--------------------------------	----------

incentivo moral (reconocimiento)	1 14
incentivo monetario	6 86
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

<b>Satisfacción por el negocio</b>	<b>%</b>
------------------------------------	----------

Si	7 100
No	0 0
<b>Total</b>	<b>7 100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al dueño y/o representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.

## 4.2. Análisis de resultados

**Interpretación de la tabla N° 1:** Características del dueño y/o representante legal de las micro y pequeñas empresas

- El 71% de los representantes legales encuestados tienen de 51 a más años de edad, lo cual se asemeja con los datos hallados por Mosquera (2017) quien en su investigación encontró que un 86.7% de los encuestados tienen de 51 a más años, del mismo modo se encuentra Abad (2017) con un 60% de los encuestados se encuentran entre los 51 a 70 años.
- El 57% de los representantes legales encuestados son de sexo masculino, lo cual corrobora con datos adquiridos por Mosquera (2017) quien halló un 93.3% de los encuestados son varones, también con los datos obtenidos por López (2015) quien nos dice que en su mayoría son del sexo masculino y a la vez discrepa con los datos obtenidos por Loreño (2014) quien afirma que en su mayoría las personas encuestadas son del sexo femenino.
- El 57% de los representantes legales encuestados tiene el grado de estudio de superior no universitaria, lo cual coincide con los datos hallados por López (2015) que nos indica que en su mayoría relativa tienen un grado de instrucción superior no universitaria, del mismo modo es el caso de Loreño (2014) que afirma con sus datos obtenidos que en su mayoría cuenta con un grado de instrucción superior técnica, por otro lado difiere con Abad (2017) que encontró un 53% de sus encuestados cuentan con el grado de instrucción superior completa.
- El 86% de los representantes legales encuestados se encuentran casados, lo cual coincide con los datos obtenidos por Tang (2016) quien afirma que la mayoría de sus encuestados son casados, asimismo no está de acuerdo con los datos obtenidos por Loreño (2014) quien indica que sus encuestados son convivientes.

- El 86% de los representantes legales encuestados ocupan el cargo de propietarios de las mypes en mención, lo cual es corroborado por Mosquera (2017) quien afirma que un 86.7% son propietarios del negocio.
- El 57% de los representantes legales encuestados indican que nacieron en la provincia de Cañete,

**Interpretación de la tabla N°2:** Características de las micro y pequeñas empresas

- El 57% de las mypes encuestadas tienen de 0 a 3 años de funcionamiento en el mercado, del mismo modo se corrobora con los datos hallado por Peña (2014) que indica que el 100% de sus encuestados se dedican a este rubro por más de tres años, por otro lado, difiere con Abad (2017) en la cual en sus datos recolectados indican que un 43% cuentan con más de 10 años, del mismo modo López (2015) que indican que tienen más de 6 años de existencia.
- El 100% de las mypes encuestadas cuentan con la colaboración de 1 a 5 trabajadores, lo cual se asemeja con Tang (2016) quien indica que las mypes cuenta con 1 a 5 trabajadores, de igual manera coincide con Abad (2017) que el 72% de sus encuestados cuentan con un máximo de 5 trabajadores, sin embargo, discrepa con los López (2015) quien indica que sus encuestados poseen de 21 a más empleados.
- El 100% de las mypes encuestadas nos indican que son formales, lo cual corrobora con lo encontrado por Loreño (2014) ya que indica que la mayoría de las mypes están formalizadas.

**Interpretación de la tabla N°3:** Características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas

- El 100% de las mypes encuestadas nos indican por el cual se generó su creación fue porque lo vieron un buen mercado, lo cual lo discrepa Peña (2014) con sus datos recolectado en la cual indica que un 50% se formó por subsistencia y 50% también por ganancia.
- El 86% de las mypes encuestadas nos informan que empezaron sus negocios con capital propio, sin embargo, Peña (2014) difiere con su estudio y afirma que un 60% obtuvieron su crédito en entidades bancarias, del mismo modo Loreño (2014) afirma con su investigación que los empresarios en su mayoría recurren al financiamiento, igualmente Bonifacio (2017) nos dice que el 87% de las mypes encuestadas tienen financiamiento de terceros.
- El 86% de las mypes encuestadas nos dicen que se encuentran en un posicionamiento medio, lo cual difiere Bernuy (2013) quien afirma en su estudio que la eficiencia es de nivel muy bajos en las empresas.
- El 71% de las mypes encuestadas nos comunican que el servicio es el que los diferencia de los demás, lo cual es corroborado por Abad (2017) quien señala un 88% de los encuestados brindan un muy buen servicio, por otro difiere con Bernuy (2013) quien indica que la mitad de los empresarios afirman que la diferenciación de los servicios prestados es de bajo resultado.
- El 42% de las mypes encuestadas nos dicen que para mejorar su hospedaje agregarías lo que es el servicio agregado en el que consiste agua caliente, Smart tv, esto datos difieren con Bernuy (2013) quien manifiesta, la mitad de sus empresarios que la innovación de los servicios es de nivel bajo.

- El 100% de las mypes encuestadas nos indican que no cuentan con ningún convenio con las agencias de viajes que llegan al distrito de Quilmaná.
- El 71% de las mypes encuestadas nos revelan que renuevan sus activos cada 2 años
- El 100% de las mypes encuestas nos confirman que cuentan con habitaciones confortables para todo tipo de cliente.
- Un 43% de las mypes encuestadas nos informan que destina un 20% de las ganancias en las mejoras del local, asimismo otro 43% destina el 40% en mejoras.
- El 100% de las mypes encuestadas nos dicen que implementarían un pequeño restaurante para generar más ingresos.
- El 100% de las mypes encuestadas nos indican que cuentan con infraestructura propia.
- El 87% de las mypes encuestadas nos informan que capacitan a su personal, lo cual corrobora Abad (2017) quien afirma en su estudio un 80% de sus encuestados si reciben capacitación, asimismo Peña (2014) quien señala que el 100% considera que la capacitación del personal es una inversión para la empresa.
- El 86% de las mypes encuestadas nos indican que motivan a su personal por medio del incentivo monetario, lo cual afirma López (2015) quien afirma en su estudio que es importante la motivación a sus empleados para que la empresa sea más exitosa.
- El 100% de las mypes encuestadas nos informan que hasta el momento se sienten satisfechos con todo lo que han logrado con su negocio.

## V.- Conclusiones

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- El dueño y/o representante legal de las micro y pequeñas empresas del distrito de Quilmaná, en su mayoría, son personas de mucha experiencia, (de 51 años a más), son del sexo masculino, de estado civil casados, y han terminado sus estudios superiores no universitarios, son dueños de su propia empresa y son personas nacidas en la provincia de Cañete.
- Las Mypes encuestadas en su mayoría constan de 0 a 3 años en este rubro, asimismo cuentan de 1 a 5 trabajadores, y en su totalidad son empresas formales
- Las Mypes encuestadas en su mayoría han creado su negocio con su capital propio (vendiendo terrenos, negocios anteriores, etc.) los cuales invirtieron en este negocio porque lo vieron un buen mercado por explorar, des mismo modo dicen que se encuentran en un posicionamiento medio, lo que le diferencia de los demás , el cual creen que los clientes prefieren sus hospedajes es: por el un trato o servicio que brindan hacia ellos y del mismo modo agregarían los servicios agregados que constan por ejemplo de agua caliente, Wifi, Smart tv., también renuevan sus activos cada cierto periodo, dos años para ser exactos, y como para no quedarse desactualizados destinan un porcentaje de las ganancias para las mejoras de 20% y 40%, asimismo los empleadores capacitan a su personal ya que de esta forma mejorar el servicio y el trato con el cliente y del mismo modo para que su personal se sienta motivado de vez en cuando se les da un incentivo monetario. Del mismo modo de las mypes en cuestión en su totalidad sienten que sus habitaciones son confortables para el gusto del cliente, asimismo como para generar un ingreso

extra las mypes coincidieron en tener un restaurant ya que nos dicen que complementaria el servicio que están brindando, nos indica que cuentan con infraestructura propia y que hasta el momento se sienten satisfechos lo que han logrado con su negocio.

## Referencias Bibliográficas

- **Abad, F. (2017).** *Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las mypes del giro hostales y hospedajes en el distrito de Chiclayo en el año 2016.* (Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chiclayo- Perú.
- **Ahora Cusco (2008)** *Establecimientos de hospedaje.* Extraído el 15 de agosto del 2018 desde <http://www.ahoracusco.com/requisitos.html>
- **Bernilla, M. (2018).** *Micro y pequeña empresa MYPE oportunidad de crecimiento* (p.p. 13,14). Perú.
- **Bernuy, S. (2013).** *Caracterización de la competitividad empresarial y rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz, año 2013.* (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz- Perú.
- **Bonifacio, A. (2017).** *Características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles- Huaraz, año 2016.* (Tesis para optar título profesional de contador público). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz- Perú.
- **Cabrera, A.; López, P.; Ramírez, C. (2011).** El sentido de la competitividad. En: La competitividad empresarial: Un marco conceptual para su estudio. (nº4) [en línea]. Consultado (15 de agosto del 2018) Disponible en:

[https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015\\_competitividad\\_empresarial\\_001.pdf](https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015_competitividad_empresarial_001.pdf)

- **El Peruano. (2017, octubre 30).** *El Perú mejoro en cuatro pilares de competitividad.* El Peruano. [en línea], Español. Disponible: <https://elperuano.pe/noticia-el-peru-mejoro-cuatro-pilares-competitividad-59780.aspx> [2018 agosto 15]
- **García, O. (2015).** *Competitividad, concepto e importancia.* [2018 agosto 15] Disponible en: <http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- **Lecuona, M. (2017).** *Porter: 5 fuerzas competitivas* [2018 agosto 14] Disponible en: <http://www.buenosnegocios.com/notas/2950-porter-5-fuerzas-competitivas>
- **López, D. (2015).** *Caracterización de la competitividad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013.* (Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote- Perú.
- **López, J. (2012).** *Historia de los hoteles. Equipo de colaboradores y profesionales de la revista ARQHYS.com* [2018 agosto 14] Disponible en: <https://www.arqhys.com/contenidos/hoteles-historia.html>
- **López, R. (2015).** *La importancia de la competitividad* [2018 agosto 14] Disponible en: <http://sustava.mx/la-importancia-de-la-competitividad/>
- **Loreño, P. (2014).** *Caracterización del financiamiento y formalización en las mypes del sector servicio- rubro hoteles del distrito de Nuevo*

*Chimbote, año 2012-2013.* (Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Nuevo Chimbote- Perú.

- **Martinez, Lopez y Garcia (2009).** *Innovación y competitividad en la sociedad del conocimiento.* Perú. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- **Mosquera, H. (2017).** *Caracterización de la competitividad y formalización de las mypes del sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Uchiza, 2017.* (Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Tingo Maria- Perú.
- **Muller, G. (1995).** *El caleidoscopio de la competitividad* [versión electronica] Revista de la Cepal, N° 56 (137).
- **Padilla, R. (2006).** *Instrumentos de medición de la competitividad* [2018 agosto 15] Disponible en: <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2009/01/2.1Indicadoresdecompetitividad1.pdf>
- **Palao, J. (2011, octubre 17)** *Los doce pilares de la competitividad.* La Republica. [en línea], Español. Disponible: <https://larepublica.pe/archivo/583231-los-12-pilares-de-la-competitividad> [2018 agosto 14]
- **Palao, J. (2015, mayo 16)** *Competitividad y ventajas competitivas.* La Republica. [en línea], Español. Disponible: <https://larepublica.pe/economia/189148-competitividad-y-ventajas-competitivas> [2018, agosto 15].

- **Peña, E. (2014).** *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes del sector servicios- rubro hoteles de la ciudad de Piura año 2013.* (tesis para optar el título profesional de contador público). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura- Perú.
- **Prokopenko (2009).** Globalización, Competitividad y estrategias de productividad. Perú. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- **Resolución ministerial (2015, junio 9).** *Normas legales.* El Peruano. [en línea], español. Disponible: <https://elperuano.pe/normaselperuano/2015/06/09/1248181-2.html>
- **Rubio y Baz (2004).** El poder de la competitividad. Perú. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- **Salas, R. (2008).** *Como mejorar la competitividad empresarial* [2018 agosto 15] Disponible en: <https://winred.com/management/como-mejorar-la-competitividad-empresarial/gmx-niv116-con7614.htm>
- **SUNAT(2018)** *Orientación sunat.* Extraído el 15 de agosto del 2018 desde <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/devoluciones-empresas/regimen-de-establecimientos-de-hospedaje/3588-02-conceptos-relacionados>
- **Tang, J. (2016).** *La capacitación en las micro y pequeñas empresas del servicio- rubro hoteles, del jr. Bolognesi, del distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, departamento de Lima, año 2015.* (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cañete- Perú.

- **Zevallos, Y. (2016).** *Gestión en la capacitación y la rentabilidad en las mypes rubro hoteles en tumbes, año 2016.* (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Tumbes- Perú.

## **Anexos**

### **Anexos 01**

#### Cuestionario



## **UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE**

### **Escuela Profesional de Administración**

**Encuesta: Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas de servicio – rubro hospedajes del Distrito de Quilmaná. El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPES del sector y rubro indicado, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de Investigación denominada:**

LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO HOSPEDAJES, DEL DISTRITO DE QUILMANÁ, PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2017

**La información que usted proporciona será utilizada sólo con fines académico y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente su tiempo**

### **I.- PERFIL DE LOS PROPIETARIOS O REPRESENTANTES LEGALES:**

#### **1.- ¿Cuántos años tienes?**

- a) 18 – 30 años ( )
- b) 31 – 50 años ( )
- c) 51 – más ( )

#### **2.- ¿Cuál es su género?**

- a) Masculino ( )
- b) Femenino ( )

#### **3.- ¿Cuál es su grado de instrucción?**

- a) Sin educación ( )
- b) Educación Básica ( )
- c) Superior no universitario ( )

d) Superior universitario ( )

**4.- ¿Cuál es su estado civil?**

a) Soltero ( )

b) Casado ( )

c) Viudo ( )

d) Divorciado ( )

e) Conviviente ( )

**5.- ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?**

a) Representante ( )

b) Propietario ( )

**6.- ¿Es cañetano?**

a) si ( )

b) no ( )

**II.- PERFIL DE LAS MYPES:**

**7.- ¿Cuántos años lleva laborando en este rubro?**

a) 0 – 3 años ( )

b) 4 – 6 años ( )

c) 6 a más ( )

**8.- ¿Cuántos trabajadores tiene en su empresa?**

d) 01 – 05 trabajadores ( )

e) 06 – 10 trabajadores ( )

f) 11 a más trabajadores ( )

**9.- ¿Cómo es su situación legal?**

a) Formal ( )

b) Informal ( )

**II.- PERFIL DE LA COMPETITIVIDAD:**

**10.- ¿Porque realizo esta idea de negocio?**

a) vio un buen mercado ( )

b) generar ingresos ( )

c) generar empleo ( )

**11.- ¿ De dónde obtuvo el capital para iniciar este negocio?**

a) Propio ( )

b) bancos ( )

c) cajas ( )

**12.- ¿Nivel del posicionamiento del hospedaje en el distrito?**

a) Alto ( )

b) Medio ( )

c) Bajo ( )

**13.- ¿Qué es lo que le diferencia de la competencia?**

a) precio ( )

b) calidad ( )

c) ubicación ( )

**14.- ¿Que mejoraría en su hospedaje?**

a) Servicio a cuarto (comidas) ( )

b) Servicio agregado (agua caliente, cable, Smart tv) ( )

c) Mejores Habitaciones ( )

**15.- ¿Tiene algún convenio con agencia de viajes?**

a) si ( )

b) no ( )

**16.- ¿Cada que cierto tiempo renueva sus activos (camas, tv, etc.)?**

a) 1 año ( )

b) 2 años ( )

c) 3 años ( )

**17.- ¿considera Ud. que sus habitaciones son confortables?**

a) Si ( )

b) No ( )

**18.- ¿Qué porcentaje de las ganancias Ud. designaría para la mejora de su hospedaje?**

a) 20 % ( )

b) 40% ( )

c) más del 50% ( )

**19.- ¿Qué incluiría dentro del hospedaje para tenga más ingresos?**

a) Restaurant ( )

b) Bar ( )

c) Gimnasio ( )

**20.- ¿Cuenta con infraestructura propia?**

a) Si ( )

b) No ( )

**21.- ¿Capacita a su personal?**

a) Si ( )

b) No ( )

**22.- ¿Cómo motiva a su personal?**

a) incentivo moral (reconocimiento) ( )

b) incentivo monetario ( )

**23.- ¿Se siente satisfecho con lo que ha conseguido con su negocio hasta ahora?**

a) si ( )

b) no ( )

**Anexo 02:** Hoja de Resultados de trabajo

Presupuestos	Características	tabulación	Frecuencia	Frecuencia
			Absoluta	Relativa
<b>Edad (años)</b>	18 – 30 años		0	0.0
	31 – 50 años	II	2	28.6
	51 – más	IIII	5	71.4
	Total		7	100.0
<b>Genero</b>	Masculino	IIII	4	57.1
	Femenino	III	3	42.9
	Total		7	100.0
<b>Grado de Instrucción</b>	Sin educación		0	0.0
	Educación Básica	III	3	42.9
	Superior no universitario	IIII	4	57.1
	Superior universitario		0	0.0
	Total		7	100.0
<b>Estado Civil</b>	Soltero		0	0.0
	Casado	IIIIII	6	85.7
	Viudo		0	0.0
	Divorciado	I	1	14.3
	Conviviente		0	0.0
	Total		7	100.0
<b>Cargo en la empresa</b>	Representante	I	1	14.3
	Propietario	IIIIII	6	85.7
	Total		7	100.0
	Si	IIII	4	57.1

<b>Lugar de nacimiento</b>	No	III	3	42.9
	Total		7	100.0
<b>Años en el mercado</b>	0 – 3 años	IIII	4	57.1
	4 – 6 años		0	0.0
	6 a más	III	3	42.9
	Total		7	100.0
<b>N° de trabajadores</b>	01 – 05 trabajadores	IIIII	7	100.0
	06 – 10 trabajadores		0	0.0
	11 a más trabajadores		0	0.0
	Total		7	100.0
<b>Situación Legal</b>	Formal	IIIII	7	100.0
	Informal		0	0.0
	Total		7	100.0
<b>Motivo de creación</b>	vio un buen mercado	IIII	4	57.1
	generar ingresos	II	2	28.6
	generar empleo	I	1	14.3
	Total		7	100.0
<b>Capital</b>	Propio	IIIII	6	85.7
	bancos	I	1	14.3
	cajas		0	0.0
	Total		7	100.0
<b>Posicionamiento</b>	Alto		0	0.0
	Medio	IIIII	6	85.7
	Bajo	I	1	14.3
	Total		7	100.0

<b>Diferenciación de la competencia</b>	Infraestructura	I	1	14.3
	Precio	I	1	14.3
	Servicio	IIIIII	5	71.4
	Total		7	100.0
<b>Mejoras en el hospedaje</b>	Servicio a cuarto (comidas)	II	2	28.6
	Servicio agregado (agua caliente, Wifi, Smart tv)	III	3	42.9
	Mejores Habitaciones	II	2	28.6
	Total		7	100.0
<b>Convenio con agencia de viaje</b>	Si		0	0.0
	No	IIIIIIII	7	100.0
	Total		7	100.0
<b>Renovación de activo</b>	1 año		0	0.0
	2 años	IIIIII	5	71.4
	3 años	II	2	28.6
	Total		7	100.0
<b>Renovación de activo</b>	Si	IIIIIIII	7	100.0
	No		0	0.0
	Total		7	100.0
<b>Porcentaje destinado a mejoras</b>	20%	III	3	42.9
	40%	III	3	42.9
	más del 50%	I	1	14.3
	Total		7	100.0
<b>Generar más ingresos</b>	restaurant	IIIIIIII	7	100.0
	bar		0	0.0

	gimnasio		0	0.0
	Total		7	100.0
<b>infraestructura propia</b>	Si	IIIIIIII	7	100.0
	No		0	0.0
	Total		7	100.0
<b>Capacitación del personal</b>	Si	IIIIII	6	85.7
	No	I	1	14.3
	Total		7	100.0
<b>Motivación del personal</b>	incentivo moral (reconocimiento)	I	1	14.3
	incentivo monetario	IIIIII	6	85.7
	Total		7	100.0
<b>Satisfacción por el negocio</b>	Si	IIIIIIII	7	100.0
	No		0	0.0
	Total		7	100.0

### **Anexo 03. Muestra y Población**

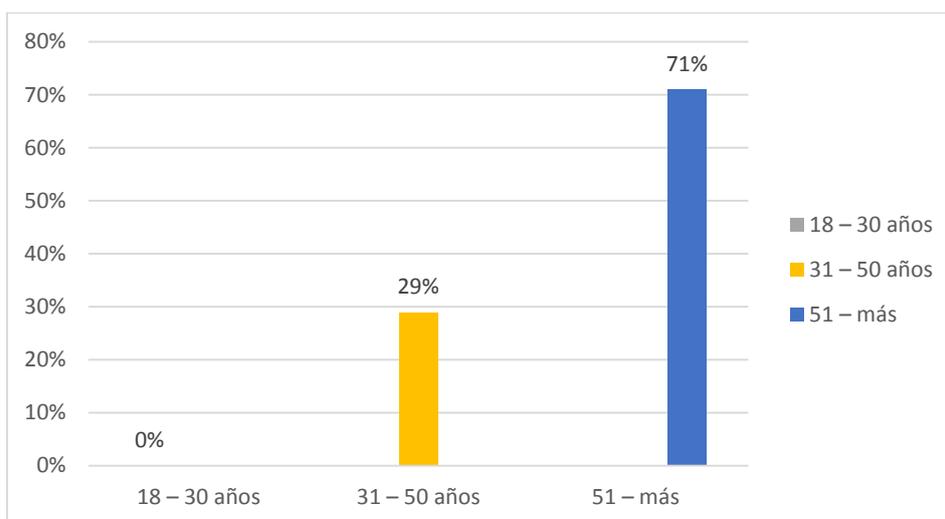
La población de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hospedajes del distrito de Quilmaná, provincia de cañete, departamento de Lima es de 7, tomando como muestra la totalidad de la población a las cuales se les aplicó la encuesta, que constaban del cuestionario a fin de recolectar los datos de las características de las micro y pequeña empresas del lugar.

N°	Nombre de la Mype	Dirección
01	Hospedaje San Antonio	Avenida lima N°530
02	Hospedaje Paraíso	Avenida lima N°513
03	Hospedaje El dorado	Jirón Huánuco N°150
04	Hospedaje David	Jirón Tacna
05	Hospedaje D lux	Jirón Madre Dios
06	Hospedaje PK2	Jirón Junín
07	Hospedaje san juan	Jirón Cusco

## Anexo 04 Figuras

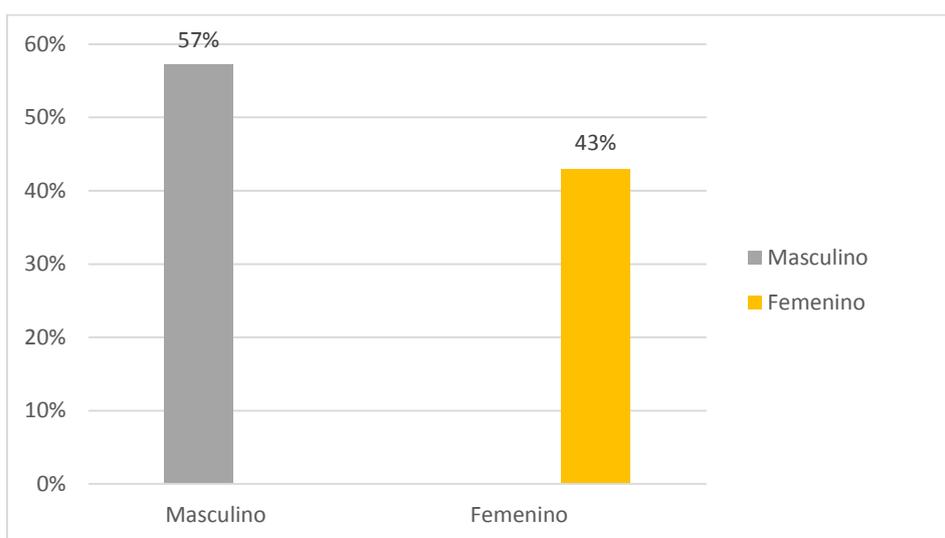
**Tabla N° 1:** Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmaná, provincia Cañete, departamento de Lima, período 2017.

**Figura N° 1:** Edad del dueño y/o representante legal



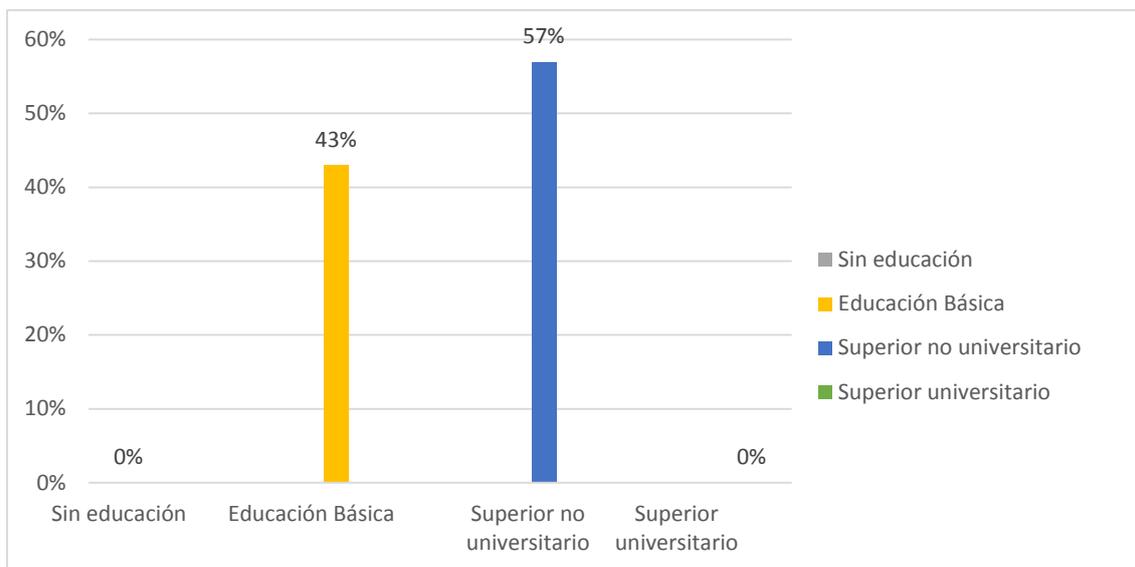
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 2:** Genero del representante



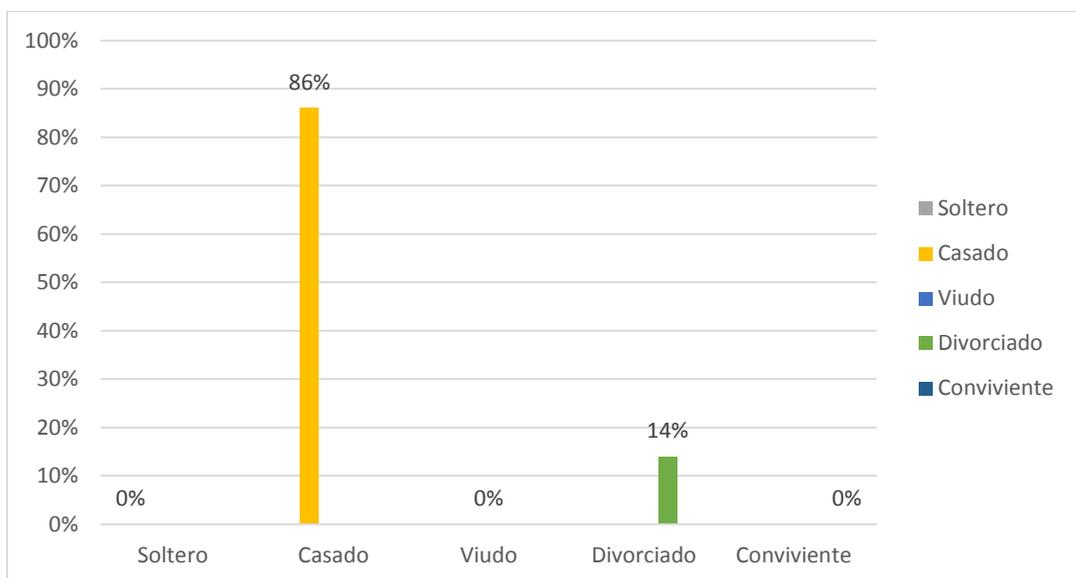
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 3:** Grado de instrucción



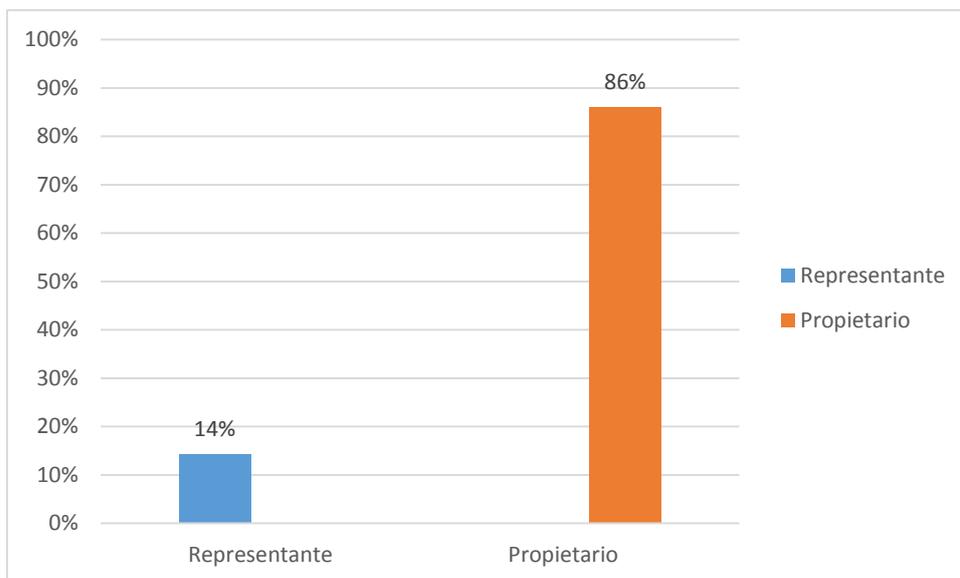
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 4:** Estado Civil del representante



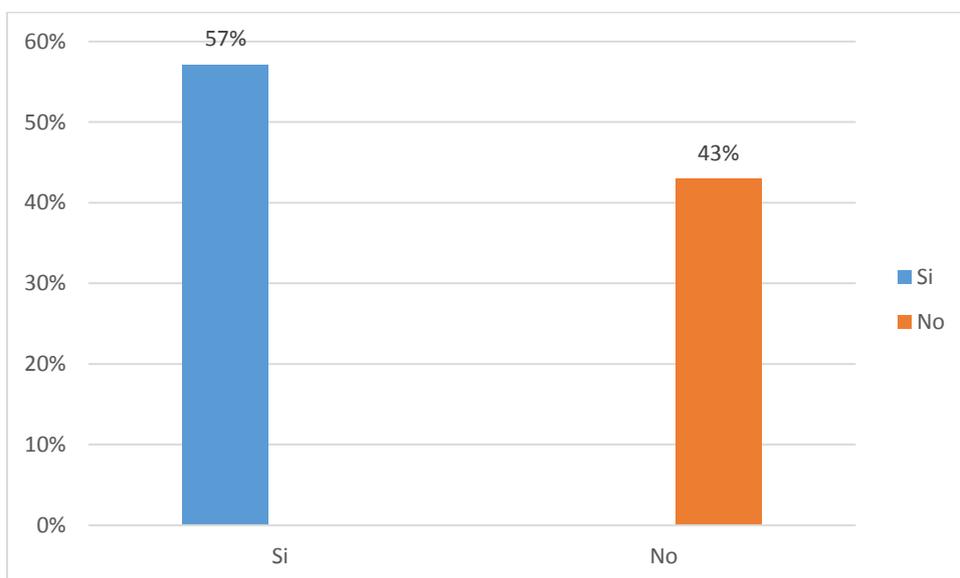
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 5:** Cargo en la empresa



**Fuente.** Elaboración propia

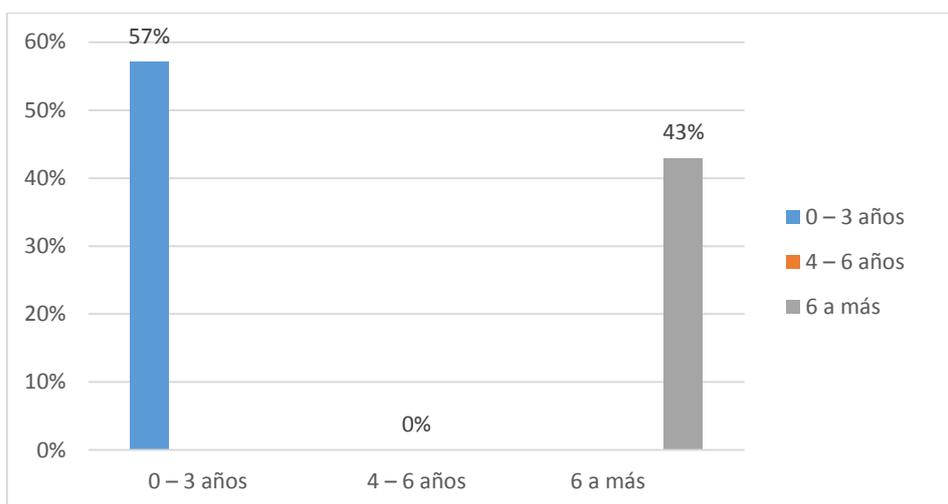
**Figura N° 6:** Lugar de nacimiento Cañete



**Fuente.** Elaboración propia

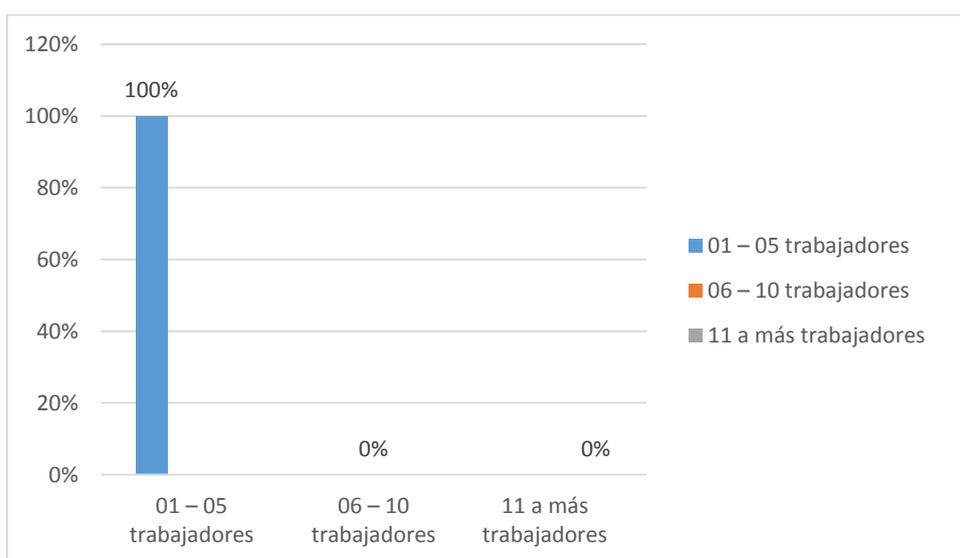
**Tabla N° 2:** Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmaná, provincia Cañete, departamento de Lima, período 2017

**Figura N° 7:** Años en el mercado



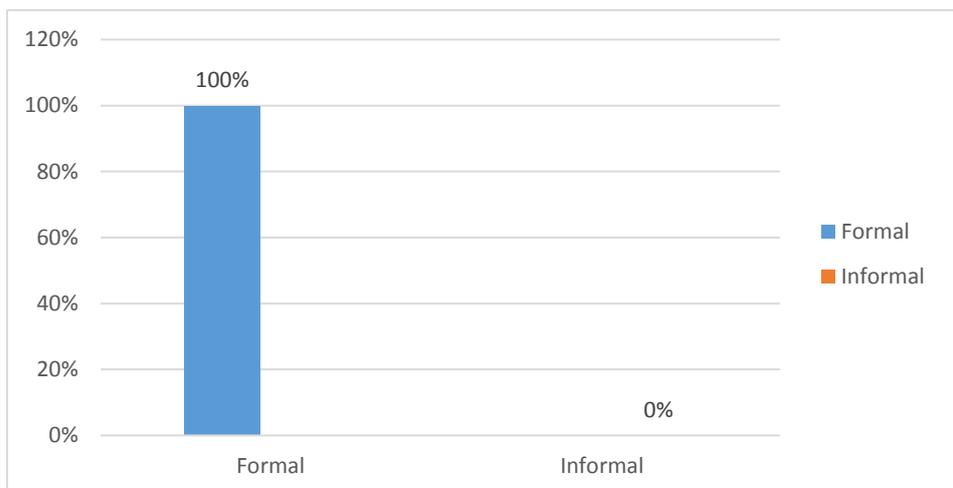
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 8:** Número de trabajadores



**Fuente.** Elaboración propia

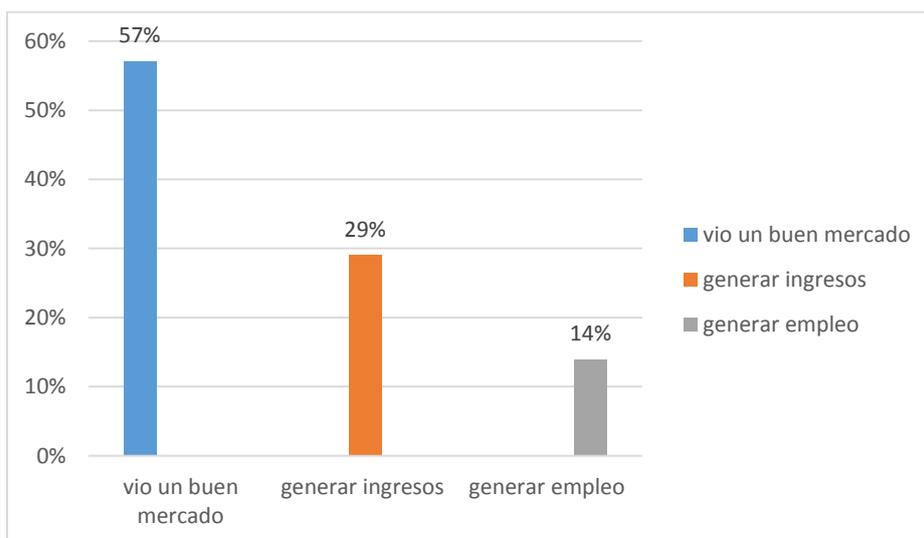
**Figura N° 9:** Situación legal de la empresa



**Fuente.** Elaboración propia

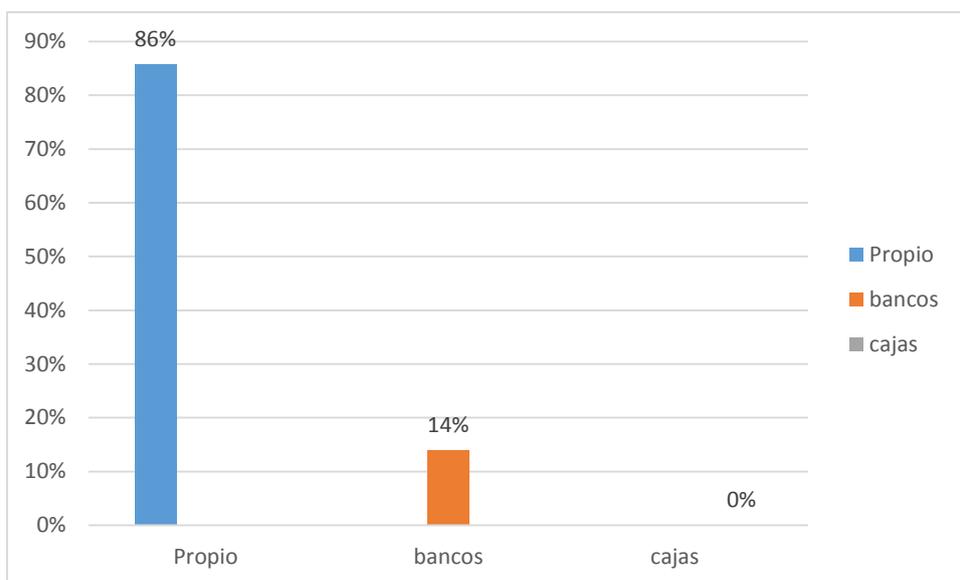
**Tabla N° 3:** Características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hospedaje del distrito de Quilmaná, provincia Cañete, departamento de Lima, periodo 2017.

**Figura N° 10:** Motivo de la creación de la empresa



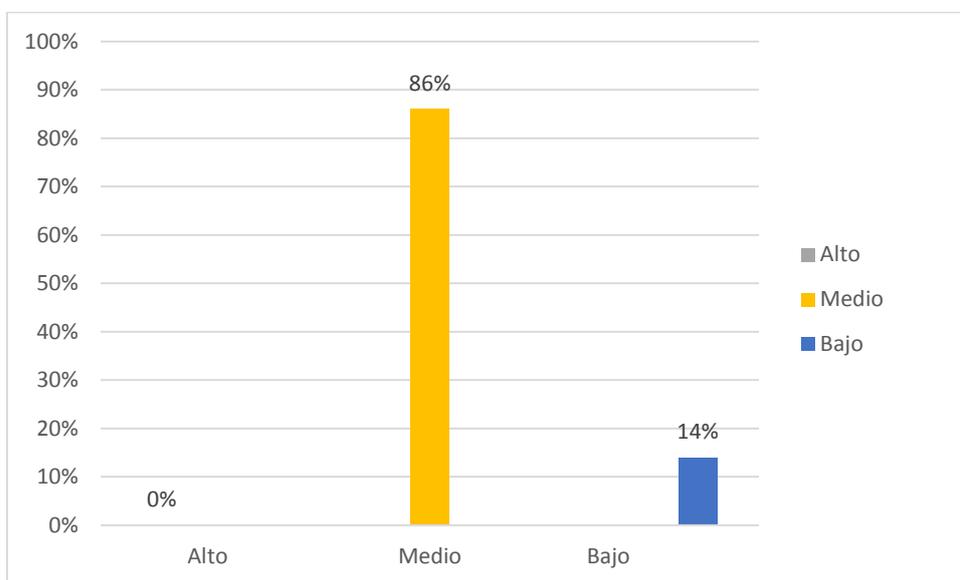
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 11:** Capital de la empresa



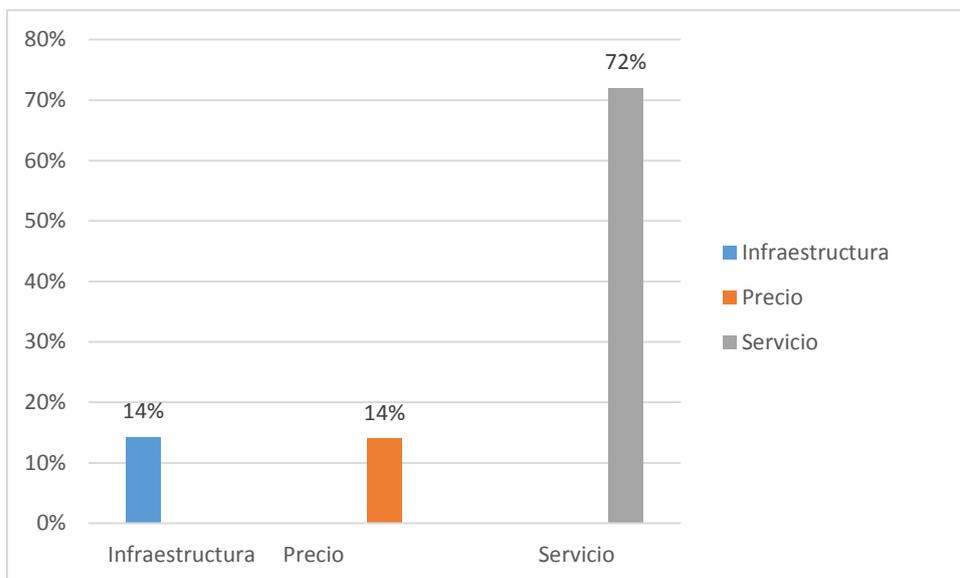
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 12:** Posicionamiento de la empresa



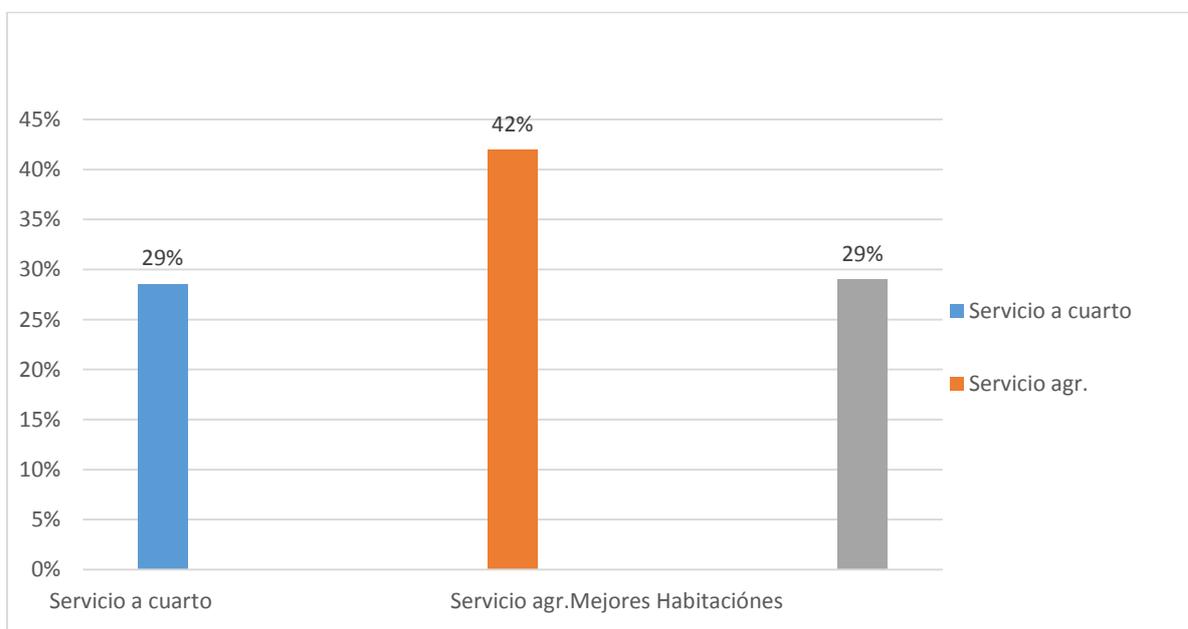
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 13:** Diferenciación de la competencia



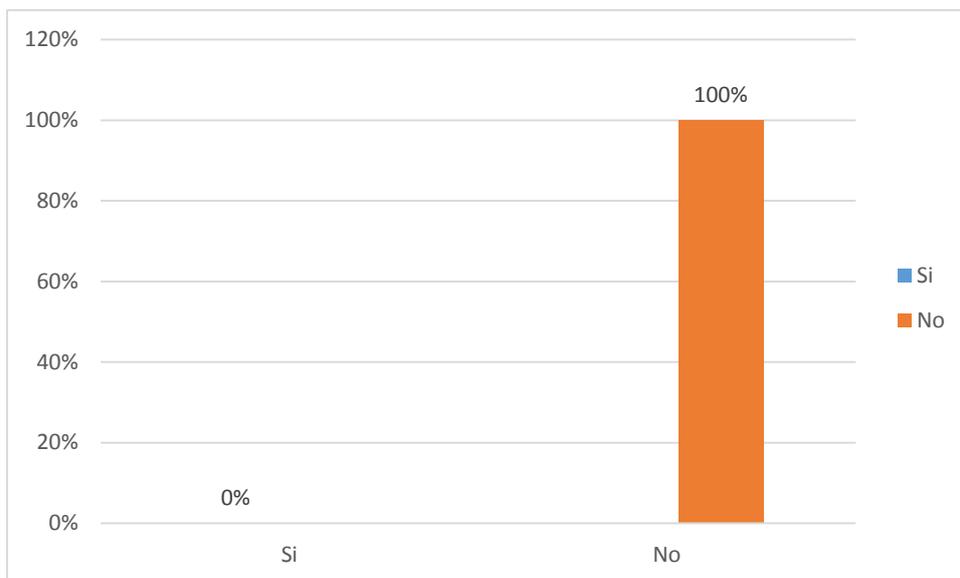
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 14:** Mejoras en el hospedaje



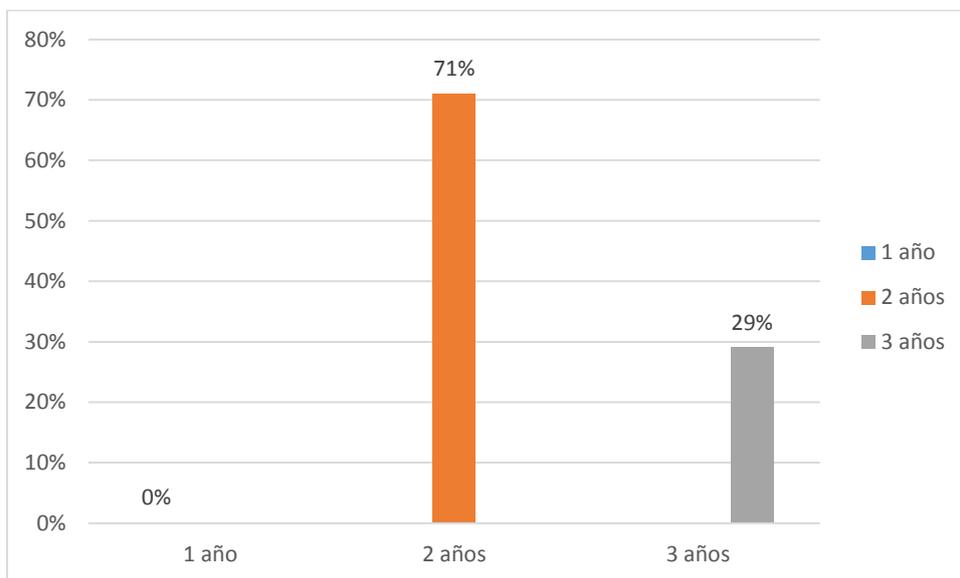
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 15:** Convenio con agencia de viaje



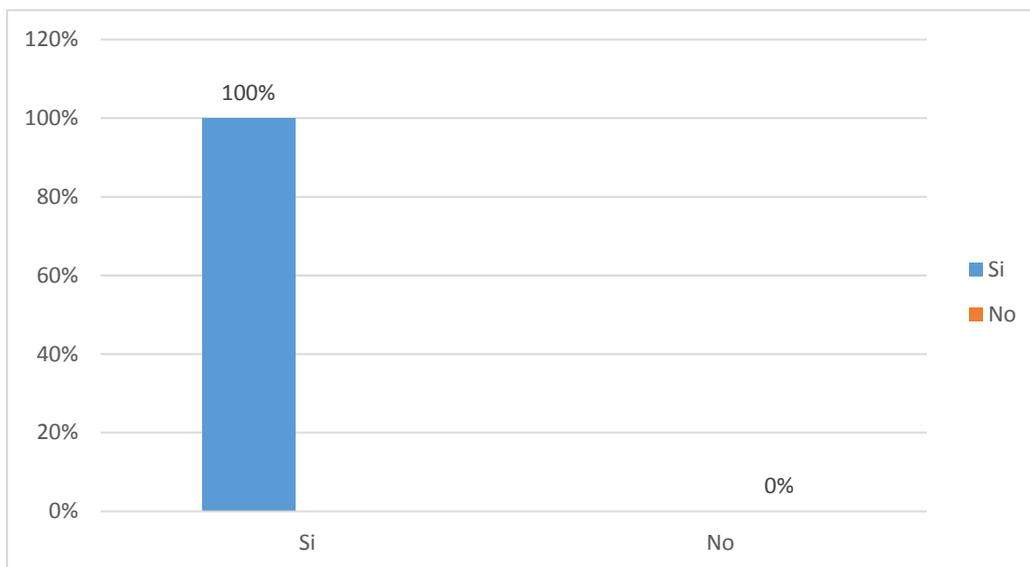
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 16.** Renovación de activos



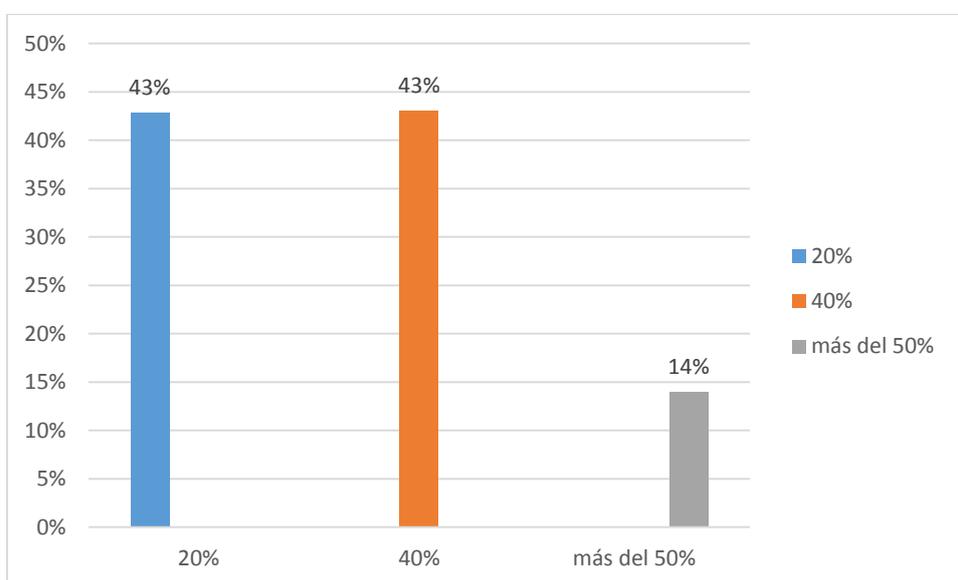
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 17:** Habitaciones confortables



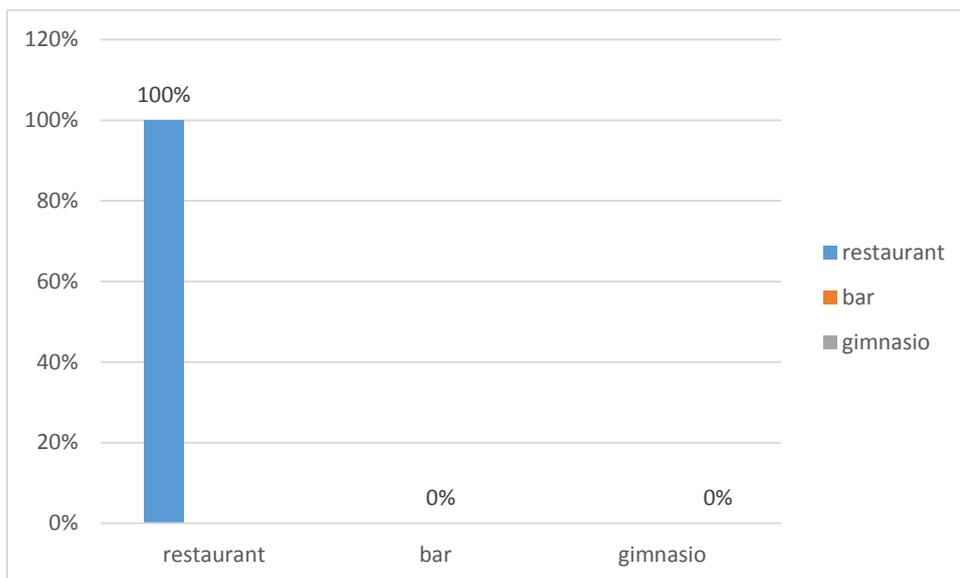
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 18:** Porcentaje destinado a la mejora



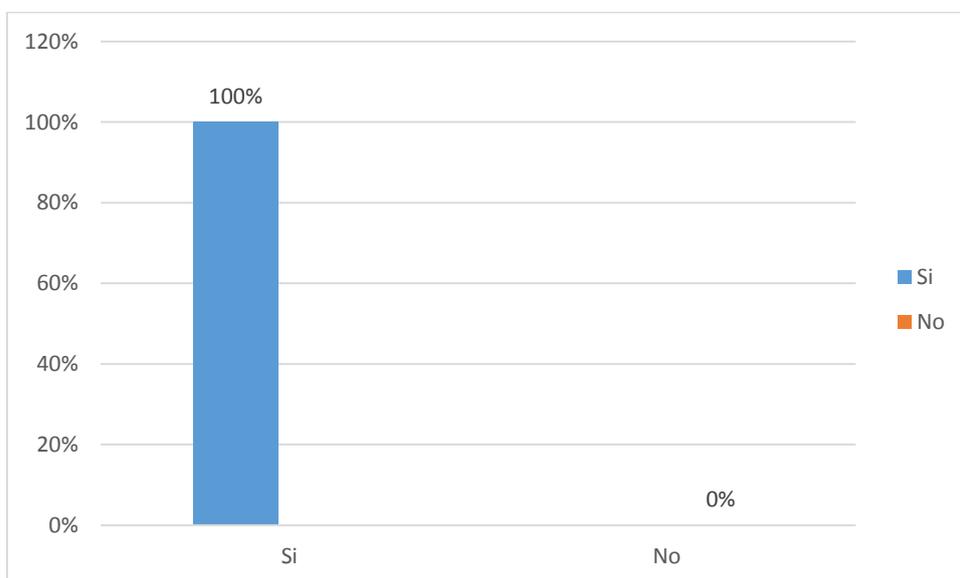
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 19:** Otro rubro para generar más ingresos



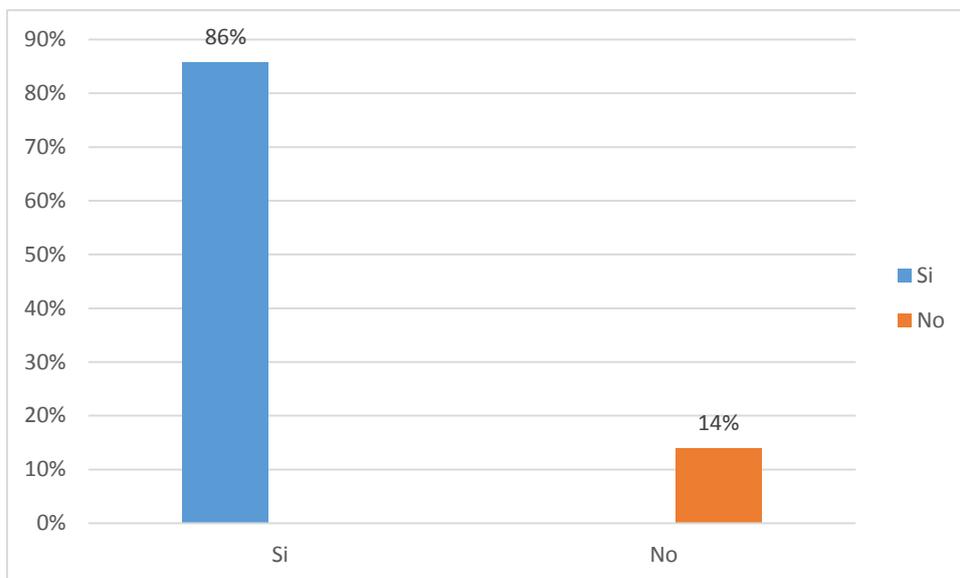
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 20:** Infraestructura propia



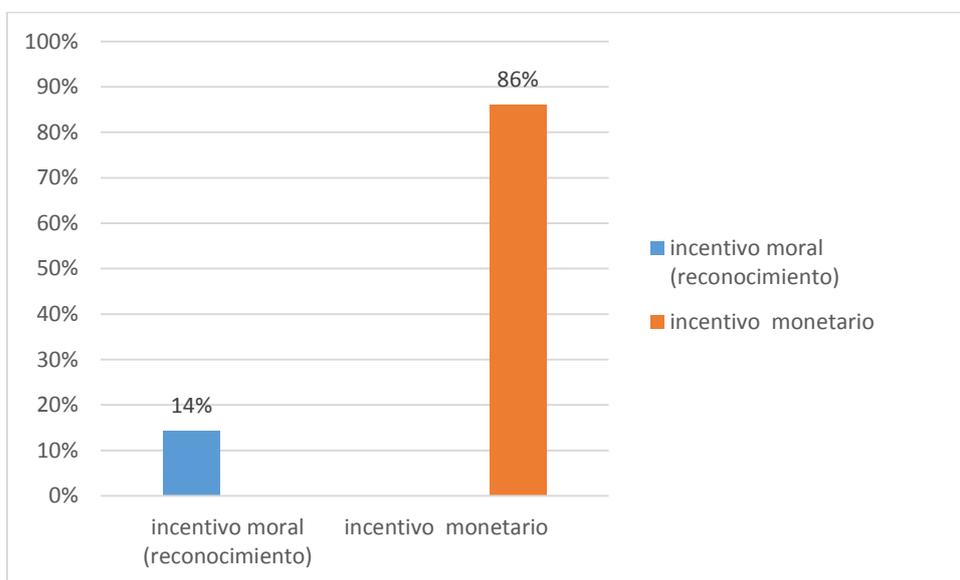
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 21:** Capacita a su personal



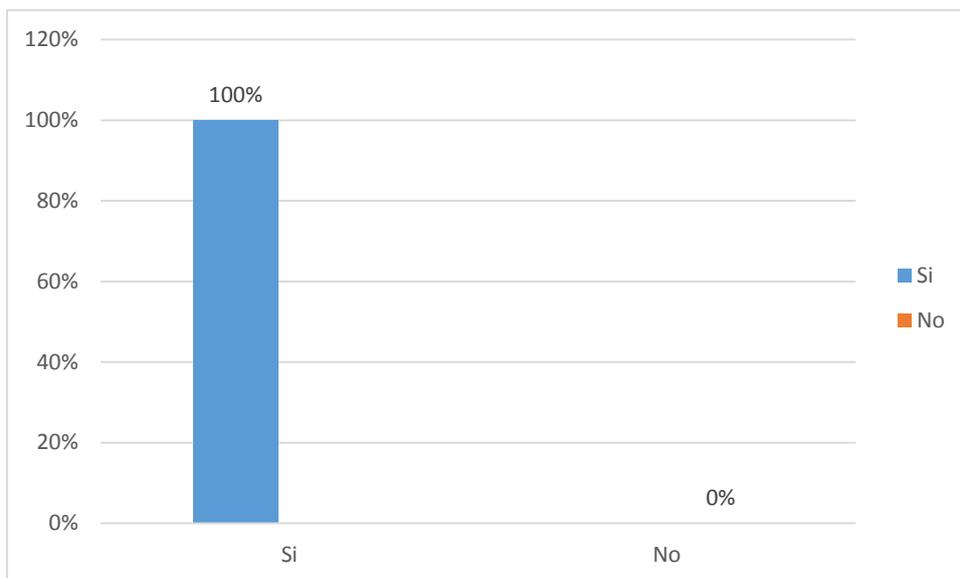
**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 22:** Motivación del personal



**Fuente.** Elaboración propia

**Figura N° 23:** Satisfacción por lo generado con el negocio



**Fuente.** Elaboración propia