



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TÍTULO:

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA
CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS RUBRO HOTELERIA EN LA PROVINCIA
DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.**

INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO.

AUTORA:

BR. SILVIA VENTURO CORONEL

ASESOR:

CPC. CONSTANTINO ANANIAS CORI CORNE

TINGO MARÍA – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

MGTR. EUSTAQUIO AGAPITO MELÉNDEZ PEREIRA
PRESIDENTE

DR. LOO AYNE ENRIQUE
SECRETARIO

MGTR. ERLINDA ROSARIO RODRÍGUEZ CRIBILLEROS
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento A Dios, quien me dio la vida y me acompaña por el camino de mi superación personal.

Al CPC. Constantino Ananías Cori Corne por su apoyo en la realización del proyecto de tesis dándonos asesoramiento constante en el trabajo realizado.

A la universidad Católica los Ángeles de Chimbote por acogernos en su casa de estudios para la realización de nuestra carrera profesional. Brindándonos las facilidades para poder culminar nuestra carrera profesional.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedico a mis padres León Venturo Leandro y Encarnación Coronel Espinoza, quienes creyeron en mí, por sus ejemplos dignos de superación y entrega; porque siempre estuvieron impulsándome a seguir adelante en los momentos más difíciles de mi carrera.

A mi Esposo Carlos José Penadillo Romero, por su confianza y apoyo incondicional durante la realización de mi carrera profesional, su apoyo y sus consejos que han hecho que culmine con éxito mi carrera profesional de Contabilidad.

A mis 3 hijos maravillosos que Dios me regalo: Omar Steven Penadillo Venturo, Jean Carlos Penadillo Venturo, Brandon León Penadillo Venturo por la comprensión y paciencia que tuvieron conmigo en los momentos que más me necesitaban, por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida, a mis hermanos: Luis Alberto, Zulma, Crisálida, Carlos Enrique, Jenny, Julieta Elizabeth, Eliza Ruth. Por darme las fortalezas necesarias en los momentos de flaquezas y desmedros durante la carrera realizada.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del Sector Servicio rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016. La investigación fue No experimental y descriptiva, para llevarla a cabo se tomó la población muestral de 12 Representantes legales de las MYPE del sector servicio rubro Hoteles , a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los Empresarios se pudo ver que todos los representantes legales de la MYPE encuestados son adultos, el 67% sus edades oscilan entre 45 a 64 años. Se obtuvo que el 83 % de los representantes de la MYPE son de género Masculino y el 17 % son del género Femenino. Respecto a las características de la MYPE el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial; Respecto a las características del financiamiento el 67% su financiamiento es Ajeno y el 33% su financiamiento es propio; Respecto a las características de la capacitación El 58% precisa no haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito. Respecto a las características rentabilidad, el 92% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido y el 8% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por la capacitación recibido. Se pudo concluir que el 100% de las MYPE consideran que la capacitación es una inversión y ya vienen dedicándose a esa actividad empresarial por más de 3 años y el 58% afirman no haber recibido capacitación al momento de recibir un crédito.

Palabras clave: Financiamiento, Capacitación, Rentabilidad y MYPE.

ABSTRACT

The present research had as general objective, to describe the main characteristics of financing, training and profitability of MSEs Sector Service category hotel industry in the province of Leoncio Prado, 2016. The investigation period was not experimental and descriptive, for will carry out the sample population of 12 legal representatives of MSEs service industry category Hotels, who were applied a questionnaire of 18 questions, using the technique of the survey, the following results were noted: with regard to Company could see that all the legal representatives of the MSEs are adults surveyed, 67% their ages range from 45 to 64 years. It was found that 83% of the representatives of the MSEs are gender Male and 17% are female gender. Regarding the characteristics of the MSE 100% of the representatives of the MSEs have more than three years dedicated to this business; Regarding the characteristics of financing 67% financing is foreign and 33% financing is own; Regarding the characteristics of the training needs 58% had not received prior training before granting credit. Regarding the characteristics profitability, 92% think the business profitability has improved by the training received and 8% think the business profitability has not improved by the training received. It was concluded that 100% of MSEs consider that training is an investment and are already engaging in this business for over 3 years and 58% claim not to have received training at the time of credit.

Keywords: Financing, training, profitability and MSEs.

Índice del Contenido

Título de la Investigación.....	i
Hoja Firma de Jurados.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice del Contenido	vii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de gráficos.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes de la investigación	7
2.2.- Bases teóricas de la investigación	20
2.2.1. Financiamiento	20
2.2.2. Capacitación	24
2.2.3. Rentabilidad	28
2.2.4. MYPE	31
2.3. Marco Conceptual	33
III. METODOLOGÍA.....	43
3.1. Diseño de la Investigación.....	43
3.2.- Población y Muestra.....	44
3.2.1. Área Geográfica del Estudio.....	44

3.2.2. Criterios de Inclusión.....	45
3.2.3. Criterios de Exclusión.....	45
3.2.4. Definición y Operacionalidad de variables.....	45
3.3. Técnicas e Instrumentos.....	49
3.4. Plan de Análisis de Datos.....	49
3.5. Matriz de consistencia.....	50
IV: RESULTADOS.....	51
4.1. Resultados.....	51
4.2. Análisis de Resultados.....	69
V. CONCLUSIONES.....	74
Referencias Bibliográficas.....	75
ANEXO	86
Carta de Presentación	87
Cuestionario de Encuesta.....	88
Cronograma de actividades.....	
Presupuesto	92

Índice de Tablas

Tabla 1. Definición y operacionalización de variables	47
Tabla 2. Matriz de consistencia del proyecto de investigación.....	50
Tabla 3. ¿Edad de los representantes legales de la MYPE del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	51
Tabla 4. ¿Género de los representantes legales de la MYPE del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	52
Tabla 5. ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	53
Tabla 6. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	54
Tabla 7. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?.....	55
Tabla 8. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?.....	56
Tabla 9. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?.....	57
Tabla 10. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	58
Tabla 11. ¿Solicitó crédito para su negocio?.....	59
Tabla 12. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?.....	60
Tabla 13. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?.....	61
Tabla 14. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?.....	62
Tabla 15. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?.....	63
Tabla 16. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?.....	64
Tabla 17. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?.....	65
Tabla 18. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?.....	66
Tabla 19. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?.....	67
Tabla 20. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?.....	68

Índice de Gráficos

Gráfico 1. ¿Edad de los representantes legales de la MYPE del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	51
Gráfico 2. ¿Género de los representantes legales de la MYPE del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	52
Gráfico 3. ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	53
Gráfico 4. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?.....	54
Gráfico 5. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	55
Gráfico 6. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?.....	56
Gráfico 7. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?.....	57
Gráfico 8. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE del sector Servicio Rubro Hoteles?.....	58
Gráfico 9. ¿Solicitó crédito para su negocio?.....	59
Gráfico 10. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?.....	60
Gráfico 11. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?.....	61
Gráfico 12. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?...	62
Gráfico 13. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?.....	63
Gráfico 14. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?.....	64
Gráfico 15. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?.....	65
Gráfico 16. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?.....	66
Gráfico 17. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?.....	67
Gráfico 18. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?.....	68

I. INTRODUCCIÓN

El país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Esta situación plantea grandes retos a los países y a la MYPE en cuanto a diversos temas como la generación de empleo adecuados, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país a tasas mayores al 7% anual. Esta tasa permitiría reducir sustantivamente el 52% de pobreza relativa, el 20% de extrema pobreza y las altas tasas de analfabetismo que actualmente tenemos. Es decir, es posible promover el desarrollo económico y humano en nuestro país, teniendo a la MYPE como un componente clave. (Miranda ,2005).

El turismo en la provincia de Leoncio Prado, es uno de los principales aspectos de la economía, y, por lo tanto, se puede afirmar que constituye un sector estratégico, para lograr un desarrollo sostenible que garantice un bienestar adecuado. El turismo es un fenómeno multidisciplinar y complejo, donde la aparición de destinos turísticos alternativos, en un momento de crisis como el actual, hace más necesario que los agentes económicos implicados dispongan de herramientas de análisis adecuadas para analizar el financiamiento, factor clave para desarrollar estrategias que redunden en incrementar la rentabilidad del destino turístico. En esta tesis, se analizará las características del Financiamiento, La Capacitación y la Rentabilidad de la MYPE del sector Servicio rubro hotel de la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.

El presente estudio se enfocará en el Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de la MYPE en el sector servicio rubro hoteles, considerando que las Organizaciones tienen una cultura de emprendimiento y desarrollo empresarial, donde analizaremos las herramientas que en la actualidad están siendo aplicadas, no se buscan culpables.

Cada error se considera como una oportunidad para el mejoramiento continuo. Cada trabajador se responsabiliza por los hechos y se busca la forma de solucionar los problemas y errores conjuntamente.

Durante los últimos años, ha ido en aumento la afluencia de turistas a la provincia de Leoncio Prado, en especial a Tingo María, lo que trajo en aumento la inversión privada con la construcción de diversos hoteles. Hoy en día la provincia de Leoncio Prado cuenta 38 hoteles y hostales, registrados en la Dirección Zonal de Comercio y Turismo, a agosto de 2015, generando competitividad, mejorando la calidad en la atención y servicio al cliente.

La construcción de nuevos hoteles está motivando a los propietarios de hoteles ya existentes a invertir en la remodelación de su infraestructura, renovación de sus habitaciones, haciendo que haya una mejor oferta de los servicios reflejándose en la reducción de las tarifas hoteleras, siendo beneficiado el cliente.

El país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad y esta situación trae consigo grandes retos a los países y a las MYPE en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país. (Vela, 2007).

Los innegables avances tecnológicos, sobre todo, en electrónica y microelectrónica, han abierto nuevos mercados, se han descentralizado las inversiones, han generado nuevos hábitos de demanda de bienes y servicios; creando nuevos desafíos de competitividad de las empresas peruanas en general y las MYPE en particular; así por ejemplo: limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, informalidad,

falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información; factores que han dado origen al crecimiento de problemas que actualmente atraviesan las MYPE en el país. (Vela, 2007).

La economía de la región Huánuco se sustenta en la actividad primaria, seguida por los servicios y con un escaso 8,7% en la actividad de la transformación, debido a la carencia de unidades de producción, lo que no conlleva al otorgamiento de valor agregado a la materia prima e insumos de la región. Esta realidad hace que no se generen mayores puestos de trabajo, generando una baja capacidad adquisitiva de la población. (Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza (MCLCP, 2007).

Esta estructura de la economía huanuqueña no ha variado sustantivamente en los últimos 10 años. Las recientes inversiones del sector privado mayormente se han orientado al sector terciario. (Miranda, 2005).

Según el diagnóstico socioeconómico consignado en el Plan Estratégico Institucional 2009 – 2013 de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, en las últimas décadas la provincia de Leoncio Prado ha tenido un gran crecimiento poblacional, con tasas anuales por encima del promedio nacional, mayor aún ha crecido la ciudad de Tingo María como centro urbano de su respectivo distrito. El ámbito territorial donde se desenvuelve la dinámica socioeconómica y poblacional de la Provincia forma parte del espacio conocido como Valle del Alto Huallaga, determinado por el curso del río del mismo nombre. La distribución espacial de la Provincia de Leoncio Prado

al año 2007 se configura de la siguiente manera: El 56.21% de la población de Leoncio Prado está concentrada en el área urbana, mientras que 43.79% se ubica en el área rural. La ubicación estratégica de la Provincia de Leoncio Prado permite el crecimiento gradual de la actividad turística por la cual podemos apreciar la apertura de nuevos hospedajes con muchas comodidades y de restaurantes y recreos turísticos con la consiguiente generación de pequeñas inversiones en el sector turismo. (Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, 2009).

La Bella Durmiente (Tingo María), sigue siendo un lugar turístico porque el incremento del turismo se sigue dando, así tenemos que en el año 2,000 teníamos 16,000 visitas de turistas entre nacionales y extranjeros; sin embargo, en una década se ha incrementado a 40,000 visitas al año, según datos del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas de Tingo María (SERNANP – PNTM). (Gamarra, 2011).

Esto significa que, a pesar de las noticias sensacionalistas que magnifican nuestros males sociales a nivel nacional e internacional, Tingo María sigue siendo una alternativa turística por su ubicación estratégica y de fácil accesibilidad desde Lima, Huancayo, Pasco y Huánuco por la Carretera Central. Desde ciudades de la región San Martín como Tarapoto, Moyobamba, Juanjuí y Tocache por la Carretera Fernando Belaunde Terry, y desde Pucallpa por la carretera Federico Basadre. (Gamarra, 2011).

Al tratar de la actividad turística se hace también necesario conocer los aspectos relacionados a los establecimientos de hospedaje. En la ciudad de Tingo María existen 40 establecimientos de hospedaje, de los cuales el 90 % son hospedajes sin categoría, el 5% son hoteles de dos estrellas y el 5% restante son hostales de dos

estrellas. (**Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, 2009**). (**Plan Estratégico Institucional, 2009 – 2013**.)

Por otra parte, en la provincia de Leoncio Prado donde hemos desarrollado el estudio, existen varios establecimientos de negocios conocidos como MYPE dedicadas a brindar el servicio de hospedaje y alojamiento. Sin embargo, se desconocen las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE en estudio. Por ejemplo, se desconoce si dichas MYPE acceden o no a financiamiento, si lo hacen, a qué sistema financiero recurren, qué tipo de interés pagan, etc. Asimismo, se desconoce si tienen acceso o no a programas de capacitación, tipos de capacitación, si capacitan al personal, etc. Finalmente, tampoco se conoce si dichas MYPE en los últimos años han sido rentables o no, si su rentabilidad ha subido o ha bajado, etc. Por todas estas razones, entre otras, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las principales características del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicios Rubro Hotelería en la provincia de Leoncio Prado , periodo 2016?**

Para dar respuesta al problema planteado, se ha planeado el siguiente Objetivo General: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro hotelería en la provincia de Leoncio prado, periodo 2016. Para poder conseguir el Objetivo General, hemos planteado los siguientes Objetivos Específicos: Describir las principales características del perfil de los representantes legales de las MYPE en estudio. Describir las principales características de las MYPE en estudio. Describir las principales características del financiamiento de las MYPE del ámbito de estudio.

Describir las principales características de la capacitación de las MYPE del ámbito de estudio. Describir las principales características de la rentabilidad de las MYPE del ámbito de estudio.

La investigación se justifica porque, en el aspecto del conocimiento, nos ha permitido conocer las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado; y más aún incentivar el interés de aprendizaje; también ha permitido la construcción de un instrumento para recoger los datos sobre las variables de estudio. Por lo tanto, la presente investigación es relevante porque los resultados obtenidos servirán como aporte para futuras investigaciones con el fin de incentivar el emprendimiento empresarial a partir de las MYPE en la actividad terciaria que corresponde a los servicios en el sector servicios, rubro hoteles y alojamientos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Benavides, C. (2012), en sus tesis Titulada “La calidad y productividad en el sector hotelero andaluz”, la metodología de investigación es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo, con una muestra poblacional de 232 establecimientos Hoteleros. Llegando a las siguientes conclusiones : En cuanto a la productividad, el concepto tradicional y generalmente aceptado de productividad no es directamente aplicable a las actividades de servicios, dadas las dificultades de definición y medición que entrañan las características distintivas de los servicios. La actividad hotelera es un tipo de servicio caracterizado por una elevada presencia de dichos rasgos distintivos, por lo que requiere un cambio de enfoque. Para definir un nuevo concepto de productividad adecuado al sector servicios es necesario reconocer la excepcionalidad de inputs y outputs, teniendo en cuenta la importancia de la interacción con el cliente y las dificultades para definirlos y medirlos, derivadas de las características de los servicios. Los inputs pueden provenir del proveedor o del cliente, en distintas proporciones, lo que condiciona el proceso de producción. En el output hay que distinguir entre cantidad y calidad, sobre la que influyen las expectativas del cliente dada la inseparabilidad de proceso y resultado. A esto hay que añadir la utilización de capacidad, clave en el sector hotelero. Dada esta excepcionalidad, la medición de la productividad está sujeta a diversos problemas. La productividad puede medirse desde un punto de vista parcial o total, dependiendo de los objetivos que se persigan. A su vez, se pueden utilizar medidas físicas, monetarias o combinadas. A pesar del extenso uso de las medidas físicas en servicios y en la actividad hotelera, el uso de medidas monetarias es preferible para medir la productividad global. En cuanto a los sistemas

de gestión de la calidad en el sector hotelero El término “calidad” no tiene un significado simple y comúnmente aceptado, pudiéndose abordar desde enfoques muy diversos, que dotan de una mayor o menor validez a las dimensiones que caracterizan la calidad. El enfoque más relevante en este trabajo es un enfoque global que orienta todos los recursos hacia el logro de la excelencia. La gestión de la calidad en las actividades de servicios resulta especialmente compleja dados los rasgos distintivos de los mismos y, especialmente, la importancia de la participación del cliente. Además, dicha gestión ha estado condicionada a lo largo del tiempo por las distintas etapas que ha atravesado el concepto de calidad. En la actualidad, predomina un enfoque estratégico de gestión de la calidad total. Los sistemas de gestión de la calidad se desarrollan en el conjunto de normas ISO 9000, desde un planteamiento basado en procesos. Los principios en los que se basa el concepto de calidad total convierten al sistema de calidad total en un método de gestión paradigmático que permite mejorar la competitividad de la empresa actuando tanto sobre la calidad como sobre la productividad. En el sector turístico han surgido a lo largo del tiempo iniciativas de diversa índole para facilitar la implantación de sistemas de gestión de la calidad total. En la actualidad, el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) es la entidad que se encarga de la normalización y la certificación en el sector turístico con la Marca “Q”. La norma desarrollada por el ICTE para el sector hotelero es la Norma UNE 182001:2008. Hoteles y Apartamentos Turísticos. Requisitos para la prestación del Servicio. Está fundamentada en los principios de la calidad total, con el objetivo de lograr la mejora continua. En cuanto a la relación entre calidad y productividad en servicios. Los estudios disponibles en la literatura acerca de la relación entre calidad y productividad están enfocados desde distintas perspectivas y muestran relaciones

muy diversas entre ellas. Los más numerosos contraponen la visión tradicional que considera a ambas como incompatibles, con otra más actual que las considera directamente relacionadas. En este sentido, la visión actual está relacionada con el nuevo concepto de productividad y con la tendencia hacia una perspectiva integradora de la calidad o modelo dual empresa-consumidor. La gestión integrada de ambas variables es considerada necesaria y especialmente factible a través de la gestión de la calidad total u otros modelos similares. 3. En el caso del sector hotelero, son muy escasos los estudios que abordan la relación entre calidad y productividad; algo más abundantes son los que analizan la relación entre calidad (desde un punto de vista gerencial o del consumidor) y otras variables de resultados. Dada la escasa evidencia empírica en el primer caso, este trabajo pretende demostrar la relación entre ambas.

Martínez, V. (2005), realizó la investigación Titulada: “Propuesta de un Modelo de Capacitación Basado en Competencias para las PYMES del Sector Hotelero de la Cd. de Huajuapán de León, Oaxaca: Caso de Estudio”. Utilizo una metodología de investigación de tipo cualitativa y nivel descriptivo, con una población muestral de 30 personas del hotel “Tierra del Sol”, llegando a las siguientes conclusiones: El modelo propuesto fue creado con un enfoque Holístico y está basado en las etapas del proceso administrativo consideradas por James A. F. Stoner, éste modelo permite una valoración integral al personal de la empresa ya que no solo toma en cuenta competencias técnicas, que comúnmente evalúan las empresas, sino también competencias del comportamiento que tienen que ver con motivos, rasgos de personalidad, autoimagen y rol social; al evaluar ambas competencias se puede tener un perfil completo de la persona que ocupa el puesto. Como resultado de ello se puede saber si la persona necesita capacitación, si puede promoverse para una planeación de

carrera dependiendo de sus competencias desarrolladas o rotarlo para la realización de alguna otra actividad y así tener a la persona adecuada en el puesto adecuado. El Modelo de Capacitación basado en Competencias propuesto en esta tesis, permitió analizar al sector hotelero de la ciudad de Huajuapán de León, como parte de la fase preventiva, para determinar los puestos existentes bajo este contexto y así crear un catálogo de competencias mínimas necesarias requeridas para la demanda del mercado laboral de esta ciudad. El catálogo contempla competencias técnicas y del comportamiento, el cual permitió ser tomado como referencia para el caso de estudio en el proceso de diagnóstico de las necesidades de capacitación. A su vez éste ayudará al capacitador en el diagnóstico, reclutamiento y selección de cualquier pyme hotelera de Huajuapán de León, en la cual se requiera valorar de forma integral al personal. Haber aplicado el modelo de capacitación basado en competencias en el personal del hotel “Tierra del Sol” permitió la valoración de competencias del comportamiento y su diagnóstico. En este hotel solo se llevaron a cabo las dos primeras etapas del modelo referentes a planeación y organización, puesto que el objetivo es comprobar la factibilidad del modelo en cuanto a la evaluación y el diagnóstico del personal, dejando en este caso a criterio del empresario la fase de ejecución y el control de la misma.

El Gerente del hotel “Tierra del Sol” mostró interés y disposición para que se llevara a cabo la evaluación y el diagnóstico de competencias del comportamiento en sus trabajadores, sin embargo éstos no se mostraron muy convencidos al ser evaluados y dar a conocer sus competencias débiles, por temor y desconfianza a ser despedidos. Por ello, para tener éxito en la implantación del modelo es necesario que el gerente tenga una labor de convencimiento con los trabajadores, para que éstos muestren interés por mejorar o colaborar con la empresa, siendo necesario convencerlos de las

ventajas que brinda una nueva forma de evaluar y capacitar que promueve el desarrollo de habilidades, actitudes y aptitudes y su autoconocimiento. Los resultados obtenidos en el hotel no superaron las expectativas de los directivos, pues se tuvieron más debilidades (éstas se clasificaron en un rango de débil, muy débil y carentes) que fortalezas en los trabajadores incluyendo al Gerente General, las competencias que se consideraron son las que como mínimo deben tener las personas que se desempeñan en los diversos puestos de una pyme hotelera de Huajuapán de León, aunque la empresa puede agregar otras de acuerdo a su propio criterio y los requerimientos del puesto. Las competencias que se evaluaron en el personal del hotel fueron: orientación al cliente, resistencia, flexibilidad, autorresponsabilidad, problemática dentro de la empresa, innovación y creatividad, aprendizaje, motivación de logro, trabajo en equipo, planificación y organización, adaptabilidad y liderazgo de acuerdo con el gerente. Los resultados obtenidos en el personal se presentaron de la siguiente manera: A nivel estratégico se evaluaron 11 competencias de las cuales no se obtuvieron fortalezas sino debilidades, de acuerdo con lo ideal para este puesto se esperaba una puntuación de 5 de acuerdo con el rango de la escala establecida, el cual significa que siempre se está ejecutando cierta conducta, pero comparándolo con los resultados éstos se encuentran en un promedio de 4 lo cual quiere decir que casi siempre el directivo trata de ejecutar ciertas conductas, pero sin embargo necesita mejorar. A nivel táctico también se evaluaron 11 competencias de las cuales solo se presentó una fortaleza referente a trabajo en equipo en el puesto de Jefe de Personal, y las demás resultaron débiles. Los resultados se encuentran en un promedio de 3 a 4 en comparación con lo esperado que es de 5 (siempre). A nivel operativo se evaluaron 9 competencias en las personas que ocupan los puestos de asistente, recepcionista, ama de llaves, camarista,

intendente y jardinero. En los resultados solo el ama de llaves obtuvo 4 competencias catalogadas como fortalezas (flexibilidad, autorresponsabilidad, trabajo en equipo y motivación de logro) y la camarista 3 (problemática dentro de la empresa, innovación y creatividad, flexibilidad), el resto de las competencias evaluadas resultaron débiles para estos puestos y los restantes. Las competencias detectadas como débiles se encuentran en un rango de 3 a 4 y solo se presentó una competencia detectada como muy débil en la persona de intendencia correspondiente a flexibilidad. Es importante señalar que a pesar de que el Gerente mencionó que siempre satisfacen las necesidades de sus clientes y están abiertos a sus sugerencias, a la hora de evaluar la competencia de Orientación al cliente para tomar en cuenta la percepción de éstos con respecto al personal del hotel, resultó que a la mayoría nunca se la ha pedido su opinión sobre cómo mejorar aspectos relacionados con el hotel, resultado que sorprendió al Gerente.

Jiménez, Gessa, Irimia, Morales y Ruiz. (2014), realizó la investigación titulada: "Impacto De La Localización Y La Estructura De Mercado En La Rentabilidad De Los Establecimientos Hoteleros", Ha utilizado una metodología de tipo cuantitativo y nivel descriptivo. La muestra de establecimientos hoteleros ha sido obtenida de la base de datos SABI perteneciente a AMADEUS y tras depurar la base de valores extremos contiene un total de 8,992 delegaciones con un total de 40,058 observaciones para todo el período considerado (2005 a 2011 ambos inclusive). El menor número de observaciones se obtiene para el año 2011 donde se presenta información acerca del total de activo para 3,049 delegaciones, lo que aun así constituye un elevado tamaño muestral. Llegando a las conclusiones siguientes: la rentabilidad obtenida por los hoteles españoles además de verse influenciada por el contexto macroeconómico (reflejado en las variables temporales) y por características intrínsecas al hotel

(reflejado en las variables de corte transversal y en la presencia de economías de escala) depende en gran medida de las características del punto turístico donde desarrolle su actividad. Por una parte, se observan efectos derivados de las características individuales invariantes en el tiempo. Esta fuente de rentabilidad proviene de los recursos y capacidades propias de cada hotel y supone una fuente de rentabilidad constante en el tiempo. En consonancia con estos efectos individuales constantes se identifica el efecto positivo de las economías de escala, lo que determina que aquellos hoteles con mayor activo presenten mayores niveles de rentabilidad que sus competidores de menor tamaño. Estos resultados son coherentes con la teoría económica y suponen un punto de partida para posteriores estudios que traten de cuantificar la posición de dominio de los establecimientos hoteleros dentro de un determinado destino turístico. Por otra parte, en lo relativo a las características macroeconómicas, si bien se distingue el efecto positivo de un mayor nivel de ocupación, no es posible discernir el efecto de otras variables que pongan de manifiesto este efecto global sobre la rentabilidad de la industria hotelera. No obstante, se observa que este efecto macroeconómico es común a todas las empresas hoteleras, y significativo para la gran mayoría de años objeto de estudio. Estudios posteriores podrían ser llevados a cabo para tratar de discernir las fuentes de este efecto macroeconómico más allá del efecto de un mayor o menor nivel de ocupación, si bien dado el objetivo del presente trabajo no es posible identificar el efecto individualizado. Además de los aspectos individuales y de tipo macroeconómico, destaca en este trabajo la individualización del comportamiento observado por el nivel de concentración de mercado en el sector hotelero. En consonancia con la teoría económica, y con lo postulado por el modelo de estructura comportamiento y resultado

se observa un efecto positivo del nivel de concentración en la rentabilidad individual de cada hotel. Los resultados obtenidos muestran como este efecto positivo es significativo, por lo que la rentabilidad de las empresas hoteleras puede verse beneficiada por su ubicación en zonas donde a priori pueda existir un elevado poder de mercado por parte de determinadas empresas. Detrás de este efecto positivo puede estar la pertenencia a un punto turístico donde exista una mayor cooperación empresarial, donde la capacidad de influir sobre las instituciones sea mayor o donde las pequeñas empresas adquieran externalidades de conocimiento derivadas de las entidades con mayor cuota. Deben señalarse las limitaciones del presente estudio. Entre las mismas destaca el hecho de que las fuentes de datos utilizados tienen como punto de partida las cuentas anuales presentadas por las distintas empresas, por lo que la información recogida puede no ser en todos los casos fiel reflejo de su realidad económica. Asimismo se dispone de datos de entidades cuya forma jurídica exija la presentación de cuentas anuales, lo que podría limitar la representatividad de empresas de tamaño muy reducido. Por otra parte ha sido necesario establecer un reparto en aquellos casos donde la empresa no ofrecía información relativa a todas y cada una de sus delegaciones, lo que podría derivar en una modificación de los datos de entidades pertenecientes a corporaciones mayores cuyos establecimientos presenten una gran variación respecto al resto de establecimientos del mismo punto turístico. Sin olvidar las limitaciones expuestas anteriormente, los resultados obtenidos permiten arrojar luz a la importancia de las decisiones de localización de los establecimientos hoteleros. Estos resultados destacan la necesidad de considerar no sólo aspectos relativos a la demanda o a la importancia del punto turístico como punto de atracción de la demanda, sino también que debe tenerse en cuenta en las decisiones de la localización, la

estructura competitiva en la que se desarrollará la actividad, y que si bien a priori podría ser menos atractivo una determinada localización por presentar baja ocupación, es posible que su atractivo crezca si en ella se dan determinadas condiciones relativas a la estructura competitiva.

Vásquez (2007), en su tesis Titulada “Relación del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector turismo del distrito de Chimbote en los rubros de restaurantes, hoteles y agencias de viaje, en el periodo 2005-2006. El estudio fue de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo-correlacional. Para llevar a cabo la investigación se escogió en forma dirigida una muestra poblacional de 50 MYPE del sector turismo del distrito de Chimbote, la misma que estuvo distribuida de la siguiente manera: 25 MYPE del rubro restaurantes, 19 MYPE del rubro hoteles y 6 MYPE del rubro agencias de viaje. De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que hay relación entre financiamiento y rentabilidad. Así mismo, también hay relación entre capacitación y rentabilidad de las MYPE encuestadas, pero sólo en los rubros de restaurantes y hoteles.

Peña, E. (2014), realizó la investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios - Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013”, ha utilizado la metodología de investigación cuantitativo y el nivel de investigación es descriptivo y La población está constituida por 10 Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio - rubro hotelería en la ciudad de Piura periodo 2013. Llegando a las siguientes conclusiones: Respecto a los empresarios Del 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados: el 100% son adultos, el 80% es de sexo masculino y el 50% tiene superior universitaria completa, el 20% secundaria. 20% superior universitaria incompleta.

Respecto a las características de las MYPE Las principales características de las MYPE del ámbito de estudio son: el 100% se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, el 80% de las empresas son formales, el 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 MYPE tienen las siguientes características: el 60% obtuvo su crédito de las entidades bancarias, y 40 % las MYPE recibieron el crédito de cajas municipales. Respecto a la capacitación Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPE son: el 100% considera que la capacitación del personal es una inversión para la empresa. El 70% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa. Y el 60% de las MYPE 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, P.(2013), realizó la investigación Titulada: “Caracterización del Financiamiento y Formalización en las MYPE del sector servicio – rubro hoteles del distrito de Nuevo Chimbote, periodo “2012 - 2013” la metodología de investigación utilizado es cuantitativo y el nivel descriptivo. La muestra poblacional está conformada por 23 micros y pequeñas empresas que representan el 45% de la población en estudio, Llegando a las siguientes conclusiones : La mayoría de las MYPE 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 tienen 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 MYPE está formalizada, a quienes en su totalidad les 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.

Vega, I.(2014), realizó la investigación titulada: “Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Hoteles y Restaurantes en la provincia de Huancavelica, departamento de Huancavelica, periodo 2012-2013” , el tipo de metodología de investigación es cuantitativa y el nivel es descriptivo, la población muestral está constituido por un total de 34 restaurantes y 06 hostales del sector turismo del distrito de Huancavelica, año 2012. Llegando a las siguientes conclusiones: La minoría de las micro empresas del sector han recibido financiamiento por instituciones financieras de la localidad. La mayoría de las MYPE financiadas recibieron financiamiento de la Caja de ahorro y Crédito los libertadores. La totalidad de las MYPE que accedieron a créditos tienen afirman que las instituciones financieras tiene políticas de apoyo al micro empresario. La minoría de las MYPE financiadas invirtió el crédito obtenido a mejoramiento de sus locales y la mayoría en la compra de activos fijos. La

mitad de las MYPE del sector servicio durante el año 2012 recibieron alguna capacitación para el manejo o desarrollo de sus empresas antes de obtener el crédito financiero. La mayoría de las MYPE indican que en el año 2012 han tenido una capacitación permanente que los ha ayudado a mejorar la rentabilidad de su empresa. La minoría recibió capacitación en constitución y formalización de empresas. La totalidad de las MYPE consideran a la capacitación como una inversión, y que esta le ayudo a obtener rentabilidad en su empresa, lo que determina que existe mejora de la rentabilidad de las empresas a través de la capacitación. La mayoría de las MYPE determinan que obtuvieron rentabilidad en el año 2012. Si existe relación entre el financiamiento y la rentabilidad de las MYPE del sector servicio de la localidad de Huancavelica en los rubros de hostales y restaurantes, año 2012. Si existe relación entre la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector servicio de la localidad de Huancavelica en los rubros de hostales y restaurantes, año 2012.

Gamarra, D. (2011), realizó la investigación Titulada : “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro hoteles y alojamientos del casco urbano de la ciudad de Tingo María, periodo 2009 - 2010”, para su investigación Ha usado una metodología de investigación cuantitativo y un nivel de investigación descriptivo , con una muestra poblacional de 11 micro y pequeñas empresas del sector turismo - rubro hoteles y alojamientos de la ciudad de Tingo María, periodo 2009 - 2010. Llegando a las siguientes conclusiones Respecto a los empresarios: Del 100% de los representantes legales de la MYPE encuestados: el 100% son adultos, cuyas edades se encuentran entre 26 y 60 años, el 55% de los microempresarios son del género masculino y el 82 % tienen educación básica. Respecto a las características de la MYPE Las principales

características de la MYPE del ámbito de estudio son: el 82% que tienen más de tres años de antigüedad, el 73% tienen más de tres trabajadores permanentes, el 18% tres trabajadores permanentes, el 36% tienen dos trabajadores eventuales y el 100% han puesto el negocio para obtener ganancias. Respecto al financiamiento Los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento, sus MYPE tienen las siguientes características: el 55% cuentan con financiamiento propio y el 45% recurren a una entidad financiera, el 60 % cuentan con financiamiento de una entidad bancaria, el 60% cuentan con financiamiento de corto plazo, el 60% cuentan con financiamiento a corto plazo y el 60 % han invertido su crédito en mejoramiento y/o ampliación de sus locales y el 20 % en capital de trabajo y el otro 20 % en capital de trabajo. Respecto a la capacitación Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus MYPE son : el 27% recibieron capacitación para obtener un crédito financiero, el 45% recibieron de 2 a 3 capacitaciones en los últimos dos años, el 64% se capacitaron en Manejo empresarial, el 55% sí han recibido algún tipo de capacitación, el 64% consideran que la capacitación es una inversión y el 64% consideran que la capacitación es relevante para la empresa. Respecto a la rentabilidad empresarial: El 64% de representantes de las MYPE dedicados al rubro de hoteles y alojamientos consideran que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de sus empresas y el 55% de representantes de las MYPE dedicados al rubro de hoteles y alojamientos consideran que la capacitación ha mejorado la rentabilidad de sus empresas.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación.

2.2.1. Financiamiento:

En términos generales, el financiamiento es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado.

Así mismo es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno y sirven para complementar los recursos propios . (Financiamiento pre inversión, 2011).

Por otro lado, es el dinero en efectivo que recibimos para hacer frente a una necesidad financiera y que nos comprometemos a pagar en un plazo determinado, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo de nuestra parte garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo. (Pérez & Campillo, 2011).

Desde el punto de Vista Teórico, el comportamiento de las empresas en materia de Financiamiento ha dado lugar a diversas explicaciones siendo incluso a veces contradictorios Las pequeñas y medianas empresas cuentan con diversas formas de capitalizarse: recursos propios, préstamos a bancos u otros y emisión de acciones. Sin embargo, utilizan de manera prioritaria el autofinanciamiento, y si este es insuficiente recurre al endeudamiento y solo en última instancia a la emisión de acciones.

Cuando los recursos procedentes del autofinanciamiento son limitados, la empresa acude a los mercados financieros. Estudiaron las pequeñas y medianas empresas británicas, y observaron que estas compañías financian el crecimiento de su activo principalmente con beneficios retenidos. En el caso de tener que recurrir a financiamiento externo, emplean deuda en mayor medida, quedando la emisión de capital en último lugar. Por tanto, llegan a la conclusión de que las pequeñas y medianas empresas financian su crecimiento siguiendo la ordenación descrita por la Teoría de la Jerarquía Financiera. (Escalera, 2007).

La teoría de agencia, habla sobre la relación entre los propietarios del capital (principal) y los directivos (agentes). El propietario emplea a otra persona (agente) para realizar ciertos servicios en su nombre y delega autoridad para tomar algunas decisiones.

El problema en esta situación es el conflicto de intereses entre los participantes porque las metas y la predisposición al riesgo del principal y del agente tienden a ser diferentes. Los conflictos de agencia se originan por la conducta de las personas y deben de ser tomados en cuenta porque afectan la estructura financiera de las empresas al determinar la relación de apalancamiento óptima. (Jensen, 1994).

Inversión y financiamiento En compañías pequeñas, donde el dueño es el administrador no suele presentarse el supuesto de la teoría de la agencia de separación entre los objetivos de propietarios y gerentes, pues suelen ser las mismas personas. Sin embargo existe una tendencia reciente a aplicar la teoría de agencia a las relaciones entre la empresa pequeña o mediana (agente) y el prestamista (principal). El conflicto surge cuando la empresa requiere de financiamiento externo

y que el prestamista no desea correr riesgo por la alta tasa de mortalidad de las pymes. (Escalera, 2007).

Por otro lado (Alarcón, 2014), nos muestra las teorías de la estructura financiera:

La Teoría Tradicional de la Estructura Financiera

La teoría tradicional sobre la estructura financiera propone la existencia de una determinada combinación entre recursos propios y ajenos que define la estructura financiera óptima EFO. Esta teoría puede considerarse intermedia entre la posición “RE” y “RN”.

En su trabajo de investigación defendió la existencia de una determinada EFO en base a las imperfecciones del mercado. La teoría tradicional no tiene un basamento teórico riguroso, pero ha sido defendida por empresarios y financieros, sin olvidar que la EFO depende de varios factores, como son: el tamaño de la empresa, el sector de la actividad económica y la política financiera de la empresa; el grado de imperfección del mercado y la coyuntura económica en general.

Indica que cuando se habla sobre la financiación de MYPE, nos viene a la mente deudas y proveedores, también nos indica que actualmente la tasa promedio de interés está alrededor del 30% anual y en otros casos es mayor ya que en algunos casos el sector informal de las MYPE es mayor, que no paga impuestos y es mucho más riesgoso. Si bien es cierto que el dueño de la MYPE no suele ser un experto en finanzas, si tiene los sentidos bien puestos para guiar los negocios y aplica como todo empresario el criterio racional para hacer crecer su negocio por lo que considera siempre el factor costo del dinero en el tiempo, y depende del microempresario el saber cuantificarlo para poder tomar buenas decisiones. (Silupú, 2013)

Los planteamientos anteriores sirvieron de base para enunciar su teoría sobre la estructura de capital en 1958, los cuales suponen que el costo del capital medio ponderado y el valor de la empresa son totalmente independientes de la composición de la estructura financiera de la empresa; por tanto se contraponen a los tradicionales. MM parten de varios supuestos y argumentan su teoría a través de tres proposiciones. (Modigliani y Miller , 1958).

Proposición I: El valor de la empresa se refleja en la columna izquierda de su balance a través de los activos reales; no por las proporciones de títulos de deuda y capital propio emitidos por la empresa”. Según esta proposición la política de endeudamiento de la empresa no tiene ningún efecto sobre los accionistas, por lo tanto el valor total de mercado y el costo de capital de la empresa son independientes de su estructura financiera. (Brealey y Myers,1993).

Proposición II: La rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece proporcionalmente al ratio de endeudamiento, expresada en valores de mercados. Este crecimiento se da siempre que la deuda sea libre de riesgo. Pero, si el apalancamiento aumenta el riesgo de la deuda, los propietarios de ésta demandarán una mayor rentabilidad sobre la deuda. Lo anterior hace que la tasa de crecimiento de la rentabilidad esperada de las acciones disminuya. (Brealey y Myers,1993)

Proposición III: La tasa de retorno requerida en la evaluación de inversiones es independiente de la forma en que cada empresa esté financiada”. Esta proposición es un corolario de las dos anteriores. (Fernández, 2003)

Es decir, cualquier empresa que trate de maximizar la riqueza de sus accionistas habrá de realizar solamente aquellas inversiones cuya tasa interna de rentabilidad sea al

menos igual al costo de capital medio ponderado, independientemente del tipo de recurso utilizado en su financiación. (Alarcón, 2011).

2.2.2. Capacitación:

Se define a la capacitación como el proceso de aprendizaje al que se somete una persona a fin de obtener y desarrollar la concepción de ideas abstractas mediante la ampliación de procesos mentales y de la teoría para tomar decisiones no programadas. Así también otras teorías manifiestan que la capacitación es el conjunto de conocimientos sobre el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz. (UNAM, 2014).

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. (Helberth, 2006).

Así mismo, es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno. Por lo contrario, la capacitación no debe confundirse con el adiestramiento, este último que implica una transmisión de conocimientos que hacen apto al individuo ya sea para un equipo o maquinaria. (Gaxiola, 2014).

La capacitación o desarrollo de personal, es toda actividad realizada por una organización, la cual responderá a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas del personal. Señala que se aplica en diferentes áreas y las más usuales son inducción, entrenamiento, formación básica, desarrollo de jefes, nos señala que la capacitación es una inversión y que lo usa con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo y capacitarlo, que para proteger dicha inversión, la organización debería conocer el potencial de sus hombres para ver si cada persona ha llegado a su techo laboral o pueda escalar otras posiciones más elevadas, la cual le permite ver si puede desarrollar tareas de igual nivel o similar. (Lazarín ,2009).

Estamos entrando en la sociedad del conocimiento. El recurso económico básico ya no es el capital, ni los recursos naturales, ni el trabajo, sino que es y seguirá siendo el conocimiento. En esta sociedad el trabajador del conocimiento tendrá un papel protagónico. (Sutton, 2001).

Define la Capacitación, o desarrollo de personal, como toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Concretamente, la capacitación:

Busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo.

En función de las necesidades de la empresa.

En un proceso estructurado con metas bien definidas.

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente. Estas diferencias

suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto.

Dados los cambios continuos en la actividad de las organizaciones, prácticamente ya no existen puestos de trabajo estáticos. Cada persona debe estar preparada para ocupar las funciones que requiera la empresa.

El cambio influye sobre lo que cada persona debe saber, y también sobre la forma de llevar a cabo las tareas.

Una de las principales responsabilidades de la supervisión es adelantarse a los cambios previendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada persona.

La capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. La capacitación, por tanto, podría implicar mostrar a un operador de máquina cómo funciona su equipo, a un nuevo vendedor cómo vender el producto de la empresa, o inclusive a un nuevo supervisor cómo entrevistar y evaluar a los empleados. (Lazarín ,2009).

Indica que la capacitación es un proceso que posibilita ciertos conocimientos en la personas, tanto como en las organizaciones, es una herramienta que posibilita el aprendizaje y contribuye en el accionar del personal de la empresa. Sirve para obtener nuevos conocimientos para poder ofrecer un mejor servicio en la empresa u organización, puede ser capacitado por un superior de la empresa o una organización que se encuentra especializada en el tema. Entre ellos podemos ver los principios de investigación que son la participación, la responsabilidad, la actitud de investigación,

el espíritu crítico, la gestión cooperativa y la capacidad para el aprendizaje y la evaluación. (Jaureguiberry, 2010).

Va dejando atrás la vigencia de esta teoría y nos dice que la importancia que se ha ganado la capacitación es clave para la sobrevivencia y desarrollo de las empresas, asimismo es un conjunto de actividades orientadas al mejoramientos del personal tanto en recursos humanos como en la logística, que da una amplia gama de conocimientos, aptitudes, y habilidades nuevas a los empleados para que puedan desarrollar de manera eficiente sus labores. (Emprende PYME, 2008).

Sostiene que la capacitación es el conjunto de medios que organiza de acuerdo a un plan, para lograr destreza, valores y conocimientos que permitan a la persona desarrollar trabajos o tareas específicas como por ejemplo:

Puede capacitarse a una persona que no es médico en que aprenda primeros auxilios o que pueda capacitarse a un médico cirujano en una técnica de quirúrgica en particular que hasta la fecha no haya practicado, en la actualidad es muy común que los cursos de capacitación empresarial sirve para que los trabajadores puedan desarrollar las nuevas habilidades y conocimientos en su ambiente de trabajo. (Lazarín ,2009).

Nos presenta las teorías de capacitación laboral. Describiendo que la capacitación proporcionada por el empleador es una de las teóricas desarrolladas en la economía laboral en las últimas décadas. Asimismo la teoría predominante es la teoría del capital humano que contiene varias variantes. (Chacaltana, 2005).

La teoría del capital humano, es una nueva concepción de desarrollo humano. Que en esencia considera que la formación e inversión, se realizan con el fin de

incrementar la productividad y los ingresos, y que el agente económico (individuo) tome decisiones de seguir estudiando con el fin de obtener beneficios económicos en el futuro. (Gary, Stanley y Becker, 1964)

Asimismo, sostiene que la teoría de las inversiones en capital humano, establece en cuanto a las inversiones en capacitación de la mano de obra es la teoría del capital humano. Esta teoría explica aspectos de la vida de las personas, y que con el tiempo transcurrido ha tomado una evolución que se centra en las decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas.

Esta teoría demuestra la importancia de la inversión entre el empleador y los trabajadores, que a su vez lleva a generar mayor productividad de trabajo, pero para poder lograrlo se genera un costo de inversión en capital humano la cual producirá a su vez tasas de retornos. (Becker , 1964).

2.2.3. Rentabilidad:

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. (Markowit, 2010).

La rentabilidad es el rendimiento de la inversión medido mediante las correspondientes ecuaciones de equivalencia financiera. Es por ello, que nos presenta dos teorías para el tratamiento de la rentabilidad. (Ferruz , 2000)

La rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La rentabilidad es, al menos una parte, de lo que busca el Management con sus decisiones directivas. La rentabilidad es la que miden los inversores al decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos. La rentabilidad es, probablemente, uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan a diario.

En el imaginario popular, un emprendimiento que logra producir ingresos mayores que sus costos, generando resultados positivos, se considera un emprendimiento rentable. (Lorenzo prevé , 2008).

Tipos de Rentabilidad:

Existen dos tipos de rentabilidad:

Rentabilidad Económica o del Activo: La rentabilidad económica o del activo también se denomina ROA (Return on assets) y como denominación más usual ROI (Return on investments). Básicamente consiste en analizar la rentabilidad del activo independientemente de cómo está financiado el mismo, o dicho de otra forma, sin tener en cuenta la estructura del pasivo.

La forma más usual de definir el ROI es:

$$\text{RE} = \frac{\text{Resultado antes del Impuesto e Intereses}}{\text{Activo Total, Promedio.}}$$

¿Por qué se toma como resultado el beneficio antes de impuestos e intereses?

Como se ha comentado antes, si se trata de medir la rentabilidad del activo los resultados a considerar serán:

El beneficio después de impuestos: o resultado contable –magnitud que se obtiene de la cuenta de pérdidas y ganancias- y que es la parte que se destinará a los accionistas de la empresa, independientemente de que se reparta en forma de dividendos o se quede en la empresa en forma de reservas.

El impuesto sobre beneficios: que es la parte del beneficio generado por el activo y que será destinada al pago del impuesto sobre sociedades y que también se puede obtener de la cuenta de pérdidas y ganancias y, por último, La parte del beneficio producido por el activo que está destinada a pagar los gastos financieros producidos por los fondos ajenos del pasivo. (Sánchez, 2002)

b) Rentabilidad Financiera o de los Fondos Propios:

La rentabilidad financiera, de los fondos propios o ROE (Return on equity) se define a través de la siguiente expresión.

$$RF = \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Fondos Propios a su estado Medio}}$$

Recordemos que el beneficio después de impuestos es el resultado del ejercicio que figura en las cuentas anuales como Pérdidas y Ganancias.

El ROE trata de medir la rentabilidad que obtienen los dueños de la empresa, es decir, la rentabilidad del capital que han invertido directamente capital social y de las reservas, que en definitiva son beneficios retenidos y que por tanto corresponden a los propietarios.

Como en caso del ROI, si ha existido durante el ejercicio variación de los fondos propios de una manera significativa deberíamos tomar datos medios siempre que se pueda acceder a los mismos, ya que si nuestra posición es la de un analista externo, como es lógico, será más difícil la obtención de los datos intermedios.

También es necesario mencionar, que en este análisis a veces se incluyen como fondos propios una parte del resultado del ejercicio considerando que su generación se produce de una forma regular a lo largo del ejercicio. Este tipo de cuestiones, le dan al análisis pequeñas diferencias de matiz que carecen de importancia, ya lo que verdaderamente relevante es que exista una uniformidad de criterio en la metodología de trabajo utilizada y, que si se comparan diferentes empresas o sectores los baremos usados sean de un patrón similar. (Sánchez, 2002)

2.2.4. MYPE.

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE), 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. Las MYPE deben reunir las siguientes características:

Microempresa:

De uno (1) hasta diez (10) trabajadores

Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 (UIT).

Pequeña Empresa:

De uno (1) hasta cien (100) trabajadores

Ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias.

Se define como MYPE a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Marco, 2013).

2.3. Marco Conceptual

Financiamiento

Es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Según su origen, las fuentes financieras suelen agruparse en financiación interna y financiación externa; también conocidas como fuentes de financiamiento propias y ajenas. (Domínguez,2005)

Capacitación

La capacitación está orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas . Compone uno de los campos más dinámicos de lo que en términos generales se ha llamado, educación no formal." (Blake, O., 1997)

Rentabilidad

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. (Zamora, 2011).

Financiar:

Financiar es el acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, conseguir recursos y medios de pagos para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las correspondientes actividades económicas (Wikipedia, 2014).

Arrendamiento Financiero:

Es el Contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario), a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes. (Financiamiento PRE INVERSIÓN, 2011).

Calidad de Servicio

Todos Los productos/servicios que se hacen por profesionales preparados y con los procedimientos técnicos correctos, que satisfacen las necesidades de los clientes, con unos costos adecuados, proporcionando éxito a la empresa, con valores y principios éticos y satisfacción de los trabajadores. (Colunga, 1996).

Servicio al Cliente

El servicio de atención al cliente o simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una

herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. (Colunga, 1996).

Garantía de Calidad

Consiste en adelantare a los consumidores para determinar sus necesidades, desarrollar nuevos productos, hacer que los compren, prestar un servicio posterior eficaz y lograr que usen los productos con plena satisfacción. (Much, 1994).

Cliente

Es la persona o función que recibe el resultado actividades que le son destinados. Si se encuentran en el interior de las mismas colectividad/empresa, es un cliente interno: si se encuentra en el exterior, es un cliente externo. (Laboucheix, 1994).

"Un cliente es el receptor de uno o más de los resultados especificados de un proceso". (Shaw, 1997).

"Quien recibe un servicio o producto".(Colunga, 1995).

"Es un término genérico que se refiere a cualquier persona que reciba un servicio o producto de alguna otra persona o grupo de personas". (Hayes, 1999).

"Es una persona con necesidades y preocupaciones, que seguramente no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si un negocio quiere distinguirse por la calidad de su servicio". (Albrecht, 1991)

De las anteriores definiciones podemos llegar a la conclusión de que: El cliente es una persona o una organización que requiere satisfacer una necesidad adquiriendo un producto o servicio.

Hotelería.

Es la Industria que se ocupa de proporcionar a los clientes alojamiento, comida y otros servicios, mediante pago. (Montas, 2008).

Es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y la alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo. (Wikipedia, 2015).

Clasificación de hoteles.

Desde la antigüedad ya existían diferentes tipos de establecimientos de hospedaje que se caracterizaban por su ubicación, sin embargo se contaban con muchas deficiencias y no faltó quien los clasificó como malos, peores y muy malos. Paulatinamente la industria del hospedaje cambió, enfocándose en la clasificación de hoteles diseñados según las necesidades de sus consumidores (Ramos, 1983).

Es importante entender la manera en la cual los hoteles son clasificados. La clasificación de los hoteles, es la más larga y con un mayor número de subcategorías dentro de la industria de la hospitalidad. No existe una forma específica en la cual clasificar los diferentes tipos de hoteles, así que se realizará una clasificación de acuerdo al precio, localización, configuración de habitaciones y otros. Es importante enfatizar en que algunos hoteles pueden pertenecer a varias categorías. (Lane y Dupré 1997).

Hotel de Lujo: Las propiedades de lujo presumen de sus opulentos servicios, extensas instalaciones y amenidades las cuales proveen. Spa's, restaurantes gourmet, salones, servicios de limosina y más puede ser encontrado en hoteles de lujo. Los hoteles de

lujo tienen un gran número de empleados por huésped. Estos hoteles generalmente cuentan con entre 100 y 400 habitaciones cada uno y la mayoría se encuentran localizados en grandes ciudades y resorts. (Lane y Dupré 1997).

Hotel Boutique: Los hoteles boutique se distinguen por sus diseños. Cada hotel cuenta con un diferente estilo y esencia. Estos cuentan con restaurantes gourmet y generalmente están ubicados en zonas urbanas. La mayoría de los hoteles boutique son relativamente pequeños, menos de 150 habitaciones y cuentan con un segmento de mercado muy específico. (Lane y Dupré 1997).

Hotel de Servicios Completos: Los hoteles comerciales de alta categoría se adaptan muy bien a las necesidades de los viajeros de negocios, convenciones y turistas. Los hoteles upscale proveen de un servicio completo de amenidades e instalaciones, así como diferentes opciones de servicios de alimentos y bebidas, centro de negocios, salones y club atlético. (Lane y Dupré 1997).

Hotel de Servicios Limitados: Estos hoteles se encuentran generalmente ubicados en el centro de las ciudades y son para aquellos viajeros los cuales son sensibles al precio. Tiene una gran calidad en su servicio, pero cuentan con instalaciones y amenidades más limitadas. (Lane y Dupré 1997).

Hotel Económicos: Son aquellos hoteles que no son caros, pero cuentan con un número limitado de servicios. Los hoteles económicos son hoteles pequeños, entre 50 y 150 habitaciones. Cuentan con huéspedes de corta estancia generalmente. (Lane y Dupré 1997).

Servicio

Es en primer lugar un proceso, es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. Puede entenderse al servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal. (Berry, L. Bennet, C. y Brown, C., 1989)

Los servicios poseen ciertas características que los diferencian de los productos de acuerdo a la forma en que son producidos, consumidos y evaluados. Estas características provocan que los servicios sean más difíciles de evaluar y saber qué es lo que realmente quieren los clientes. (Zeithmal, Valerie A. & Mary Jo Bitner, 2004)

Servicio en Hoteles

Se define al servicio como vender, almacenar, entregar, pasar inventarios, comprar, instruir al personal, y las relaciones entre los empleados. En todas las actividades realizadas por cualquier empleado de una empresa existe un elemento de servicio, ya que en última instancia todas ellas, repercutirán en el nivel de servicio real de los productos y servicios solicitados por el huésped. (Zeitlhaml y Bitner, 2003).

Mencionan que la cultura del servicio en la industria de la hospitalidad se concentra en servir y satisfacer al cliente. Comenzando desde la alta gerencia y continuando con el resto de los empleados. Incluyendo todas las actividades económicas, tomando en cuenta productos físicos o de construcción. (Atienco consultores, 2004)

Para su mejor estudio tienen diferentes características como intangibilidad, perecederos, heterogeneidad e inseparabilidad. Las cuales se definen de la siguiente manera:

Intangibilidad. Son aquellos servicios que no pueden ser tocados, olidos, vistos o degustados antes de su compra; por lo que implica para los consumidores inseguridad porque no saben a lo que se están arriesgando. Teniendo implicaciones sobre el mercadólogo por que deben desarrollar expectativas; sin embargo cuando hacen promesas implica mayor intangibilidad y es un riesgo para los clientes por las promesas no cumplidas. (Katchabaw, 2004).

Carácter perecedero. El servicio no puede ser almacenado e implica para el consumidor momentos de fluctuación cuando hay mucha demanda y momentos de horas pico o de verdad. Hay implicaciones sobre el mercadólogo, ya que debe tener la capacidad de producir algo para satisfacer al cliente en los momentos de demanda. (Katchabaw, 2004).

Satisfacción del Huésped

Existen cuatro necesidades básicas para satisfacer al cliente que son:

Mostrando comprensión.

Haciéndolos sentir bien recibidos.

Ayudándolos a sentirse importantes.

Proporcionando un ambiente agradable.

Ahora bien, con los puntos anteriores se puede decir que el cliente considera la tangibilidad del producto/servicio, el cumplimiento de sus expectativas, la actitud del personal y la empatía. Por lo tanto, los requerimientos del cliente en cuanto a

expectativas y percepciones del servicio, son estándares o puntos de referencia para los consumidores clientes. (Martin,1992).

La satisfacción del cliente mide si el servicio recibido cubrió sus expectativas. Por otro lado, la lealtad del cliente mide cuantas veces regresa al hotel y de la misma manera, como está dispuesto a presentarlo, comenzando con la recomendación de éste con la gente que conoce (Bowen y Chen, 2001).

Un huésped que recibe exitosamente el servicio de un hotel, se puede decir que está satisfecho de su visita. Si las expectativas del cliente son excedidas, entonces se dice que tiene una satisfacción extrema. Este tipo de satisfacción de la persona es un requisito para la lealtad, pero los clientes satisfechos no siempre se convierten en clientes leales (Bowen y Shoemaker, 1998).

Viajeros que no visitan con frecuencia algún lugar, no pueden ser leales a la propiedad por el simple hecho de que no volverán a regresar a ese sitio. Aunque puede darse el caso de que cada vez que ellos viajan, buscan un hotel de la marca de su preferencia ya que es la propiedad que más los satisfacen y así se puede crear una lealtad. Por lo tanto, el hablar de lealtad se extiende a la simple satisfacción del cliente por lo que un huésped leal tiene más valor que uno satisfecho (Dubé y Renaghan, 1999).

Mercadotecnia hotelera.

La mercadotecnia trata de descubrir las necesidades y deseos del consumidor y proveer productos que satisfagan éstos. Así mismo, consiste básicamente en el estudio y la administración del proceso de cambio. (Powers, 1990).

En ella, intervienen los factores que el hotel necesita para seleccionar el mercado principal y estimular o cambiar la demanda de los servicios que éste ofrece. Además de incluir ventas, también incluye otros factores: investigación, estrategias de acción, anuncios, publicidad y promociones de ventas (Abbey, 1989).

Lealtad del Cliente.

Los nuevos conceptos acerca de la mercadotecnia personalizada son perspectivas estratégicas empleadas para desarrollar la lealtad de los huéspedes de manera que no pueda ser duplicada por la competencia (Bowen y Shoemaker, 1998).

La lealtad a la marca está definida como las preferencias institucionales del consumidor por un producto o servicio basado únicamente en el nombre de una marca o un logo. Se puede argumentar entonces que la lealtad en el consumidor es el resultado de un esfuerzo promocional exitoso. Éste es un concepto importante porque su medición permite conocer la influencia que una marca y su comercialización genera en el cliente.

En un hotel con un mercado altamente competitivo, el reto más grande de los ejecutivos de ventas es determinar que hacer para lograr que un cliente se dirija a un hotel en particular cuando los hoteles entre los que escoge son iguales en precio y calidad. El nivel en la calidad, el servicio y el precio fomentan la lealtad del huésped de un hotel. La lealtad a la marca, por naturaleza, crea la preferencia predeterminada del cliente (Ismail, 1999).

Las siguientes características que tienen un alto efecto para fomentar la lealtad de las personas que se hospedan en un hotel:

Proporcionar “upgrades” en caso de que no se cuente con la habitación solicitada.

Realizar check in y check out en el momento que el huésped lo solicite.

Utilizar la información de las visitas del huésped para poder brindarle un servicio más personalizado.

Solicitar una habitación específica.

Los empleados comunican con su actitud, que los problemas del cliente son importantes para ellos.

Cuando regresa al hotel, el proceso de registro ya ha sido realizado con anticipación.

(Bowen y Shoemaker,1998).

Para manejar el valor del cliente se debe crear una calidad y un servicio que los mismos clientes puedan ver. Este valor es un factor importante para poder crear la lealtad.

(Dubé y Renaghan, 1999).

III. METODOLOGÍA

El significado de metodología en sí, se refiere a los métodos de investigación que se siguen para alcanzar los objetivos en una ciencia o estudio, la metodología que se utilizará a lo largo de la investigación. (Robert K. Yin, 2002).

El diseño metodológico de una investigación está formado por un diseño básico y dentro de él por un conjunto de procedimientos y técnicas específicas consideradas como adecuadas para la recolección y análisis de la información requerida por los objetivos del estudio. Por lo tanto, las características de una investigación dependen del propósito que se pretende alcanzar y estas son determinantes para el nivel de complejidad de la investigación y el tipo de estudio que se intenta desarrollar. (Galán, 2009).

3.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño No Experimental-Descriptivo.

No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables.

Descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.



Donde decimos que:

M = Muestra conformada por Representantes legales de las MYPE.

O = Observaciones de las variables nombradas: financiamiento, capacitación y rentabilidad.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Ubicación demográfica

La provincia de Leoncio Prado es una provincia del centro-norte del Perú situada en el norte de la Región de Huánuco, bajo la administración del Gobierno regional de Huánuco. Limita por el norte con la Región de San Martín; por el este con la Región Ucayali; por el sur con la provincia de Puerto Inca, la provincia de Pachitea y la provincia de Huánuco; y, al oeste con las provincias de Marañón, Huacaybamba, Huamalés y Dos de Mayo. La provincia se divide en siete distritos, incluyendo el distrito de Castillo Grande (recientemente distritalizado).

Población

Según la información recopilada la población está conformada de 24 MYPES formales dentro del sector Servicio dedicadas al rubro de Hotelería en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016.

Muestra

En este estudio de investigación utilizaremos una muestra de 12 MYPE del sector Servicio dedicadas al rubro de Hotelería en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016. Con selección sistemática, es decir un subgrupo de la población en el que todos los elementos de esta tienen la misma posibilidad de ser elegidos, o seleccionados al azar.

3.2.2. Criterios de Inclusión

Se Tomó en Consideración a Todas MYPE del sector Servicio dedicadas al rubro de Hotelería en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016, que cuyos establecimientos comerciales están ubicados en la zona urbana de la provincia de Leoncio Prado.

3.2.3. Criterios de Exclusión

No se ha tomado en consideración a las MYPE del sector Servicio dedicadas al rubro de Hotelería en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016, que cuyos establecimientos comerciales están ubicados en la zona Rural de la provincia de Leoncio Prado.

3.2.4. Definición y operacionalización de las variables

Definición de variables

Financiamiento:

En términos generales, el financiamiento es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado. (Financiamiento pre inversión, 2011).

Capacitación:

Se define a la capacitación como el proceso de aprendizaje al que se somete una persona a fin de obtener y desarrollar la concepción de ideas abstractas mediante la ampliación de procesos mentales y de la teoría para tomar decisiones no

programadas. Así también otras teorías manifiestan que la capacitación es el conjunto de conocimientos sobre el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz. (UNAM, 2014).

La Rentabilidad:

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. (Markowitz, 2010).

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las MYPE	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las MYPE	Edad	Razón: Años
		Sexo	Nominal: Masculino/Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad
Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de las MYPE	Son algunas características de las MYPE	Antigüedad de las MYPE	Razón Un año Dos años Tres años Más de tres años
		Número de trabajadores	Razón: 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?	Razón: Uno Dos Tres Más de cuatro
		Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?	Nominal: Gestión empresarial Manejo eficiente del crédito Gestión Financiera Prestación de mejor servicio al cliente, Otros
Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en las MYPE.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las MYPE.	Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE	Nominal: Propio/ Ajeno
		Solicitó crédito para su negocio	Nominal: Sí / No
		Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo	Normal: Créditos de Consumo Crédito comerciales Crédito hipotecario, otros
		De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito	Normal: Edipyme Confianza, CrediScotia, Bco. Crédito Usureros, cajas municipales
		En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo	Normal: Capital de trabajo Mejoramiento y/o ampliación del local. Activos fijos, Programa de capacitación, Otros.

Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Capacitación en la MYPE.	Son algunas características relacionadas a la Capacitación del personal en las MYPE.	Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito	Nominal: Sí/No
		Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años	Ordinal: Uno, Dos, Tres, Más de tres.
		Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?	Nominal: Inversión del crédito, Inversión del crédito financiero, Manejo empresarial, Administración de recursos humanos, Marketing empresarial, otros.
Variable complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad en las MYPE	Son algunas características relacionadas a la Rentabilidad en las MYPE	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	Nominal: Sí/No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento Recibido.	Nominal: Sí/No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud.	Nominal: Sí/ No
		Cree usted que la capacitación recibida es una Inversión o un Gasto	Nominal: Sí / No

3.3. Técnicas e Instrumentos

La Observación: Para el desarrollo del presente trabajo se hará uso de información primaria como: encuestas, informes orales, y así como información secundaria como: Censos, informes estadísticos, archivos, anuarios, reportes y publicaciones vía Internet y otros documentos que tengan relación con nuestra investigación.

La Entrevista: Se aplica la entrevista preparada con las preguntas respectivas que se formularan a los propietarios y/o representantes de los Hoteles de la provincia de Leoncio Prado.

La Encuesta: Se elaborara el cuestionario en función de las variables de la investigación, con la finalidad de obtener datos positivos que nos servirán como herramienta referencial para la contratación de las hipótesis.

3.4. Plan de Análisis de datos

La ejecución del procesamiento y almacenamiento del análisis de datos se realizó a través del programa informático Microsoft Excel, para la posterior creación de la base de datos, los respectivos gráficos, desarrollando el análisis de los datos obtenidos complementado con el uso de bibliografía, y así generar un mayor sustento a los resultados.

Tabla 2. Matriz de Consistencia de la Investigación.

CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO HOTELERÍA EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016

PROBLEMA			OBJETIVOS	
¿Cuáles son las características del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016?			GENERAL: Determinar las características del financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	
			ESPECIFICOS: Describir las características del Perfil de los representantes legales de las MYPE; Describir las características de la MYPE en estudio; Describir las características del Financiamiento de las MYPE en estudio; Describir las características de la capacitación de las MYPE en estudio; Describir las características de la rentabilidad de las MYPE en estudio.	
VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
INDEPENDIENTE: Financiamiento de la MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	Mejoramiento continuo del financiamiento empresarial. Importancia para el país, la inversión de las MYPE.	Nivel de Importancia del financiamiento de la MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	NIVEL DE LA INVESTIGACION: La investigación que proponemos es Descriptiva TIPO DE LA INVESTIGACIÓN: Cuantitativa, no experimental.	ENCUESTA: + Cuestionario + Lista de cotejo
INDEPENDIENTE: Capacitación de los representantes de la MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	Satisfacción de los Miembros de las MYPE por la generación de alta calidad de preparación de los trabajadores a través de las capacitaciones	Grado de Capacitación del personal de la MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	UNIVERSO Y MUESTRA: Universo: Microempresas de la provincia de Leoncio Prado Total de Microempresas: 24 unidades Muestra: 12 unidades	EL CUESTIONARIO COMPRENDE LAS SIGUIENTES ÁREAS + Datos de identificación del encuestado + Nombre de la Empresa + Pregunta sobre las veces de capacitación + Pregunta sobre los cursos de capacitación
INDEPENDIENTE Rentabilidad de la MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	Rentabilidad empresarial del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	Grado de rentabilidad empresarial de la MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	TÉCNICAS UTILIZADAS: +Análisis documental + Aplicación de Encuestas	CUESTIONARIO COMPRENDE LAS SIGUIENTES ÁREAS: + preguntas sobre la rentabilidad
DEPENDIENTE: Desarrollo de la MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016	Incremento acelerado de Microempresas del sector servicios rubro hotelería	Grado de desarrollo de la MYPE del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.	+Análisis documental +Aplicación de cuestionario +Entrevistas con microempresarios	Filmación del Tesista con los microempresarios de la provincia de Leoncio Prado.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

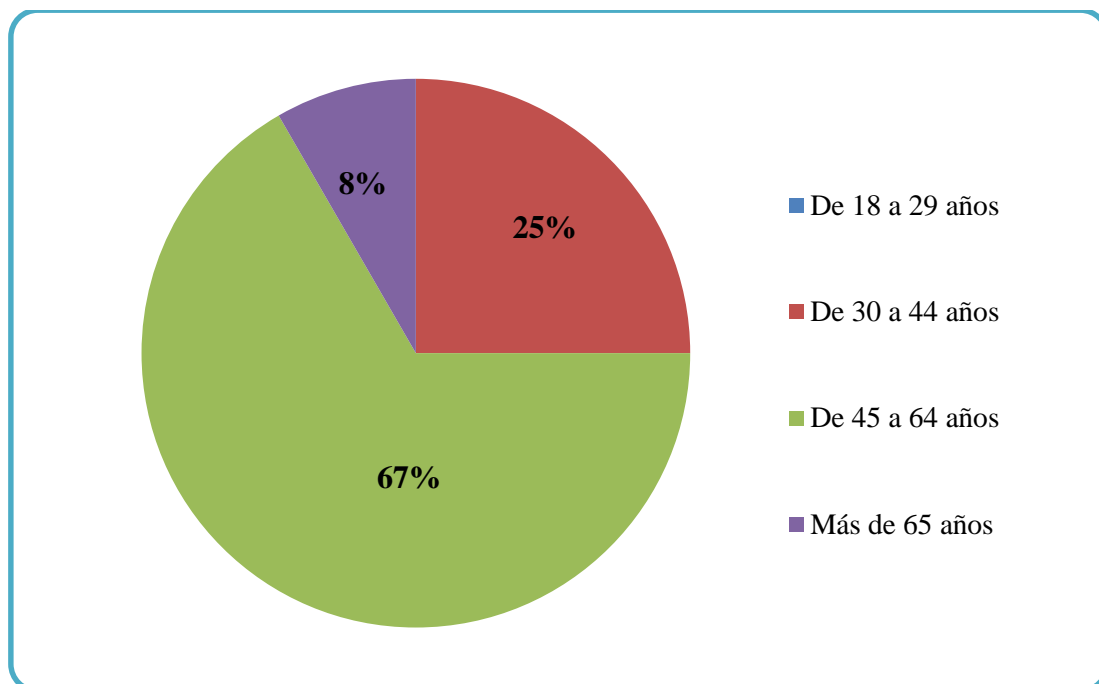
Respecto al Perfil de los empresarios

Tabla 3. ¿Edad de los representantes legales de la MYPE del sector servicio rubro Hotelería de la provincia de Leoncio Prado?

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 29 años	0	0.0
De 30 a 44 años	3	25.0
De 45 a 64 años	8	66.7
Más de 65 años	1	8.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 1. Edad de los representantes legales de la MYPE.



Fuente: Tabla 3

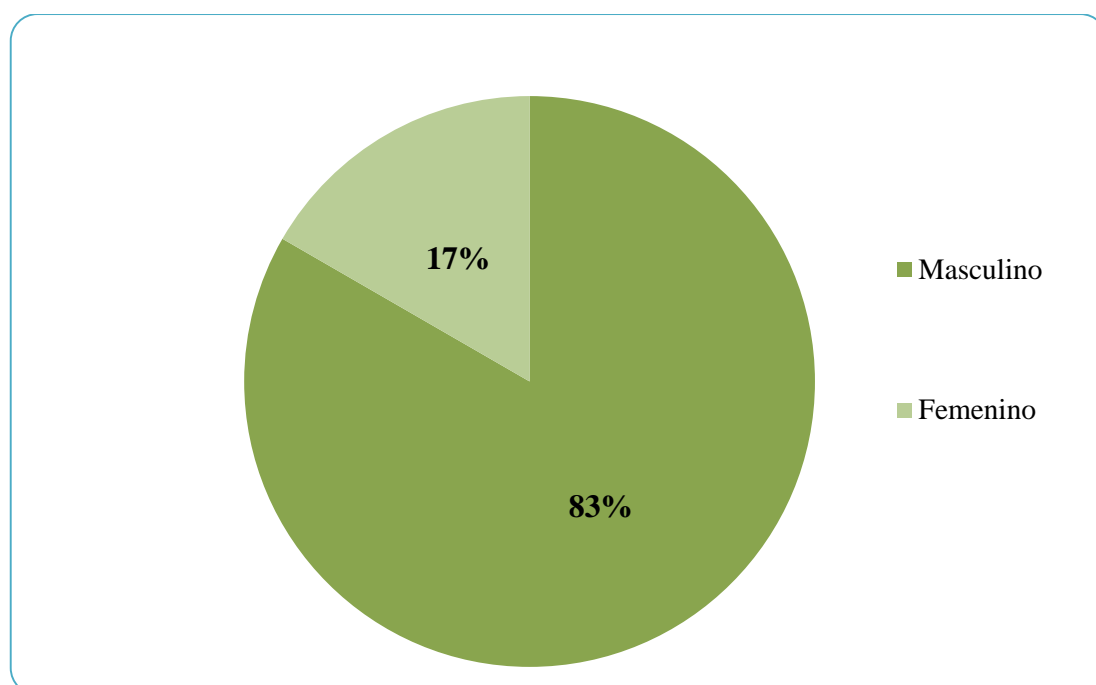
En la Tabla 3 y Gráfico 1, se observa que el 67 % de los representantes de las MYPE son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 45 a 64 años, el 25 % están en edad de 30 a 44 años de edad y el 8% son mayores de 65 años.

Tabla 4. ¿Género de los representantes legales de la MYPE del sector servicio rubro Hotelería de la provincia de Leoncio Prado?

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	10	83.3
Femenino	2	16.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE ,2016.

Gráfico 2. Género de los representantes legales de la MYPE.



Fuente: Tabla 4

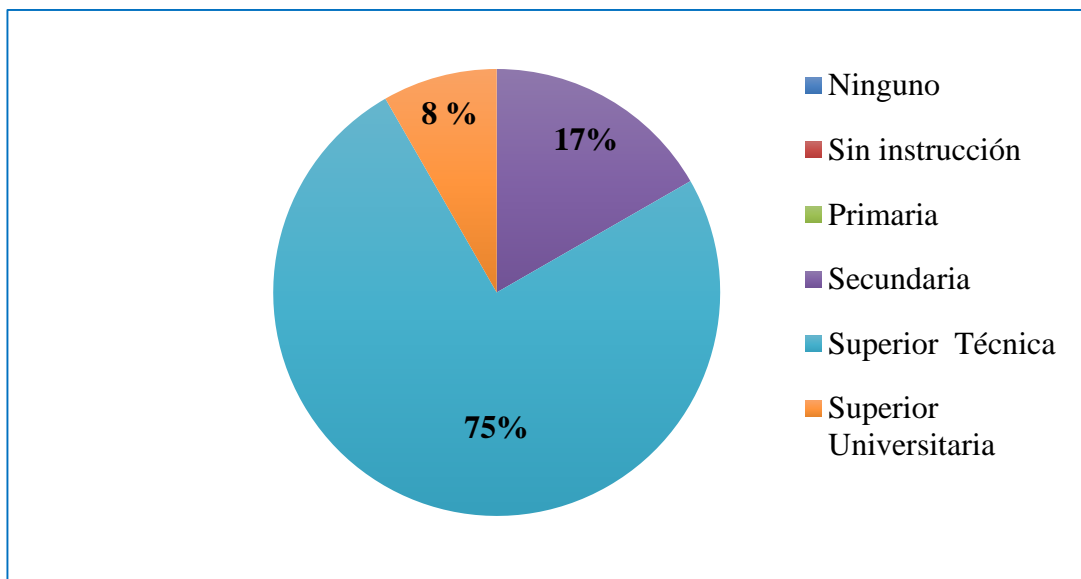
En la Tabla 4 y Gráfico 2, se observa que el 83 % de los representantes de la MYPE son de género Masculino y el 17 % son del género Femenino.

Tabla 5 ¿Grado de Instrucción de los representantes legales de la MYPE?

Grado de Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	0	0
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	0	0.0
Secundaria	2	16.7
Superior Técnica	9	75.0
Superior Universitaria	1	8.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 3. ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE?



Fuente: Tabla 5

En la Tabla 5 y Gráfico 3, se observa que el 75 % de los representantes de las MYPE tienen estudios superior técnica y el 17 % estudios de secundaria y un 8% tiene Superior Universitaria.

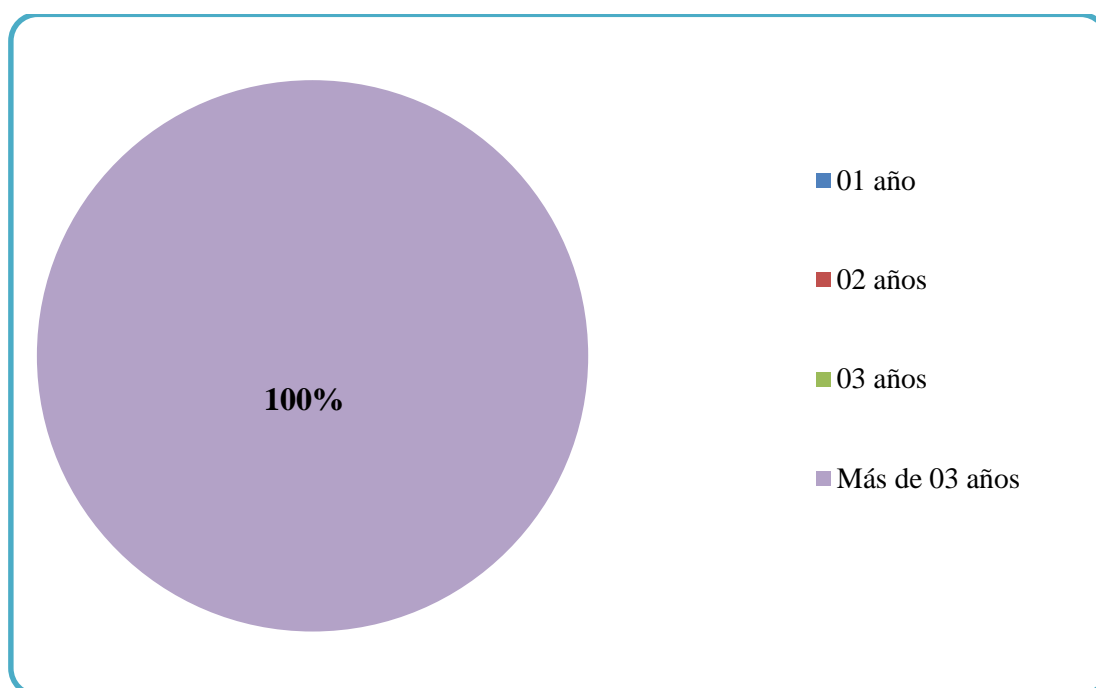
Respecto al Perfil de la MYPE

Tabla 6. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?

Tiempo del negocio	Frecuencia	Porcentaje
01 año	0	0.0
02 años	0	0.0
03 años	0	0.0
Más de 03 años	12	100.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 4. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?



Fuente: Tabla 6

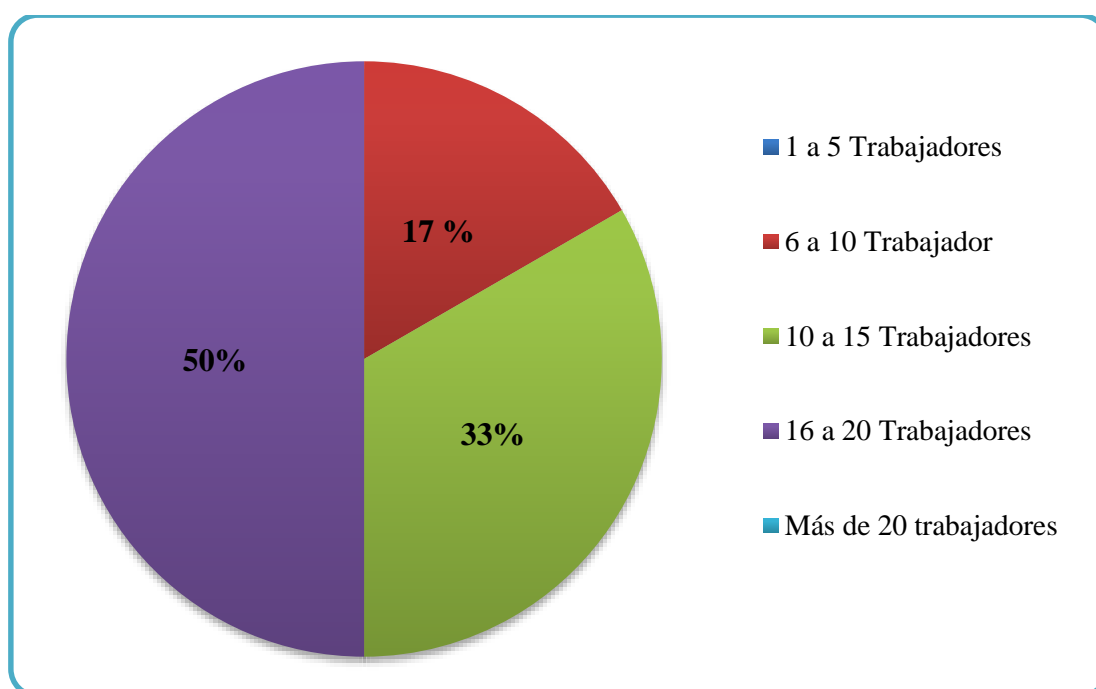
En la Tabla 6 y Gráfico 4, se observa que el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial.

Tabla 7 ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?

N° de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 Trabajadores	0	0.0
6 a 10 Trabajador	2	16.7
10 a 15 Trabajadores	4	33.3
16 a 20 Trabajadores	6	50.0
Más de 20 trabajadores	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 5. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?



Fuente: Tabla 7

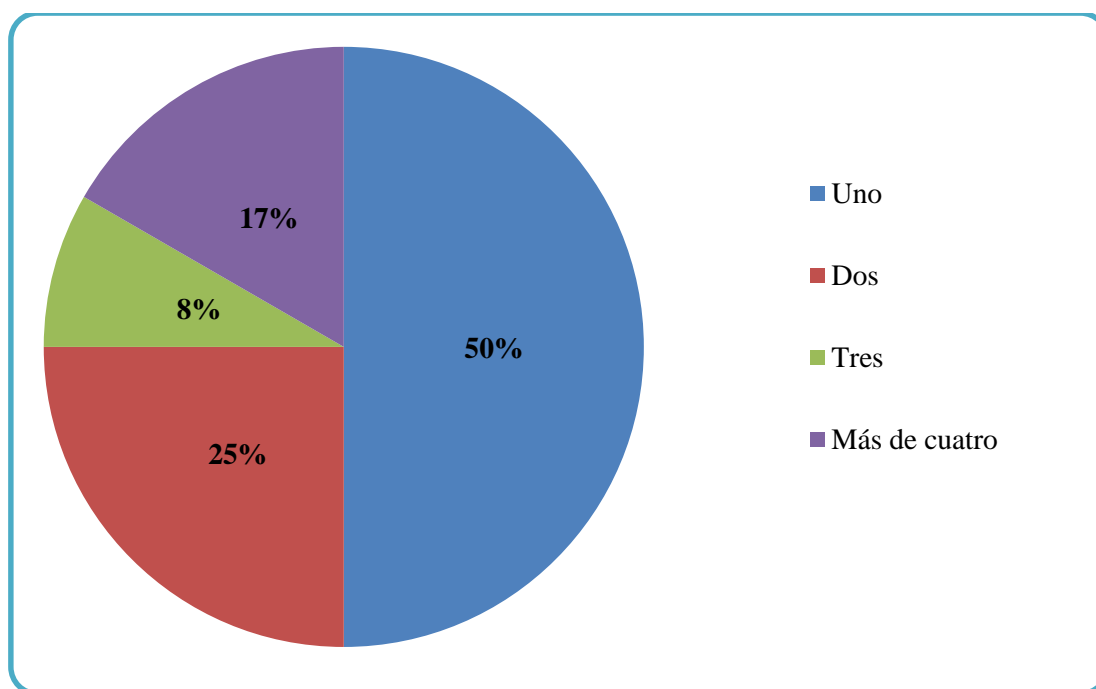
En la Tabla 7 y Gráfico 5, se observa que el 50 % de los representantes de la MYPE tienen de 16 a 20 trabajadores, el 33% tienen de 10 a 15 trabajadores, el 17 % tienen de 6 a 10 trabajadores.

Tabla 8. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Uno	6	50.0
Dos	3	25.0
Tres	1	8.3
Más de cuatro	2	16.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 6. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?



Fuente: Tabla 8

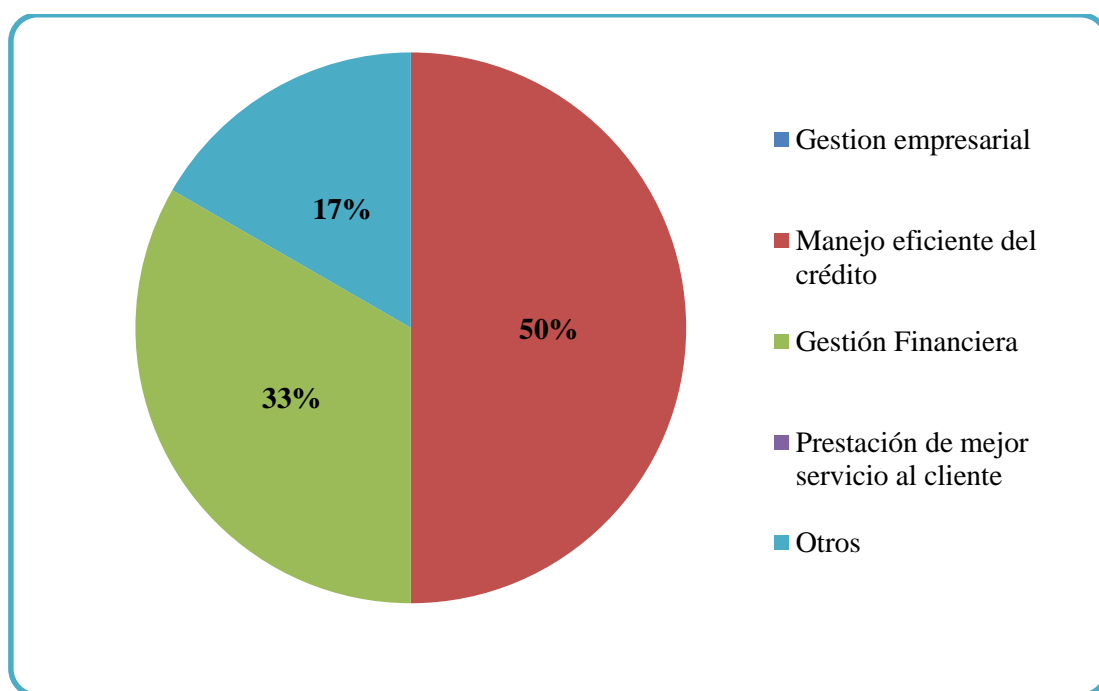
En la Tabla 8 y Gráfico 6, se observa que el 50% recibieron capacitación en un curso, el 25% recibieron capacitación en dos cursos, el 17% recibieron capacitación en más de cuatro cursos, el 8% recibieron capacitación en tres cursos.

Tabla 9. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?

Tipo de curso	Frecuencia	Porcentaje
Gestión empresarial	0	0.0
Manejo eficiente del crédito	6	50.0
Gestión Financiera	4	33.3
Prestación de mejor servicio al cliente	0	0.0
Otros	2	16.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 7. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?



Fuente: Tabla 9

En la Tabla 9 y Gráfico 7, se observa que el 50% ha participado en el curso manejo eficiente de crédito, el 33% ha recibido capacitación en el curso de gestión financiera, el 17% recibieron capacitación en otros cursos.

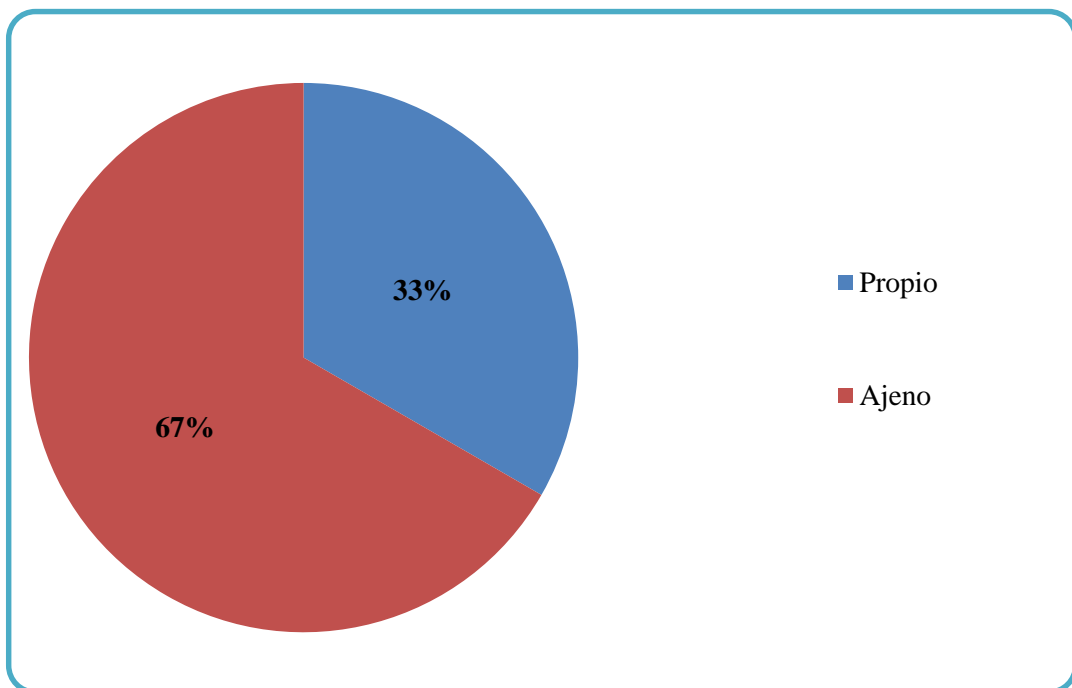
Del financiamiento de las MYPE:

Tabla 10 ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE?

Su financiamiento es	Frecuencia	Porcentaje
Propio	4	33.3
Ajeno	8	66.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 8. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE?



Fuente: Tabla 10

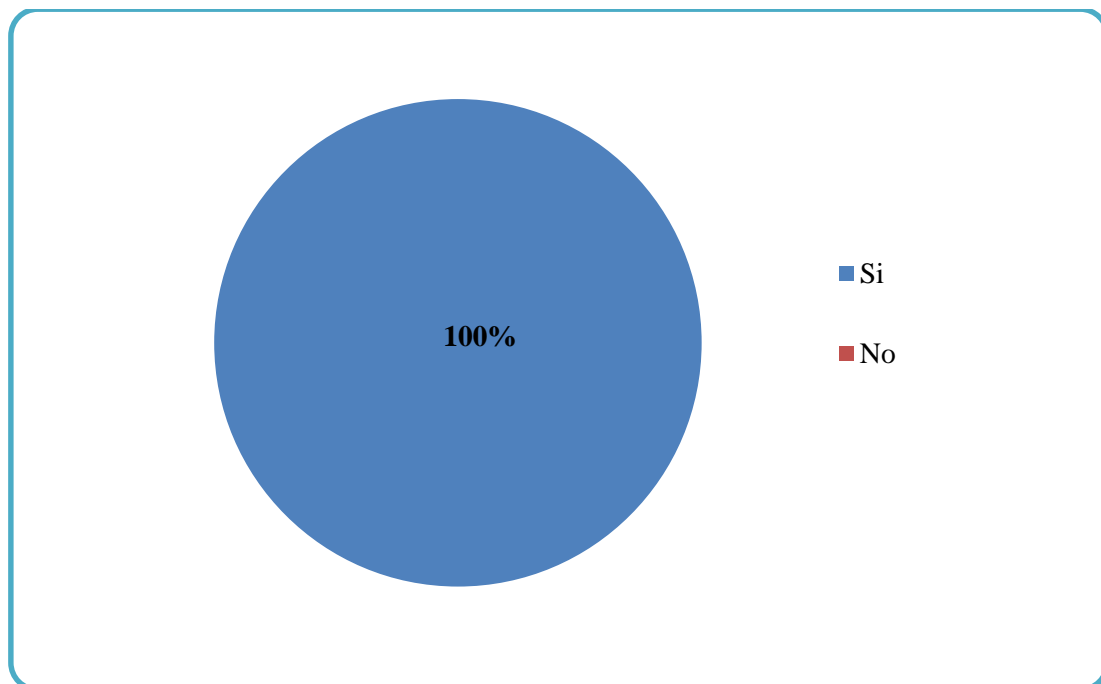
En la Tabla 10 y Gráfico 8, se observa que el 67% su financiamiento es Ajeno y el 33% su financiamiento es propio.

Tabla 11 ¿Solicitó crédito para su negocio?

Solicitó Crédito	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 9. ¿Solicitó crédito para su negocio?



Fuente: Tabla 11

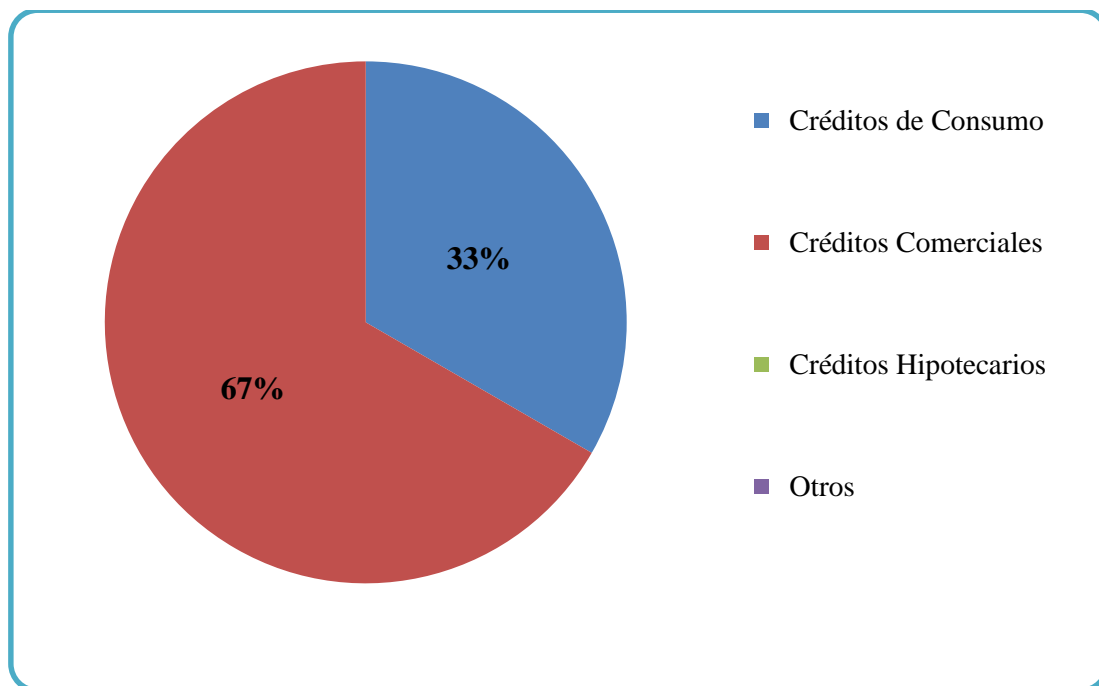
En la Tabla 11 y Gráfico 9, se observa que el 100% si solicitaron crédito para su negocio.

Tabla 12 ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?

Tipo de Crédito	Frecuencia	Porcentaje
Créditos de Consumo	4	33.3
Créditos Comerciales	8	66.7
Créditos Hipotecarios	0	0.0
Otros	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 10. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?



Fuente: Tabla 12

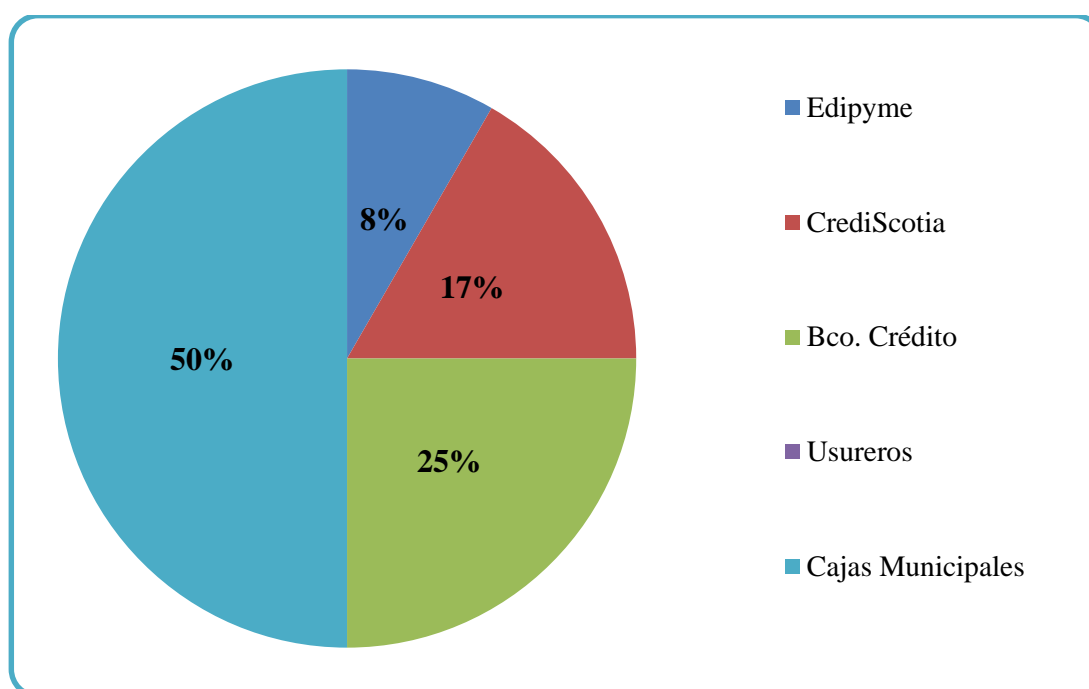
En la Tabla 12 y Gráfico 10, se observa que el 67% obtuvieron créditos comerciales y el 33% obtuvieron créditos de consumo.

Tabla 13 ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?

Entidad financiera	Frecuencia	Porcentaje
Edipyme Confianza	1	8.3
CrediScotia	2	16.7
Bco. Crédito	3	25.0
Usureros	0	0.0
Cajas Municipales	6	50.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 11. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?



Fuente: Tabla 13

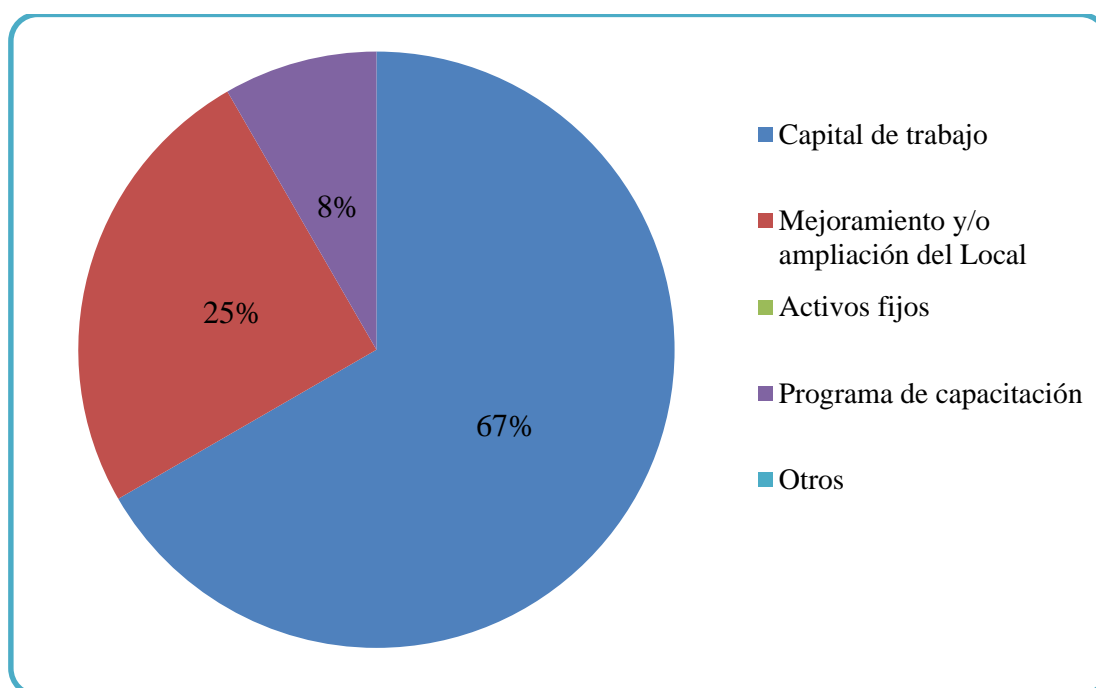
En la Tabla 13 y Gráfico 11, se observa que el 50% precisa que solicitaron crédito a cajas municipales, el 8% Edipyme Confianza, 17% a Crediscotia, 25% al Banco de Crédito.

Tabla 14 ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?

En qué fue invertido el crédito	Frecuencia	Porcentaje
Capital de trabajo	8	66.7
Mejoramiento y/o ampliación del	3	25.0
Activos fijos	0	0.0
Programa de capacitación	1	8.3
Otros	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 11. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?



Fuente: Tabla 14

En la Tabla 13 y Gráfico 11, se observa que el 67% precisa que solicitaron crédito para capital de trabajo, el 25% solicitaron crédito para el mejoramiento y/o ampliación del local, el 8% solicitaron crédito para capacitación de personal.

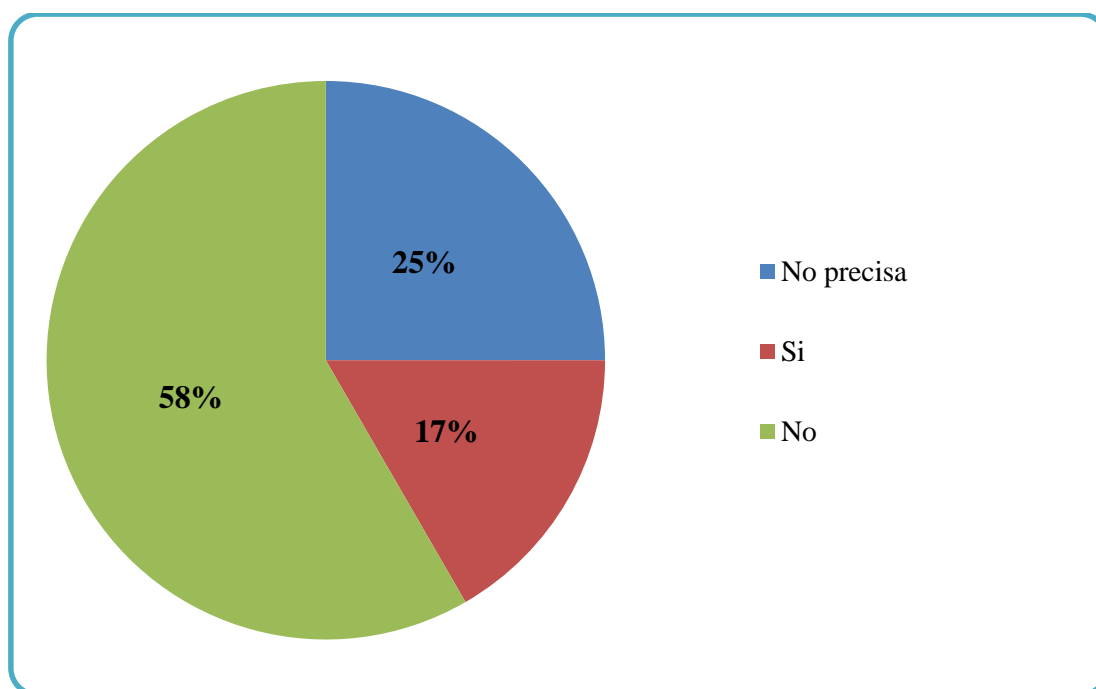
Respecto a la Capacitación de las MYPE:

Tabla 15 ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?

Recibió capacitación	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	3	25.0
Si	2	16.6
No	7	58.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 13. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?



Fuente: Tabla 15

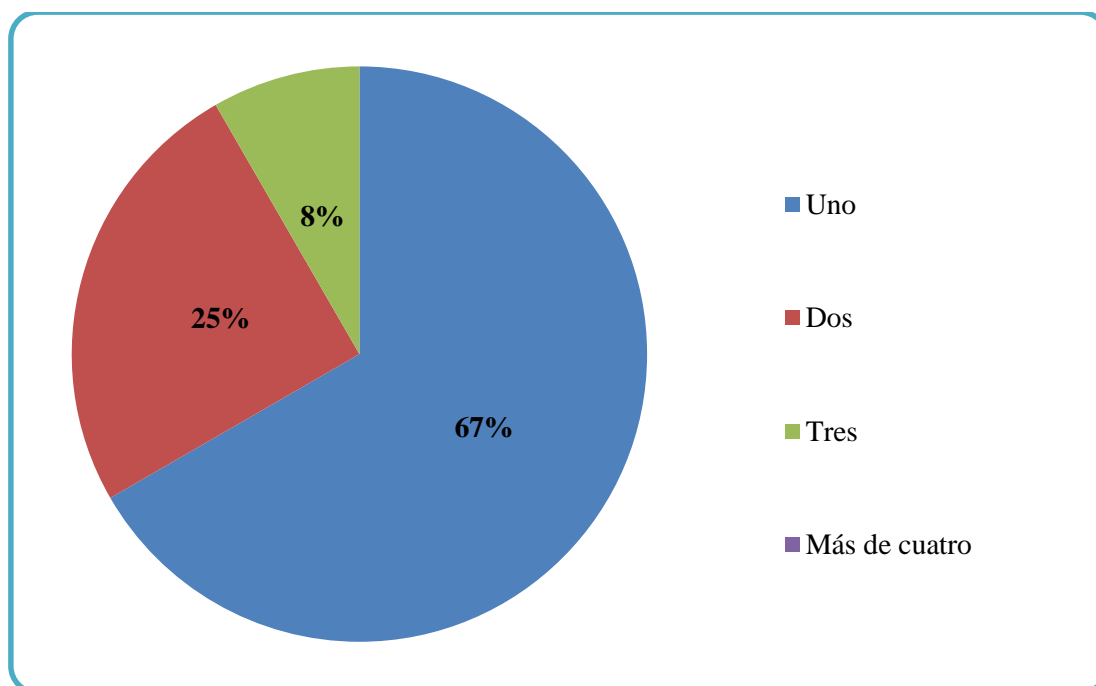
En la Tabla 15 y Gráfico 13, se observa que el 58% precisa no haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 25% no precisa si han Recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 17 % Si han recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito.

Tabla 16 ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?

N° cursos de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Uno	8	66.7
Dos	3	25.0
Tres	1	8.3
Más de cuatro	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE, 2016.

Gráfico 14. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?



Fuente: Tabla 16

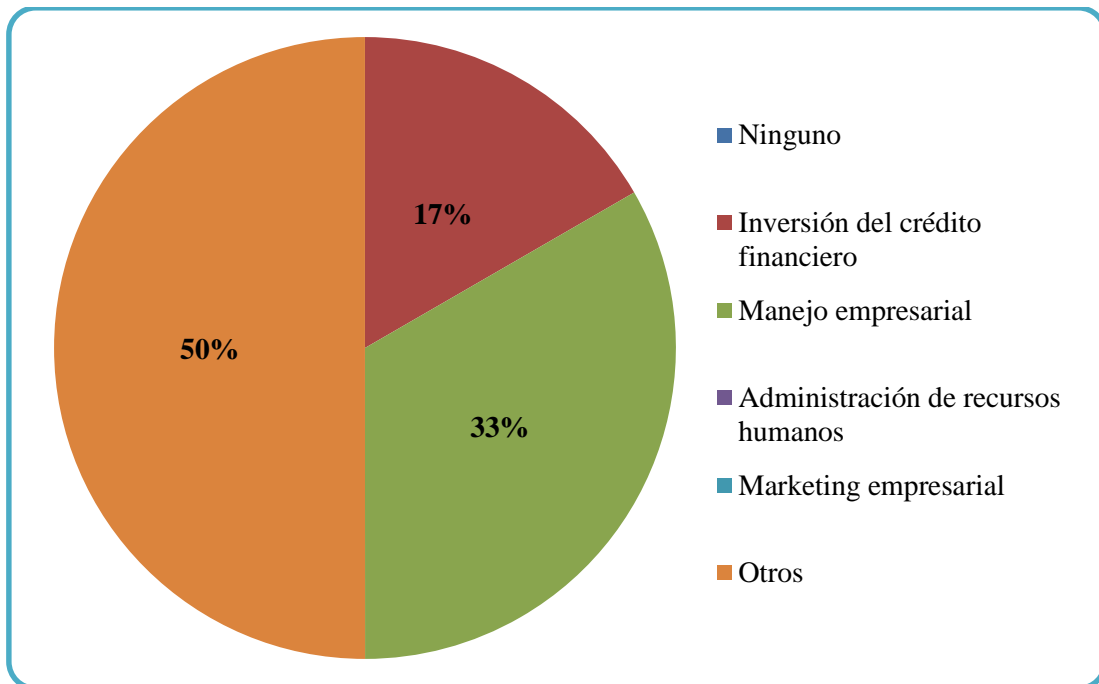
En la Tabla 16 y Gráfico 14 se observa que el 67% precisa que han recibido un curso de capacitación, el 25% precisa que han recibido capacitación en dos cursos, el 8% han recibido capacitación en tres cursos.

Tabla 17. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?

Tipo de curso	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	0	0.0
Inversión del crédito financiero	2	16.7
Manejo empresarial	4	33.3
Administración de recursos humanos	0	0.0
Marketing empresarial	0	0.0
Otros	6	50.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 15. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?



Fuente: Tabla 17

En la Tabla 17 y Gráfico 15, se observa el 50% han recibido capacitación en otros cursos, el 33% han Recibido capacitación en el curso de manejo empresarial, el 17 % han recibido capacitación en el curso de inversión del crédito financiero.

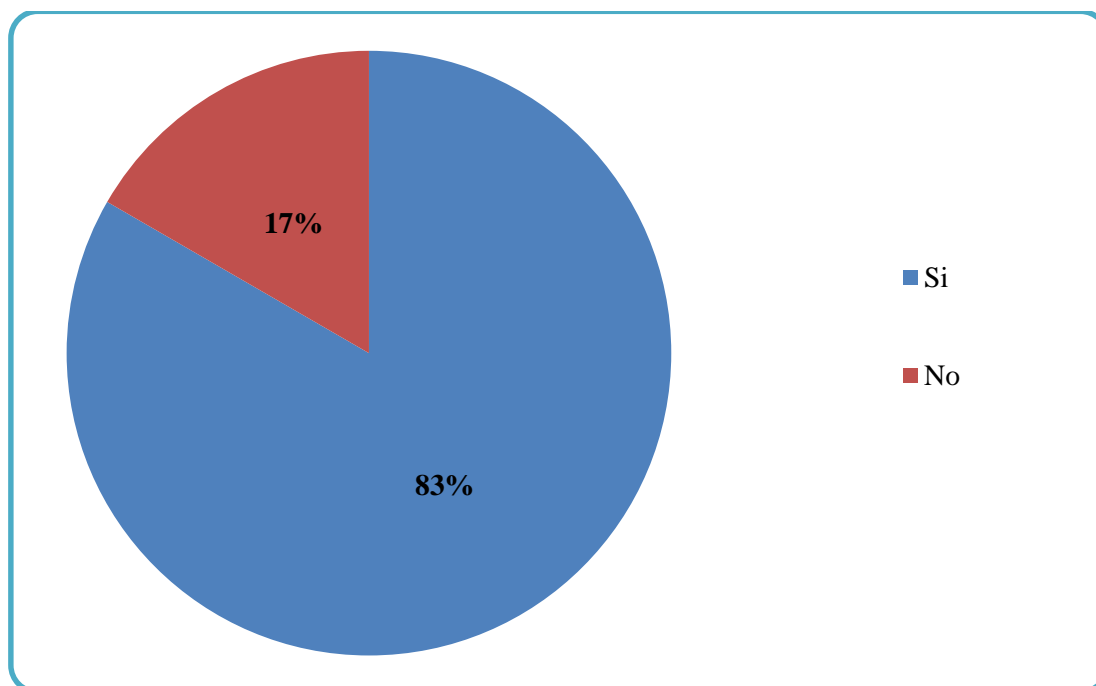
Respecto a la Rentabilidad De La MYPE

Tabla 18. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?

Mejorado la Rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	83.3
No	2	16.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 16. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?



Fuente: Tabla 18

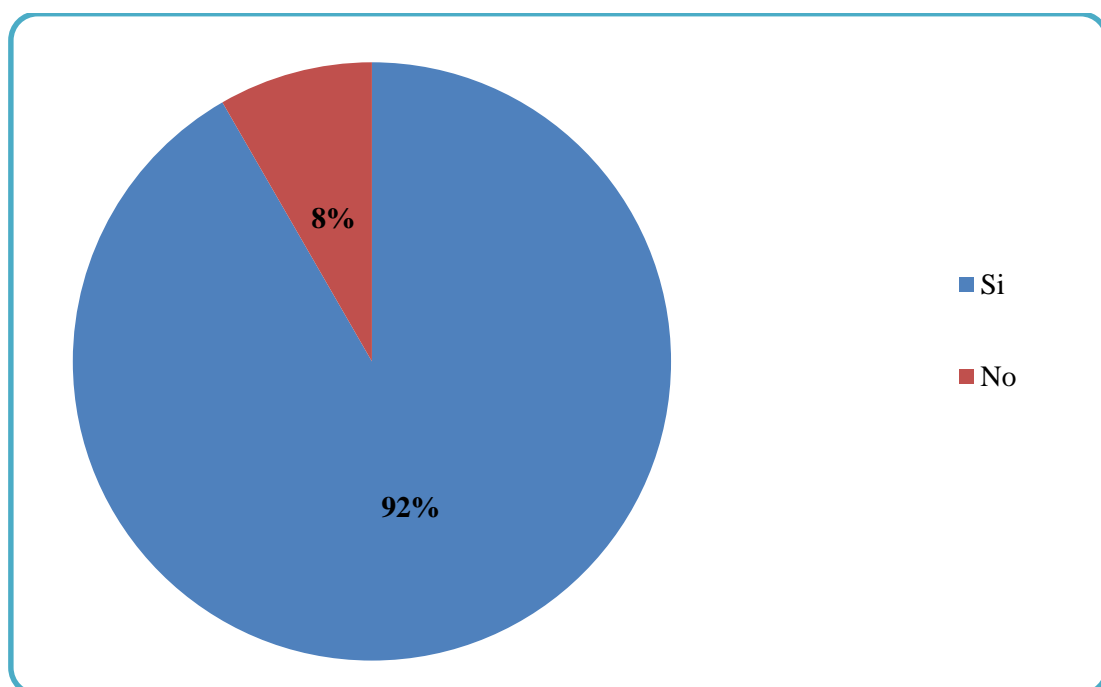
En la Tabla 18 y Gráfico 16, se observa que el 83% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido y el 17% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por el financiamiento recibido.

Tabla 19. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?

La capacitación ha mejorado	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	91.7
No	1	8.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 17. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?



Fuente: Tabla 19

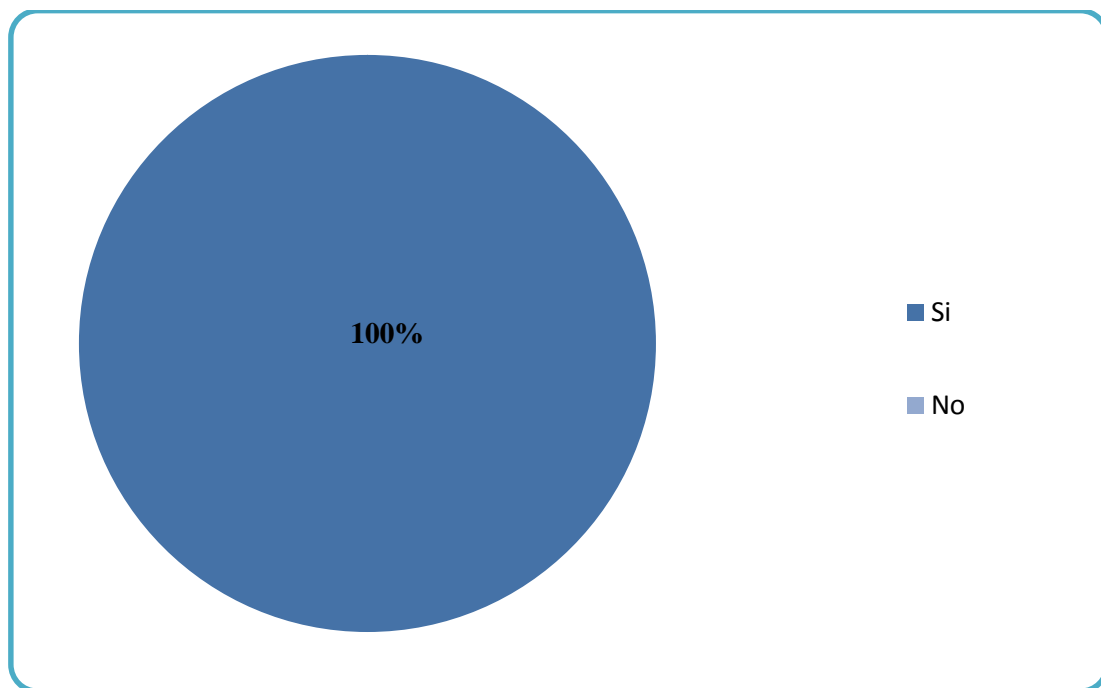
En la Tabla 19 y Gráfico 17, se observa que el 92% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido y el 8% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por la capacitación recibido.

Tabla 20. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?

La capacitación es una inversión	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016.

Gráfico 18. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?



Fuente: Tabla 20

En la Tabla 20 y Gráfico 18, se observa que el 100% si Cree que la que la capacitación recibida es una inversión o un gasto.

4.2 Análisis de los Resultados

Respecto a los Empresarios

En la Tabla(3), de las MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 45 a 64 años y el 25 % de 30 a 44 años de edad; y un 8% está entre los más de 65 años. Concordando con los resultados de Peña, E. (2014), en su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios - Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013, donde el 100% son adultos

En la Tabla (4), el 83 % de los representantes de la MYPE son de género Masculino y el 17 % son del género Femenino. Concordando con los resultados de Peña, E. (2014), en su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios - Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013, donde el 80 % son de género masculino.

En la Tabla (5), se obtuvo que el 75 % de los representantes de las MYPE tienen estudios superior técnica y el 17 % estudios de secundaria y un 8% tiene superior universitaria. No Concordando con los resultados de Peña, E. (2014), en su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios - Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013, donde el 50% tiene estudio superior universitaria completa.

Respecto al perfil de la MYPE

En la Tabla (6), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial.

Concordando con los resultados de Peña, E. (2014), en su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios - Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013 , donde el 100% se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente

En la Tabla (7), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que el 50 % de los representantes de la MYPE tienen de 16 a 20 trabajadores, el 33.33% tienen de 10 a 15 trabajadores, el 16,16 % tienen de 6 a 10 trabajadores.

En la Tabla(8), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de los encuestados, el 50% recibieron capacitación en un curso, el 25% recibieron capacitación en dos cursos, el 17% recibieron capacitación en más de cuatro cursos, el 8% recibieron capacitación en tres cursos.

En la Tabla (9), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de los encuestados el 50% ha participado en el curso manejo eficiente de crédito, el 33% ha recibido capacitación en el curso de gestión financiera, el 17 % recibieron capacitación en otros cursos.

Respecto al Financiamiento

En la Tabla (10), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de los encuestados, el 67% su financiamiento es Ajeno y el 33% su financiamiento es propio.

En la Tabla (11), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% , el 100% si solicitaron crédito para su negocio.

En la Tabla (12), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 67% obtuvieron créditos comerciales y el 33% obtuvieron créditos de consumo.

En la Tabla (13), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 50% precisa que solicitaron crédito a cajas municipales, el 8% Edpyme Confianza, 17% a Crediscotia, 25% al Banco de Crédito. No Concordando con los resultados de Peña, E. (2014), en su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios - Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013, donde el mas de la mitad obtuvo su crédito de las entidades bancarias.

En la Tabla (14), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 67% precisa que solicitaron crédito para capital de trabajo, el 25% solicitaron crédito para el mejoramiento y/o ampliación del local, el 8 % solicitaron crédito para capacitación de personal. No Concordando con Gamarra, D. (2011), en su investigación Titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro hoteles y alojamientos del casco urbano de la ciudad de Tingo María, periodo 2009 - 2010”, donde solamente el 20 % invirtieron en capital de trabajo y el 60 % han invertido su crédito en mejoramiento y/o ampliación de sus locales.

Respecto a la Capacitación de las MYPE:

En la Tabla (15), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 58% precisa no haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 25% no precisa si han Recibido capacitación previa antes

del otorgamiento del crédito, el 17 % Si han recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito.

En la Tabla (16), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 67% precisa que han recibido un curso de capacitación, el 25% precisa que han Recibido capacitación en dos cursos, el 8 % han recibido capacitación en tres cursos.

En la Tabla (17), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 50% han recibido capacitación en otros cursos, el 33% han Recibido capacitación en el curso de manejo empresarial, el 17 % han recibido capacitación en el curso de inversión del crédito financiero.

Respecto a la Rentabilidad de la MYPE

En la Tabla (18), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 83% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido y el 17% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por el financiamiento recibido. Concordando casi con Gamarra, D. (2011), en su investigación Titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro hoteles y alojamientos del casco urbano de la ciudad de Tingo María, periodo 2009 - 2010” , donde más de la mitad de los representantes de las MYPE consideran que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de sus empresas.

En la Tabla (19), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 92% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido y el 8% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado

por la capacitación recibido. Concordando casi con los resultados de Peña, E. (2014), en su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios - Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013, donde el 57% cree que la capacitación mejoro la rentabilidad de su empresa.

En la Tabla (20), se obtuvo que el 100% de los representantes de las MYPE si Cree que la capacitación recibida es una inversión o un gasto. Concordando casi con los resultados de Peña, E. (2014), en su investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios - Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013, donde el 100% considera que la capacitación del personal es una inversión para la empresa.

V. CONCLUSIONES

Respecto a los Empresarios, Se concluye que todos los representantes legales son personas adultas y que sus edades oscilan entre 45 a 64 años de edad. Por otro lado se obtuvo también que el 83 % de los representantes de la MYPE son de género Masculino y solamente el 17 % son del género Femenino. También se pudo obtener que el 75 % de los representantes de las MYPE tienen estudios superior técnica.

Respecto a las características de la MYPE, Se concluye que el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial; Se obtuvo también que el 50 % de los representantes de la MYPE tienen de 16 a 20 trabajadores.

Respecto a las características del financiamiento Se concluye que el 67% de los representantes de la MYPE su financiamiento es Ajeno y el 33% su financiamiento es propio; Se pudo obtener también que el 50% solicitaron su crédito en Cajas Municipales

Respecto a las características de la capacitación Se concluye que el 58% de los representantes de la MYPE precisa no haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito recibido.

Respecto a las características de la rentabilidad Se concluye que hay relación entre financiamiento y rentabilidad. Así mismo, también hay relación entre capacitación y rentabilidad de las MYPE encuestadas ya que el 83% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido y El 92% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido. Se pudo obtener también que el 100% si Cree que la que la capacitación recibida es una inversión o un gasto.

Referencias bibliográficas.

- Alarcón, A (2008). “Teoría sobre la estructura financiera”. [Extraída el 13 de Mayo del 2016]. Disponible en: afinhot.htm
- Al Brecht, K. & Zenke, R. (1995). “La gerencia del servicio”. Editorial Legis, Bogotá, Colombia.
- Aiteco Consultores. (2004). Calidad en el servicio. [Extraído el 08 Mayo del 2016]. Disponible desde: <http://www.aiteco.com/ctservic.html>
- Benavides, C. (2012). La calidad y productividad en el sector hotelero andaluz, [Extraído el 08 Mayo del 2016]. Disponible desde: <http://riuma.uma.es/mui/bitstream/handle/10630/5049/Tesis%20Doctoral%20de%20Carlos%20Guillermo%20Benavides%20Chic%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Berry L., et al. (1989). “Calidad de servicio. Una ventaja estratégica para instituciones financieras”. Ediciones Díaz Santos, España, p. 204
- Berry, T. H. (1992). “Cómo gerenciar la transformación hacia la calidad”. Edit. McGraw Hill, Bogotá, Colombia. 205 p.
- Becker, G.S. (1964). Investment in human capital: a theoretical analysis. *Journal of Political Economy*, 70, 9-49
- Blake, O. (1997). La capacitación un recurso dinamizador de las organizaciones. Ediciones Macchi. Argentina, 2da edición. [Extraído el 09 de abril del 2016]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/detalle_tp.php?id_docente=&id_blog=16559
- Brealey R. y S. Myers. (1998). Fundamentos de financiación empresarial: McGraw-Hill.

- Colunga, C., (1995). "La calidad en el servicio"; Panorama editorial; México
[Extraído el 23 de Julio de 2016]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos96/calidad-en-el-servicio-al-cliente/calidad-en-el-servicio-al-cliente.shtml#ixzz3ws56jJ69>
- Chaparro, C. (2009). "El negocio hotelero en el Perú ha iniciado un despegue realmente desarrollador". [Extraído el 09 de Julio del 2016]. Disponible en: <http://www.larepublica.pe/23-03-2008/el-boom-hotelerero>
- Chacaltana J. (2005). Capacitación laboral proporcionada por las empresas: El caso peruano. 2005. [Extraída el 14 Julio del 2016]. Disponible en: <http://www.consortio.org/CIES/html/pdfs/pm0324.pdf>.
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del Talento Humano. [Extraído el 09 de Julio del 2016].
Disponible en: <http://www.chiavenato.com/espanol/publicaciones/gestion-del-talento-humano-721.html>
- Delgado, L. (2013). Ocupación en hoteles de lujo en Perú llega al 90% anual [Extraído el 09 de Junio del 2016]. Disponible desde: <http://gestion.pe/economia/canatur-ocupacion-hoteles-lujo-peru-llega-al-90-anual-2078963>
- Lazarín O. (2009). Capacitación Laboral. [Extraído el 09 de Junio del 2016].
Disponible desde: <http://lazarin-capacitacion.blogspot.pe/2009/05/capacitacion.html>
- Diccionario de economía política. (2011). Rentabilidad. [Extraído el 09 de Junio del 2016]. Disponible desde: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/r/rentabilidad.htm>.

- Domínguez, E. (2005). Fuentes De Financiamiento Empresarial [Extraído el 09 de Junio del 2016]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos46/Financiamiento-empresarial/financiamiento-empresarial2.shtml>
- Duran, J. (1990). Juran y el Liderazgo para la Calidad: Manual para Ejecutivos. Ediciones Díazde Santos. [Extraído el 09 de Junio del 2016]. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos96/liderazgo-en-la-gestion-de-calidad/liderazgo-en-la-gestion-de-calidad2.shtml#ixzz2tFllXraB>
- Escalera, M. (2007). El impacto de las características organizacionales e Individuales de los dueños o administradores de las Pequeñas y medianas empresas en la toma de decisiones Financieras que influyen en la maximización del valor De la empresa. . [Extraído el 09 de Junio del 2016]. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/mec/Teorias%20Financieras%20fundamentales%20en%20las%20PyMES.htm>
- Ferruz. (2000). La rentabilidad y el riesgo. España: [Extraído el 09 de Mayo del 2016] Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/fin010/000F2.HTM>
- Fernández, L.(2001), “La estructura financiera óptima de la empresa: aproximación teórica”, [Extraído el 18 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://www.5campus.com/leccion/poldiv/inicio.html>.
- Financiamiento PRE INVERSIÓN (2011), Financiamiento. [Extraído el 09 de Junio del 2016]. Disponible en: [http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/HERRAMIENTASPARMY PES/Capitulo4\(1\).pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/HERRAMIENTASPARMY PES/Capitulo4(1).pdf).
- Galan, M. (2009). Metodología de la Investigación. [Extraído el 09 de Julio del 2016]. Disponible en: <http://manuelgalan.blogspot.pe/2009/09/que-es-un-disenio-metodologico.html>

- Gamarra, D. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo–rubro hoteles y alojamientos del casco urbano de la ciudad de Tingo María, periodo 2009- 2010”
- García, E. (2011). Diagnóstico de la competitividad del Perú [Extraído el 09 de abril del 2016]. Disponible en: http://gcg.universia.net/pdfs_revistas/articulo_179_1301298918203.pdf
- Gaxiola M. (2014). Detección de necesidades de capacitación. México [Extraído el 09 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos20/capacitacion/capacitacion.shtml>
- Gronroos, C. (1994). “Marketing y Gestión de Servicios”. Ediciones Díaz Santos. Pp 85 – 291. Madrid.
- Gronroos, C. (1988). “Service Quality: the six criteria of good service quality. Review of business”. New York. S.T, John’s University Press. 35 p.
- Gómez, J. (2010). “Calidad total y recursos humanos. Un estudio sobre la gestión de la calidad total y los recursos humanos en la industria hotelera de la provincia de Salta, Argentina”. Tesis de postgrado Maestría en Administración de Negocios. Escuela de negocios Universidad Católica de Salta. [Extraído el 14 de Mayo de 2016], disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1200/introduccion.html>
- Guerra, M. (2010). Estudio hecho para el hotel Libertador Hoteles, Resorts & Spas sobre la Inversiones Nacionales. [Extraído el 09 de Mayo del 2016]. Disponible en: http://www.libertador.com.pe/wp-content/uploads/2012/08/memoria_libertador_2010.pdf

- Hayes, B. (1999). "Como medir la satisfacción del cliente". Oxford University Press México, S. A. de C. V.; México, 1999; p. 16. [Extraído el 22 de Mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos96/calidad-en-el-servicio-al-cliente/calidad-en-el-servicio-al-cliente.shtml#ixzz3ws56jJ69>
- Helberth (2006).La capacitación. [Extraído el 26 de Mayo de 2016]. Disponible en: http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_del_personal-concepto_de_capacitacion/19921-2
- Jaureguiberry (2010).Que es la Capacitación. [Extraído el 26 de Mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.fio.unicen.edu.ar/usuario/segumar/Laura/material/Que%20es%20la%20Capacitaci%F3n.pdf>
- JENSEN, Michael. (1994). "Self-Interest, Altruism, Incentives, and Agency Theory". Journal of Applied Corporate Finance. Verano. [Extraído el 26 de Mayo de 2016].Disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/jmas/month/13.pdf>
- Jiménez, Gessa, Irimia, Morales y Ruiz. (2014). Tesis de investigación titulada: "Impacto De La Localización Y La Estructura De Mercado En La Rentabilidad De Los Establecimientos Hoteleros", [Extraído el 26 de Mayo de 2016].Disponible en:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4788864>
- Katchabaw. (2004). Usage based service differentiation for end-to-end quality of service management. Computer Communications, 11 (2), 75-76.
- Laboucheix, V. (1994). "Tratado de la calidad total". Tomo II. Editorial Limusa. México. 313 p.

- Lado, Otero & Vivel (2014). "Impacto De La Localización Y La Estructura De Mercado En La Rentabilidad De Los Establecimientos Hoteleros" [Extraído el 09 de abril del 2016]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4788864>
- Lane, H. y Dupré, D. (1997). Hospitality world! An introduction. USA: Van Nostrand Reinhold.
- López, E. (2012). "Análisis de la estructura de la industria hotelera. Caso: hoteles de negocios en la ciudad de Toluca" . [Extraído el 05 de mayo del 2016], Disponible desde: http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282012000200006&script=sci_arttext
- Loreño, P. (2013). Caracterización del Financiamiento y Formalización en las MYPE del sector servicio– rubro hoteles del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2012-2013.
- Markowitz (2010). Annual Review of Financial Economics. [Extraído el 09 de abril del 2016] Disponible desde: <http://www.annualreviews.org/journal/financial>
- Martínez, V. (2005). "Propuesta de un Modelo de Capacitación Basado en Competencias para las PYMES del Sector Hotelero de la Cd. de Huajuapán de León, Oaxaca: Caso de Estudio".
- Miranda, R (2005), "Competencias Claves Para La Gestión Empresarial De Las MYPES" [Extraído el 23 Mayo, 2016], disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n16_2005/a02.pdf

- Mitnik, F., Descalzi, R., & Ordoñez, G. (2010). [Extraído el 23 de Mayo, 2016].
 Disponible en: [www.cinterfor.org: http://www. cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/mitnik/pdf /cap1.pdf](http://www.cinterfor.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/mitnik/pdf/cap1.pdf)
- Myller, E. (1999). “Cultura de la calidad de servicio”. Editorial Trillas; México, 1999;
 p. 56. [Extraído el 22 de junio de 2016]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos96/calidad-en-el-servicio-al-cliente/calidad-en-el-servicio-al-cliente.shtml#ixzz3ws5oHzkv>
- Montero, M. (2010). La nueva ciudad top del turismo corporativo y hoteles de lujo
 [Extraído el 23 de Mayo, 2016]. Disponible en:<http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2010/11/22/lima-la-nueva-ciudad-top-del-turismo-corporativo-y-hoteles-de-lujo/>
- Montas, F. (2008). Historia de la hotelería. [Extraído el 22 de mayo de 2016].
 Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos62/historia-hoteleria/historia-hoteleria2.shtml>
- Modigliani y Miller (1958). Financiamiento, [Extraído el 28 de Mayo del 2016].
 Disponible en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2010/ifj.htm>.
- Much G., L. (1994). “Más allá de la excelencia y la calidad total”. Ediciones Trillas
 S.A. México. 205 p.
- Pizam (2004). Tourism Management: Analysis, Behaviour, and Strategy
- Páez, A. (2010). [Extraído el 23 de Mayo, 2016].Disponible en:http://www.esan.edu.pe/cgi-bin/mt/mt-cp.cgi?4 mode=view&blog_id=11&id=25
- Peña, E. (2014). “Caracterización del financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE del sector servicios- Rubro Hoteles de la ciudad de Piura, periodo 2013”.

- Pérez & Campillo (2011). “Financiamiento”, [Extraído el 15 de Mayo de 2016].
 Disponible en <http://infomipyme.tmp.vis-hosting.com/Docs/GT/Offline/financiamiento/financiamiento.htm>
- Preve, L. (2008). Objetivos de la Rentabilidad. [Extraído el 14 de Julio de 2016],
 disponible en: www.iae.edu.ar: <http://www.iae.edu.ar/iaehoy/prensa/paginas/Item%20de%20prensa.aspx?itemid=29>
- Quispe, M. (2012). “El 40% de inversión hotelera está en el centro del Perú”, [Extraído el 20 de Mayo, 2016]. Disponible desde: <http://www.larepublica.pe/24-12-2012/el-40-de-inversion-hotelera-esta-en-el-centro-del-peru>
- Ramón, A. (2009). Impacto de la globalización en la industria hotelera, [Extraído el 23 de Mayo, 2016]. Disponible en: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10083/5/Ram%C3%B3n%20Rodr%C3%ADguez,%20Ana%20Bel%C3%A9n_4.pdf
- Robert K. Yin (2002). Investigación Sobre Estudio De Casos Diseño Y Métodos Segunda Edición. [Extraído el 23 de junio, 2016]. Disponible en: <http://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/YIN%20ROBERT%20.pdf>
- Sánchez, J. (2007). El sector hotelero en Galicia desde el punto de vista de la competencia. [Extraído el 23 de junio, 2016]. Disponible en: http://www.google.com.pe/search?hl=es&q=teorias+de+la+rentabilidad+economica&start=0&sa=Nhttp://www.consellogalegodacompetencia.es/estudios/est_14_2007_EE_sector_hoteleroes.pdf
- Silipú (2013). Estructura de financiamiento en las MYPES [Extraído el 23 de Mayo, 2016]. Disponible en: <http://blogs.peru21.pe/tumismoeres/2013/02/estructura-de-financiamiento-e.html>

- Sutton C. (2011). Capacitación del personal. Argentina: 2001. [Extraída el 12 de Mayo 2016]. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos16/capacitación personal/capacitación- personal.shtml>
- Shaw, James G. (1997). “El cliente quiere...Calidad”. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S. A.; México; p. 21. [Extraído el 22 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos96/calidad-en-el-servicio-al-cliente/calidad-en-el-servicio-al-cliente.shtml#ixzz3ws56jJ69>
- T. News (2011). El sector hotelero iberoamericano registró avances importantes en los últimos años [Extraído el 23 de Mayo, 2016]. Disponible en: <http://www.sunnytravelnews.com.ar/index.php/hoteles/2555-el-sector-hoteleroiberoamericano-registro-avances-imortantes>
- UNAM (2014). Plan De Capacitación Y Adiestramiento Para El Personal Administrativo De Base De La Universidad Nacional Autónoma De México. [Extraído el 15 de Mayo del 2016] desde: <https://www.personal.unam.mx/Docs/Capacitacion/planCapacitacion2014.pdf>
- Wikipedia.org. (2015). Gestión de la calidad en los servicios. [Extraído el 12 Mayo de 2016]. Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad#Gesti.C3.B3n_de_la_calidad_en_los_servicios
- Wikipedia.org. (2015). ISO 9004:2008 — Sistemas de Gestión de la Calidad – Directrices para la mejora del desempeño. [Extraído el 20 de Julio del 2016], disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_la_calidad
- Wikipedia. (2011). Rentabilidad. [Extraído el 20 de abril de 2016], disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad>.

- Vela, L. (2007). “Caracterización de la micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú y desempeño de las microfinanzas”. [Extraído el 23 de Julio, 2016]. Disponible en: http://www.sipromicro.org/fileadmin/pdfs_biblioteca/_SI PROMICRO/ 001 484.pdf
- Vega, I. (2014). “Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio –rubro Hoteles y Restaurantes en la provincia de Huancavelica, departamento de Huancavelica, periodo 2012-2013”
- Vásquez (2007). “Relación del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector turismo del distrito de Chimbote en los rubros de restaurantes, hoteles y agencias de viaje, en el periodo 2005-2006.
- Vásquez, G. (1997). Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector turismo del distrito de Chimbote. [Extraído el 09 de Mayo del 2016]. Disponible desde: [http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc14.htm#Enrique%20Vásquez %20Garatachea](http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc14.htm#Enrique%20Vásquez%20Garatachea).
- Yaurivilca, E. Taype, U. (2009). Pre-factibilidad para la instalación de un hospedaje para turistas que experimentarán en la provincia de Tarma. [Extraído el 02 de Julio del 2016]. Disponible en: <http://coneccof.pe.tripod.com/investigacion5.htm>
- Zamora, A (2011). Rentabilidad Y Ventaja Comparativa: Un Análisis De Los Sistemas De Producción De Guayaba En El Estado De Michoacán [Extraído el 02 de

Julio del 2016].Disponible en:<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/introduccion.html>

Zeithaml V. A. y Bitner M. J. (2002). Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa. (2ª Ed.). México: McGraw Hill.

ANEXO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

“AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU”

Tingo María, 02 de Mayo 2016

CARTA N°0027-2016-D-EPE-ULADECH Católica

Señor.....

Representante.....

Presente

Asunto: Permiso para aplicación de encuestas

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole nuestro cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que nuestros estudiantes egresados de la Carrera Profesional de Contabilidad, se encuentran realizando el curso de Titulación por Tesis, con la finalidad de optar el Título profesional de Contador Público.

Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: **“Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad de las Micro Y pequeñas empresas del sector Servicio Rubro Hotelерías en la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.”** los resultados de la investigación realizada serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios una vez al año.

Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas de recogida de información a nuestro estudiante:

SILVIA VENTURO CORONEL

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de la formación de educadores, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS, GERENTE Y/O REPRESENTANTE
LEGAL DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO HOTELERIA EN LA
PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO HOTELERIA EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.”**

La información que usted nos proporcionara será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración mediante este cuestionario.

Encuestado

Fecha...../...../.....

I. PERFIL DE LOS MICROEMPRESARIOS:

I.1 Edad del representante legal de la empresa:

De 18 a 29 años () De 30 a 44 años () De 45 a 64 años () Más de 65 años

()

I.2 Sexo: a) Masculino..... b) Femenino.....

I.3 Grado de instrucción:

a) Sin instrucción..... ()

b) Primaria..... ()

c) Secundaria..... ()

- d) Superior Técnica..... ()
- e) Superior universitaria..... ()
- f) Otro.....

II. PERFIL DE LAS MYPES

2.1. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial del sector servicio rubro hotelería?

Un año () Dos años () Tres años () Más de Tres años ()

2.2. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?

1 a 5 () 6 -a 10 () 10 a 15 () 16 a 20 () Más de 20 ()

2.3. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Si.... () No.... (); Si la respuesta es sí, indique la cantidad de cursos.

a) 1 curso b) 2 cursos c) 3 cursos d) Más de 3 cursos

2.4 ¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?

a) Gestión Empresarial..... () b) Manejo eficiente del

Crédito..... ()

c) Gestión Financiera..... () d) Prestación de mejor

Servicio al cliente... ()

e) Otros:

Especificar.....

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

3.1. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE?

Propio () Ajeno ()

3.2. ¿Solicitó crédito para su negocio?

Si () No ()

3.3. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?

- Créditos de Consumo ()
- Créditos Comerciales ()
- Créditos Hipotecarios ()
- Otros.....

3.4. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?

a) Sistema Bancario..... ()

Indicar
institución.....

b) Sistema No Bancario. ()

Indicar
institución.....

3.5. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?

- a) Capital de trabajo.....% b) Mejoramiento y/o ampliación del local..... %
- b) Activos fijos.....% d) Programa capacitación.....%
- g) Otros.....% Especificar

IV. DE LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPES:

4.1. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?

- a) Si () b) No () c) no precisa ()

4.2. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?

- a) Uno..... b) Dos.....c) Tres.....d) Cuatro..... e) Más de 4....

4.3. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?

a) Inversión del crédito financiero () b) Manejo empresarial ()

c) Administración de recursos humanos () d) Marketing Empresarial ()

f) Otro:

Especificar:.....

V. DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:

5.1. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?

Si () No ()

¿En cuánto? En: 5%.... 10%..... 15%..... 20%..... 30%.... Más del 30%.....

5.2. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?

Si () No ()

Porqué.....

.....

.....

¿En cuánto? En: 5%.... 10%..... 15%..... 20%..... 30%.... Más del 30%.....

5.3. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?

a) Inversión

¿Por qué?.....

b) Gasto

¿Por qué?.....



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN			
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Estudio de la Bibliografía				
Estudio del Abordaje Teórico- metodológico				
Elaboración del Proyecto				
Pruebas de los Instrumentos de Investigación				
Ejecución del Proyecto				
Análisis de Datos				
Interpretación de los resultados				
Elaboración del informe				

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO

DESCRIPCION	MESES DE ENVERSION				UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
	MAY	JUN	JUL	AGO				
MATERIAL DE ESCRITORIO								
Papel Bond A4 80 grs.	1			1	Paquete x 500 hojas	2	14.00	28.00
Bolígrafo	2		2	1	Unidad	5	1.00	5.00
Lápiz	2				Unidad	2	0.70	1.40
Clips mariposa de metal	1				Unidad	1	1.50	1.50
Perforador	1				Unidad	1	18.00	18.00
Engrapador	1				Unidad	1	22.00	22.00
USB - 4GB	1				Unidad	1	25.00	25.00
Folder manila		1			Paquete x 25 unidades	1	10.00	10.00
Laptop	1				Unidad	1	1,700.00	1,700.00
Resaltador		1			Unidad	1	2.00	2.00
Calculadora			1		Unidad	1	55.00	55.00
Corrector		1			Unidad	1	3.00	3.00
Sub total								1870.90
SERVICIOS DE IMPRESIÓN Y OTROS								
Espiral A4				1	Servicio	1	18.00	18.00
Copias		200		200	Servicio	400	0.09	36.00
Internet	8	6	5	8	Horas	27	1.00	27.00
Sub total								81.00
SERVICIOS DE MOVILIDAD								
Gasolina	3	2	2	3	Galón	10	13.00	130.00
Mantenimiento de Movilidad		1			Servicio	1	30.00	30.00
Sub total								160.00
SERVICIOS DE ALIMENTACION								
Alimentación en General	1	1	1	1	Servicio	4	150	600
Sub total								600
TOTAL								2711.90

Encuesta de MYPE del Sector Servicio Rubro Hotelería En La Provincia de Leoncio Prado periodo 2016

N°	RAZON SOCIAL DE HOTELES	RUC
1	Hotel Malkiel E.I.R.L. Av. Alameda Perú N°. 223 .Tingo MARIA.	20489662095
2	Hotel Internacional Av. Alameda Perú N°588 – Tingo María	20542400235
3	Hotel La Gran Muralla Av. Raimondi N°277 – Tingo María	20489348111
4	Hotel Plaza Del Bosque INN SAC Av. Raymondi. N°272 – Tingo María.	20573271972
5	Hotel KANAM. AV. ALAMEDA PERU N°299 – Tingo María	20573125721
6	Hotel Residencial Maravillas Av. Raimondi N°462 – Tingo María	20489482780
7	Hotel Ruvisa EIRL Jr. Chiclayo N°383 –Tingo María.	20542586070
8	Hotel Nueva York E.I.R.L Av. Alameda Perú N°553	20573242280
9	Hotel Cattleya E.I.R.L Av. Alameda Perú N°242	20601151392
10	Hotel Palacios Av. Raimondi N° 158	20489646561
11	Hotel Residencial ROYAL Av. Tito Jaime N°214	20129676915
12	Hotel La Joya Verde E.I.R.L. Jr. Simon bolivar N°210	20573169345

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE, 2016