



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

---

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión de calidad en la competitividad de las Mypes, rubro  
hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019.**

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

**AUTORA:**

Bach. Gissela Albitres Piro

**ASESOR:**

DR. Eduardo Anatolio Melgarejo Leandro

**HUÁNUCO – PERÚ**

2019

**Equipo de trabajo**

**AUTORA**

**GISSELA ALBITRES PIRO**

ORCID: 0000-0002-1703-7323

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

**ASESOR**

**DR. EDUARDO ANATOLIO MELGAREJO LEANDRO**

ORCID: 0000-0001-5453-9234

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

**JURADO**

**LUIS HENRRY BARRUETA SALAZAR**

Cod. ORCID.: 0000-0002-9540-263X

**DR. EDDIE JERRY DÁVILA SÁNCHEZ**

Cod. ORCID.: 0000-0003-4893-3283

**MG. YESICA MIRAVAL ROJAS**

Cod. ORCID.: 0000-0001-5126-9868

**Hoja de firma del jurado y asesor**

**LUIS HENRRY BARRUETA SALAZAR**  
Cod.ORCID.: 0000-0002-9540-263X

**DR. EDDIE JERRY DÁVILA SÁNCHEZ**  
Cod.ORCID.: 0000-0003-4893-3283

**MG. YESICA MIRAVAL ROJAS**  
Cod.ORCID.: 0000-0001-5126-9868

**DR. EDUARDO ANATOLIO MELGAREJO LEANDRO**  
ORCID: 0000-0001-5453-9234

## **Agradecimiento**

**A Dios**, por su provisión en la elaboración del presente informe, por ser mi fortaleza, mi redentor y mi guía en todo tiempo.

**A mi Madre**, por darme la vida, por su preocupación en que obtuviera una carrera, por la fortaleza de sacar adelante a su familia, por enseñarme a ser fuerte y perseverante, por su apoyo incondicional con mis hijos.

## **Dedicatoria**

A la Universidad Católica los Àngeles de Chimbote filial Huánuco por brindarme el servicio de educación superior para realizarme como profesional.

**A mi esposo**, porque gracias a sus consejos pude cumplir mis objetivos y metas, que a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

**A mis docentes**, por su paciencia ya que me enseñaron los retos de mi carrera profesional, me guiaron hacer una profesional eficiente y responsable y me aconsejaron a ser mejor cada día, fueron muy importantes para mi formación profesional.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, conocer las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el rubro hostales en la Provincia de Leoncio Prado periodo –2019. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para la recopilación de la información se realizó en forma dirigida sin muestra sino que se aplicó la encuesta a la población absoluta comprendida por 20 MYPES, a quienes se les formuló un cuestionario de 22 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: En su gran mayoría están siendo dirigidas por personas entre las edades de 30 a 50 años y tienen en su gran parte estudios universitarios, en su totalidad son MYPES formales y trabajan con tipo de financiamiento propio su objetivo como MYPES es maximizar sus ganancias. En cuanto a las características de la gestión de calidad se encargan en su gran mayoría en aumentar la presencia en el mercado, la herramienta que más utilizan es el plan de negocio, la política de precios que tienen en consideración es la competencia y en cuanto a su satisfacción a calidad de servicio casi en su totalidad es bueno. Respecto a la competitividad. Las estrategias de competitividad es ampliar la cartera de clientes y en los niveles y factores de competitividad es el nivel alto, y como ventaja competitiva es el precio de sus competidores.

**Palabras clave:** Gestión de calidad, Competitividad y MYPES.

## **Abstract**

The research was aimed at general, know the characteristics of the management of quality and competitiveness of the micro- and small enterprises in the heading hostels in the Province of Leoncio Prado period - 2019. The research was descriptive, quantitative-for the collection of information was carried out in the form directed without displays but the survey was applied to the absolute population comprised 20 MYPES, who formulated a questionnaire of 22 closed questions. Applying the technique of the survey. Obtaining the following results: the vast majority are being led by individuals between the ages of 30 to 50 years and have for the most part university studies, in full are formal MYPES and work with type of financing its own goal as MYPES is to maximize your profits.

As to the characteristics of quality management are responsible mostly in increase the presence in the market, the most widespread tool used is the business plan, the pricing policy that take into consideration is the competence and with regard to its satisfaction to quality of service almost in its entirety is good.

Competitiveness strategies is to expand the portfolio of clients and in the levels and factors of competitiveness is the high level, and as a competitive advantage is the price of its competitors.

**Key words:** Quality Management, Competitiveness and Mses.

## Contenido

Título de la tesis.....	i
Equipo de Trabajo .....	ii
Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
Hoja de agradecimiento.....	iv
Hoja de dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
Índice de tablas.....	ix
Índice de Figuras.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. REVISION DE LITERATURA.....	17
2.1.Antecedentes.....	17
2.2.Bases teóricas de la investigación.....	34
III. HIPOTESIS.....	44
IV. METODOLOGIA.....	45
4.1.Diseño de la investigación.....	45
4.2. Población y muestra.....	47
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	48
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	49
4.5. Plan de análisis.....	49
4.6. Matriz de consistencia.....	51
4.7. Principios éticos.....	52

V. RESULTADOS.....	56
5.1. Resultados.....	56
5.2. Análisis de resultados.....	78
VI. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....	81
6.1. Conclusiones.....	81
6.2. Recomendaciones.....	82
Referencias bibliográficas.....	83
Anexos.....	87

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS:

Tabla N° 1: Edad del representante legal de la empresa.....	56
Tabla N° 2: Género del representante legal de la empresa.....	57
Tabla N° 3: Grado de instrucción del representante legal de la empresa.....	58
Tabla N° 4: Profesión de los representantes legales.....	59
Tabla N° 5: Cargo que ocupa.....	60
Tabla N° 6: Tiempo en desempeño en el cargo.....	61
Tabla N° 7: Tipo de organización.....	62
Tabla N° 8: Numero de trabajadores.....	63
Tabla N° 9: Tipo de financiamiento.....	64
Tabla N° 10: Objetivo de las MYPES.....	65
Tabla N° 11: ¿Características de la gestión de calidad?.....	66
Tabla N° 12: Herramientas de gestión.....	67
Tabla N° 13: Equipos de alta tecnología.....	68
Tabla N° 14: Los productos para el servicio son adecuados.....	69
Tabla N° 15: Políticas de precios.....	70
Tabla N° 16: Practicas de disensión.....	71
Tabla N° 17: Tiempo de entrega de los pedidos.....	72
Tabla N° 18: Satisfacción a calidad del servicio.....	73
Tabla N° 19. Estrategias de competitividad.....	74
Tabla N° 20 MYPES competitivas.....	75
Tabla N° 21: Niveles y factores de competitividad.....	76

Tabla N° 22: Ventajas competitivas.....	77
---	----

**FIGURAS:**

Figura N° 1: Edad del representante legal de la empresa.....	57
Figura N° 2: Género del representante legal de la empresa.....	58
Figura N° 3: Grado de instrucción del representante legal de la empresa.....	59
Figura N° 4: Profesión de los representantes legales.....	60
Figura N° 5: Cargo que ocupa.....	61
Figura N° 6: Tiempo en desempeño en el cargo.....	62
Figura N° 7: Tipo de organización.....	63
Figura N° 8: Numero de trabajadores.....	64
Figura N° 9: Tipo de financiamiento.....	65
Figura N° 10: Objetivo de las MYPES.....	66
Figura N° 11: ¿Características de la gestión de calidad?.....	67
Figura N° 12: Herramientas de gestión.....	68
Figura N° 13: Equipos de alta tecnología.....	69
Figura N° 14: Los productos para el servicio son adecuados.....	70
Figura N° 15: Políticas de precios.....	71
Figura N° 16: Practicas de dispensión.....	72
Figura N° 17: Tiempo de entrega de los pedidos.....	73
Figura N° 18: Satisfacción a calidad del servicio.....	74
Figura N° 19. Estrategias de competitividad.....	75
Figura N° 20 MYPES competitivas.....	76
Figura N° 21: Niveles y factores de competitividad.....	77
Figura N° 22: Ventajas competitivas.....	78

## **I. INTRODUCCIÓN**

Hay muchas personas con ganas de emprender un negocio y no pueden porque no cuentan con los conocimientos necesarios del negocio, muchas veces se lanzan como se dice, a una piscina sin fondo, no saben muy bien o nada del negocio, lo inician, hacen malas administraciones de su dinero, disminuye su capital hasta que llegan a quebrar; pero en otros casos, las personas pueden conocer el tipo de negocio, pero no conocen de finanzas ni de contabilidad, es por ello que, se dejan estafar con grandes pérdidas, o en el peor de los casos, con pérdida de todo su capital. Esto les pasa por lo general, porque trabajan con familiares que de alguna forma la confianza hace que se dejen estafar (piensan que los lazos familiares son suficientes y que no hace falta papeles ni formalización). **(Zambrano, 2006)**.

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 MYPES 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 MYPES 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 MYPES en el país. (Vela, 2007).

En la Provincia de Leoncio Prado, las MYPE presentan una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos, financieros y administrativos, que impide el desarrollo de experiencias asociativas de tipo gremial y empresarial. Así mismo la escasa gestión de calidad de las MYPE, no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores, estas limitantes es en la mayoría de los casos por que los mismos microempresarios tienen poca valoración a la gestión de calidad y formalización para el desarrollo empresarial, ya que son tan importantes, por ello es necesario estudiar sus efectos.

Al hablar de calidad en el sector hotelero, debemos distinguir entre calidad técnica y calidad subjetiva. En el primer caso, se trata de aquella calidad que se puede medir, que responde a las especificaciones de producción: un baño sucio, un caño que gotea, un conserje que se demora en aparecer. En definitiva, hablamos de datos reales, momentos concretos donde la atención decae y la calidad se resiente. Cuando nos referimos a la calidad subjetiva en el servicio hotelero, nos ocupamos de la mirada del cliente, es decir, de cómo recibe nuestro huésped la atención. Esto sin duda es lo más importante ya que es la percepción del cliente la que finalmente define cómo se brinda el servicio. Un gran logro será entonces identificar los atributos fundamentales que el huésped utiliza para valorar la calidad de nuestra atención. En el sector hotelero, la

calidad es un valor complejo y significativo, ya que todo producto o servicio turístico, es intangible. Los elementos tangibles, son las pistas de calidad (el precinto de desinfección en el baño, un conserje que rápidamente asiste o que está cuando se lo necesita) que le indicarán al cliente si la calidad del hotel donde se hospeda es alta, mediana o baja. En la gestión correcta y óptima de la calidad en el sector hotelero, será necesario identificar cuáles son las principales pistas a las que presta atención nuestro cliente. En general, los principales indicadores de calidad que valora un huésped, son los elementos tangibles: Aspecto físico del hotel (limpieza, espacio, ambientación), presentación de los empleados. Pero también son importantes los datos subjetivos: La seguridad, es decir, sentirse atendido por gente que sabe, la cortesía y el trato por parte del personal, y finalmente, la empatía o sea, sentir que quien lo atiende se siente identificado con él y con lo que él verdaderamente necesita. **(Hendrix y García, 2015).**

Ante lo mencionado anteriormente se formuló el siguiente enunciado:

**Problema General:**

¿En qué medida influye la gestión de calidad en la competitividad de las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019?.

**Problemas específicos:**

¿Cómo las expectativas del cliente afectan la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019?.

¿Cómo el desempeño del proveedor del servicio afectan la competitividad en las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019?.

¿Cómo la evaluación del servicio afecta la competitividad en las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019?

**Y como objetivo general:** Objetivo general: Determinar la influencia de la Gestión de Calidad en la Competitividad de las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019.

**Objetivos específicos:**

- ✓ Identificar las características del perfil del propietario de las Micro y Pequeñas Empresas del sector rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019.
- ✓ Identificar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019.
- ✓ Identificar las características de la Gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019.
- ✓ Identificar las características de la Competitividad rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019.

En la actualidad los ejecutivos, dueños de los hospedajes parecieran desconocer los beneficios que generaría en la práctica la aplicación de los principios de calidad. Una adecuada gestión de la calidad implica la disminución de las quejas de huéspedes disconformes y la garantía de su satisfacción. De la misma manera representa también un incentivo para el personal que a través de la capacitación crece profesionalmente y mejora su desempeño. Si bien es desmotivador y poco equitativo tener que dedicar parte del tiempo a rehacer bien las cosas que otros hacen incorrectamente, lo que es también la necesidad de repetir los procedimientos propios por ignorancia o falta de información suficiente. Estos problemas podrían remediarse estableciendo un sistema en el que toda la organización está involucrada en la apropiada atención al cliente, la calidad es un sistema justo para todos y es el resultado del esfuerzo de todos en hacer las cosas bien.

La industria hotelera se presenta hoy como uno de los sectores más destacados del sector turístico y del sector económico en la Provincia de Leoncio Prado. Su impacto tanto en la economía como en el entorno de actuación es muy destacable y estratégico para el desarrollo de la provincia y de la región. En los últimos años, el sector basa su estrategia en un desarrollo desmedido de la oferta. Sin embargo, durante esta misma etapa, la demanda ha experimentado una serie de cambios ocasionados por la aparición de nuevos segmentos y el aumento de la exigencia de la relación calidad-precio.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### A nivel Internacional

**Alegre, A(2005)**, en su tesis “Estudio comparativo de calidad en el servicio de 6 hoteles en el centro histórico de la ciudad de Puebla, Este estudio de investigación, presenta la diferencia entre hoteles que pertenecen a la marca de hoteles boutique de México, como signo de alta calidad en el servicio desde el punto de vista del huésped, con respecto a su opinión en habitación, amabilidad del personal, instalaciones en general, rapidez en recepción, servicio de alimentos y calidad en el menú. Se identifica el concepto de hotel boutique, haciendo referencia de sus antecedentes y características; así como las normas para pertenecer a la marca de hoteles boutique de México y buscar información hacer de la denominación hoteles categoría especial. Se entrevistó a un total de 40 huéspedes de los hoteles sujetos de estudio en el centro histórico de la ciudad de Puebla; considerando el 10% de la ocupación mensual de los hoteles con lo que respecta al año pasado, siendo esta una investigación de tipo exploratoria, utilizando una muestra de conveniencia. Los resultados indican cómo los huéspedes perciben y opinan acerca de la calidad en el servicio de los hoteles estudiados, por lo que, se percató que los que no pertenecen a la marca de hoteles boutique de México han obtenido un resultado más cercano al diseño del comparativo ideal, mientras que los otros hoteles se encuentran

dentro del rango bueno y excelente. De acuerdo con los objetivos planteados al inicio de la investigación, los Hoteles Boutique tienen como finalidad prestar un alto servicio personalizado y atienden al tipo de mercado que quiera una experiencia diferente, tomando en cuenta los aspectos tangibles e intangibles. También, es importante comentar que los requisitos que pide la asociación de Hoteles Boutique de México son relativamente fáciles de cumplir, pero existe la limitación de que cada socio tenga la libertad de imponer sus propias políticas para la aceptación de los hoteles que quieran pertenecer, en especial cuando el nuevo se encuentre cerca de uno ya perteneciente a la marca. Sin embargo hay que retomar, que los hoteles boutique tienen características que los denominan así y que el hecho de no pertenecer a la marca de Hoteles Boutique de México, no los excluye del nombre; ya que existen otras asociaciones como Petite Hotels o The Small Luxury Hotels, que si consideran a estos. Al realizar la comparación de los cuatro hoteles y entrevistar a los dueños de los mismos, se identificó que los estándares de calidad, procesos, lineamientos y objetivos, tanto en Mesones de la Sacristía como en El Sueño Hotel & Spa si se basan en la segmentación de mercado, mientras que en el Hostal Santa María no, debido a la falta de experiencia del gerente. Con respecto a Hoteles con Ángel, se identificó que no tienen ningún documento oficial certificado que los denomine Hoteles Categoría Especial y la única justificación es que se nombran así, por el hecho de no estar

dentro de las clasificaciones oficiales ya que son hoteles diferentes. Y como para este grupo también es importante sobre pasar las expectativas de sus clientes, tienen unos cuestionarios de satisfacción al huésped que les permite brindar un mejor servicio y dar seguimiento de quejas; siendo el Hostal Santa María el único que no cuenta con este cuestionario Debido a los resultados obtenidos en el análisis de la investigación, se puede concluir que el objetivo general se cumplió, dado que los hoteles no pertenecientes a la marca de Hoteles Boutique de México brindan mejor servicio que los que si pertenecen, de acuerdo con la opinión de los huéspedes. En referencia a las hipótesis planteadas en este estudio, se observó que no se brinda la misma calidad en el servicio en los hoteles pertenecientes a la marca de Hoteles Boutique de México y en los hoteles no pertenecientes a esta marca, siendo esta la hipótesis nula. Dado el caso anterior y de acuerdo con el comparativo ideal que se tomó para realizar esta investigación, El Sueño Hotel & Spa siendo un hotel boutique, ha sido el mejor calificado por los huéspedes en cuanto a la opinión con respecto a la habitación, amabilidad del personal, instalaciones en general, rapidez en recepción, servicio de alimentos y calidad en el menú Mientras que el Hostal Santa María, Mesón Sacristía de la Compañía y Mesón Sacristía de Capuchinas, se encuentran muy bien calificados por sus huéspedes y con respecto al rango de calificación están ubicados entre el punto bueno y excelente, lo cual habla muy

bien de estos hoteles. Por tanto, el personal en todos los niveles y áreas de servicio, debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre el hotel y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas; ya que uno de los objetivos principales de los hoteles boutique es tener un alto servicio personalizado.

**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. 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.

**Bracho (2007)** en su tesis de investigación denominada “Gestión de calidad en las empresas del sector azucarero del occidente de Venezuela”, para optar el título de Maestría en Gerencia Empresarial por la Universidad Dr. Rafael Belloso Cachin en Maracaibo Venezuela, tuvo como objetivo general Analizar la Gestión de Calidad en las empresas del sector azucarero en el Occidente de Venezuela, según los principios de calidad de las normas ISO 9000, versión 2000. La investigación tuvo como soporte teórico diferentes autores en el área de calidad, como lo son: Deming, Juran, Senlle, Shewhart, Ishikawa, Crosby, Feigenbaum, Velazco, Sosa, entre otros. Sin embargo el eje central teórico con el cual se estudió la variable: Gestión de calidad, se encuentra en los ocho principios de calidad enumerados por la Norma ISO 9000 en su versión 2000. El tipo de investigación fue Descriptivo y el diseño, No experimental, de Campo. El Universo de la investigación estuvo conformado por las empresas azucareras de Venezuela, la Población la constituyen las mediciones de calidad basadas en los ocho principios de calidad de la Norma ISO 9000. La muestra la conformó las empresas privadas manufactureras de azúcar ubicadas en el occidente venezolano: Central Venezuela y Central Azucarero del Táchira; y se seleccionó como unidades informantes al

personal supervisora gerencial de ambos centrales azucareros. Para la recolección de data se empleó un cuestionario integrado por 88 ítems cerrados con una escala de selección simple compuesta por cinco alternativas de respuesta que sirvieron para describir la gestión de la calidad de estas empresas en cada uno de los principios mencionados. La confiabilidad se calculó a través del coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0,948. La estadística utilizada para el análisis de los datos fue de tipo descriptiva a través de la distribución de frecuencias absolutas y relativas. Llegando a la conclusión obtenida fue que en estas empresas no existe un enfoque claramente orientado hacia el cliente, aunque cuentan con un liderazgo definido, la participación del personal en sus procesos ha sido baja y en general no cuentan con un sistema de gestión de calidad definido.

### **A nivel Nacional**

**Carrión, G ( 2014)**, en su tesis titulada “ caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPES del sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de cañete, departamento de lima, periodo 2013 – 2014. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo-cuantitativa. Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. Con una población de Para la

realización del estudio, se utilizó una población y muestra del 100% equivalentes a 10 de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2013 – 2014. Llegando a las siguientes conclusiones: Referente a los representantes legales del micro y pequeñas empresas. La mayoría de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, periodo 2013 – 2014, están siendo gestionadas por representantes con una edad de entre 31 a 50 años y la otra mayoría tienen la edad de 51 años a más, son de sexo masculino así como también tienen el grado de instrucción superior no universitario y la mayoría son propietarios de su empresa hotelera. Esto indica que la mayoría de estas Micro y pequeñas empresas son dirigidas por personas adultas del sexo masculino con estudios superior no universitario siendo la mayoría propietarios de las MYPES, que si bien es cierto alguno de ellos no tienen los conocimientos necesarios para dirigir una empresa pero tienen la experiencia que se necesita para poder trabajar en este rubro, generando fuente de trabajo familiar, lo cual se ve evidenciado en el presente estudio. Referente a las MYPES. La mayoría de las MYPES del sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, periodo 2013 – 2014, tienen más de 5 años de permanencia en el mercado con una cantidad de 01 a 05 trabajadores, donde la gran afluencia de las MYPES hoteleras en este distrito se debe mayormente a la demanda del turismo que existe en este lugar teniendo como objetivo

alcanzar la rentabilidad. Esto indica que la mayoría de estas Micro y pequeñas empresas tienen muchos años desempeñándose en el rubro y debido a la gran demanda ha sido necesario la contratación de un determinado número de trabajadores, esto se evidencia ya que cuentan de 1 a 5 trabajadores, porque la afluencia de los hoteles se debe a la gran atracción turística que cuenta Cañete, por lo que alcanzar la rentabilidad es su principal objetivo y la razón de ser de toda empresa. Referente a las características de la capacitación. La mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, periodo 2013 – 2014, tienen conocimiento sobre la importancia de la capacitación pero la gran cantidad no se han capacitado en los últimos años así como tampoco brindan capacitación a su personal ya que creen que la capacitación es un gasto y no una inversión, pero si creen que la capacitación mejora la rentabilidad. Referente a las características de la competitividad La mitad de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, periodo 2013 – 2014, se sienten comprometidos con la empresa donde labora por el mismo motivo que son los propietarios, y la gran mayoría conocen el término de competitividad donde la forma de competitividad de su MYPES es mayormente por la calidad de servicio y la atención al cliente brindado a los huéspedes así como también creen que la capacitación sí mejoraría la competitividad de su empresa donde

la totalidad de los encuestados respondieron que la satisfacción total del cliente permitiría que la empresa sea más competitiva.

**Berrú, E (2014)** Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014. Se ha planteado el siguiente objetivo general determinar la caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES, en el sector comercial, rubro zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014, y como Diseño de la investigación. No experimental: La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información. La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana que suma un total de 40 personas. Y llego a las siguientes conclusiones: Respecto al perfil del empresario: Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, el 25 % solo tienen estudios primarios, el 75% de los representantes legales de las MYPES encuestados son artesanos y el 75% tiene como Objetivo primordial la subsistencia. Respecto a las características de las MYPES: Las principales características de las MYPES del ámbito de

estudio son: El 37.50 % se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, mientras tanto que el 50% tiene 1 trabajador permanente. Respecto a las características de la competitividad: Los empresarios encuestados manifestaron que respecto a la competitividad, el 87.50% aprueban el buen desempeño de las MYPES, mientras que el 62.50% el vendedor no asesora al comprador en las MYPES. El 50% entrega el producto al cliente con la menor demora posible, el 75 % procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores y el 50% responden con mayor frecuencia a sus consultas o reclamos posteriores a la compra. Respecto a la característica de la gestión de calidad: De las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las MYPES, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las MYPES, el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente.

**Paima, k (2017)**, Caracterización de la gestión de calidad y capacitación en las micro empresas del sector servicio - rubro hoteles en el distrito de Juanjui, año 2017. Tuvo como Objetivo general: Conocer las características de la gestión de calidad y capacitación en las MYPES, del sector servicios – Rubro hoteles en el distrito de Juanjui año 2017. Diseño de la investigación. No experimental: La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular

deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información. Llego a las siguientes conclusiones: Las edades de los representantes legales en su mayoría son adultas, ya que en este rubro la supervivencia de estas MYPES son depende de cada propietario o que dirige este tipo de empresa. En el género, predomina el sexo masculino, son quienes dirigen las empresas en esta parte de la región de San Martín. Y en el nivel de instrucción en una mitad son de institutos y la otra mitad son de educación secundaria y universitaria. Con respecto a la gestión de calidad se observa que la mayoría de los encuestados afirman que están de acuerdo a la necesidad del cliente. El documento de gestión que más utilizan son los planes estratégicos. En cuanto a la implementación de la empresa hay poca preocupación en mejorarlo, pero sin embargo si hay una respuesta de los encuestadas que si satisface en el servicio de los hoteles. En su totalidad utilizan las TICS. En relación a la capacitación antes de recibir un otorgamiento de crédito comparten en los resultados en la mitad que afirman que si los capacitaron y la otra mitad dice que no los capacitaron, en la gran mayoría fueron capacitados durante el año una sola, en lo que obtuvieron más capacitación es el tipo de inversión del crédito financiero.

**Abad, F (2016)**, en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las MYPES del giro hostales y hospedajes en el distrito de Chiclayo en el año 2016”, tuvo como objetivo general: siguiente objetivo general: “Determinar las características de la gestión de la calidad y competitividad de las MYPES del giro hostales y hospedajes en el Distrito de Chiclayo, 2016”. Y como diseños de investigación, el tipo de investigación es descriptiva, nivel cuantitativo de corte transversal porque nos permitió conocer, sus actividades, su rentabilidad y su crecimiento económico en estos últimos años. “La población del presente estudio de investigación estuvo conformada por los hostales y hospedajes del distrito de Chiclayo, el cual tiene una población de 120 microempresarios dedicados a este negocio. Y llego a las siguientes conclusiones: “La Caracterización de la gestión de la calidad actúa positivamente en las MYPES del giro de hostales y hospedajes del Distrito de Chiclayo”. Todos los microempresarios apuestan en ofrecer una mejor atención, calidad de servicio y capacitación a sus trabajadores. “Las Características de la competitividad se rigen de acuerdo a lo exigido por los clientes al momento de brindar los servicios, Siendo la misión principal de los hostales y hospedajes satisfacer todas las expectativas requeridas por los clientes”.

**Mendoza, M. (2011)**, en su tesis de pre grado de la Universidad Nacional de Trujillo, denominada “Calidad de Servicio y satisfacción de los clientes del Banco Azteca del Perú SA. Agencia Junín, Trujillo

año 2011” afirma: La calidad del servicio es determinada por las diferencias entre las expectativas del cliente, del desempeño del proveedor de servicios y la evaluación del servicio. “La adaptación consiste a las expectativas empieza con identificar y entender las expectativas del cliente. De este modo, las expectativas se transforman en una de las claves, o al menos uno de los factores importantes de la satisfacción del cliente”. En el mundo de hoy de intensa competencia, la clave para tener ventajas competitivas yace en entregar la alta calidad de servicios lo que resultará en clientes satisfechos. “Así la calidad de servicio es utilizada para diferenciar y agregar valor a ofertas de servicio y, como una manera de ganar ventajas competitivas. Por lo tanto, no hay duda acerca de la importancia de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, como retos esenciales de los proveedores de servicio. De esta manera, uno de los retos que los administradores de servicios enfrentan hoy en día es como entregar servicios de alta calidad. Además, estudios han demostrado que las firmas que ofrecen un servicio superior; obtienen participaciones de mercado más altas que sus rivales. Por lo tanto, se concluye que la calidad del servicio influye de manera significativa en la satisfacción de los clientes del Banco Azteca, agencia Junín – Trujillo año 2011”.

## **A nivel Local**

**Araujo, A (2017)**, Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector servicio rubro hoteles en la provincia de Leoncio Prado período – 2017. Y como objetivo general: Conocer las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector servicio rubro hoteles en la Provincia de Leoncio Prado periodo – 2017. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – descriptivo. No experimental, porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. Descriptivo, porque sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio. A fin de obtener la investigación más completa para la presente investigación, la población está conformada por 35 empresas hoteleras, en la Provincia de Leoncio prado. Llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes legales de las MYPES, sector servicio rubro hoteles tienen edades entre 36 a 50 años, por lo tanto están con todo la vitalidad para conducir su negocio de manera responsable. Predomina el género masculino y con grado de instrucción secundaria, lo que implica que con este nivel educativo optaron por emprender el negocio en el rubro hoteles. Respecto a la Gestión de Calidad, la mayoría de las MYPES no realiza capacitación a su personal para mejorar la calidad de atención al cliente, por lo tanto en la mayoría de los hoteles los servicios son deficientes. Los documentos de gestión que

usan para mejorar la calidad del servicio, son en su mayoría el plan de trabajo, también cuentan con plan estratégico, muy pocos cuentan con documentos de estudios de mercados, sabiendo que este último es un proceso sistemático de datos acerca de los clientes y competidores, a partir de ello tomar decisiones acertadas en cuanto a calidad del servicio. Las MYPES sector servicio rubro hoteles en la provincia de Leoncio Prado muy poco o algunas veces hacen uso de las redes sociales para su publicidad, por lo tanto los clientes desconocen de las características y bondades ofertadas. Los hoteles en su mayoría realizan el mantenimiento de su infraestructura cada año, esto es importante para evitar ciertos riesgos de los clientes, muy pocos hacen el mantenimiento cada medio año. Gran parte de los hoteles implementan la innovación tecnológica de acuerdo a la exigencia de los clientes, lo que permite ser una MYPE competitiva. Los clientes optan por los servicios hoteleros cuyo costo es de S/. 30.00 S/. 40.00 soles, en su minoría optan por precios de S/. 60.00 soles, siendo este último buen indicador de competitividad. Los hoteles tienen gran acogida durante los meses de junio y julio, esto se justifica por las fiestas tradicionales de San Juan y fiestas patrias, luego octubre y noviembre para el aniversario de la Provincia, con menor acogida en enero y febrero, ningún hotel tiene gran acogida durante todos los meses del año. El grado de satisfacción de los clientes es de manera regular, por los servicios prestados por las MYPES sector servicios rubro hoteles.

## **2.2. Bases teóricas de la Investigación**

### **La gestión de calidad**

La historia del movimiento por la calidad, revisada en el Capítulo 2, permitió identificar varias generaciones dentro de la literatura, con diferencias notables en su concepto de Gestión de la Calidad. “Estos enfoques han ido adecuándose a las nuevas concepciones de calidad, tanto en la determinación de las variables a incluir como de las relaciones existentes entre ellas, las condiciones y la filosofía para su introducción”. Pese a la prolífica literatura existente, las diferencias y relaciones entre los diferentes enfoques no están suficientemente perfiladas<sup>1</sup>. “La complejidad ha sido además atizada con los procesos de reforma de todos los modelos existentes, entre ellos las normas ISO 9000:2000”. No es, pues, extraño que autores como Conti (1999) “se pregunten si tanta actividad refleja las necesidades de los usuarios, o bien denuncia simplemente la competencia entre modelos de gestión para captar adeptos. Consecuentemente, no se dispone de una definición cabal y comúnmente aceptada de lo que se entiende por Gestión de la Calidad, utilizándose una variedad de etiquetas o denominaciones” para el mismo concepto (Xu, 1999). “Aclarar el concepto es importante, porque una conceptualización parcial suele conducir a la percepción incompleta por los directivos de los principios, prácticas y técnicas que forman cada enfoque de Gestión de la Calidad”.

Las definiciones que la literatura ofrece “sobre Gestión de la Calidad, así como los instrumentos que se han elaborado para su operativización

y medida, presentan deficiencias importantes”: 1. Se olvida que la Gestión de la Calidad es un concepto complejo y abstracto (Fayas, 1995: 177), esto es, un constructo inobservable, en absoluto fácil de conceptualizar y medir si no es a través de otras variables directamente observables aunque sólo sea a través de percepciones. 2. “En segundo lugar, muchas definiciones adoptan una conceptualización parcial de la Gestión de la Calidad. Sigue existiendo una importante incertidumbre sobre cómo poner en práctica los enfoques de Gestión de la Calidad, sin que se conozcan con seguridad los principios, las prácticas y las técnicas para su desarrollo óptimo” (Flynn, Schroeder y Sakakibara, 1995; Greene, 1993).

El concepto de la Gestión de la Calidad como un sistema de dirección supone entenderla como un modelo directivo ecléctico, como propone Guillén (1994a: 84), que integra aportaciones de los tres grandes paradigmas organizativos. De la organización científica del trabajo procede su preocupación por la productividad, el absentismo y la rotación de los trabajadores, la calidad del producto y la parálisis burocrática, que cuaja en el entrenamiento en técnicas de control estadístico de la calidad, dirección de la producción y análisis de tareas. El análisis estructural le ha inyectado las ideas sobre participación, trabajo en equipo y liderazgo, así como principios de diseño organizativo orientados hacia estructuras horizontales, federales y divisionales que combatan los perversos hábitos de las estructuras burocráticas. Por último, el modelo de las relaciones humanas ha

penetrado en la ideología de la GCT, inspirando su retórica de la satisfacción del cliente que se consagra como misión organizativa, asignando a los directivos un rol de líderes y elevando la responsabilidad de los trabajadores desde meros subordinados a miembros de un equipo, fortaleciendo valores clave de su motivación como la participación, la mejora y el crecimiento personales. Spencer (1994) defiende este concepto, recalando que la Gestión de la Calidad captura aspectos de modelos ya establecidos de organización y los amplía para aportar una metodología de uso. Este autor cita concretamente los tres modelos estratégicos identificados por Chaffee (1985): los paradigmas mecánico o de la organización científica del trabajo, el paradigma adaptativo, orgánico o contingente, y el paradigma cultural. También apunta acertadamente que no se trata de una realidad rutinaria y preparada de antemano, sino que es una filosofía amorfa y fuertemente cambiante, en la que las elecciones de los directivos no se basan sólo en su comprensión de los principios sino además en su propio modelo mental de la naturaleza de las organizaciones.

### **Las cuatro eras de la gestión de la calidad**

Según Moreno, (2001) “la evolución de la gestión de la calidad se produjo en cuatro eras o fases: 20 La inspección corresponde a la primera era: donde la dirección estaba enfocada en los productos”. Se inició en los talleres del siglo XIX y del siglo XX. Toda inspección se cumplía sobre el producto final y acerca de los que no tenían

conformidad con las especificaciones, eran reparados o desechados. “Las actividades de recontar, medir y separar las piezas defectuosas, eran muy limitadas. Su dirección consiste en la búsqueda de no conformidades, no habiendo prevención, tampoco el plan de mejora. El control fue la segunda era conocida: se enfocó en los procesos”, de acuerdo con James, (2007) el control trata con los datos obtenidos del proceso utilizado, para fabricar productos o servicios. Así, el control de calidad fue rígido y mecánico, no preventivo, más relacionado con las funciones productivas que no implicaba al resto de la organización. Fueron hechos claves, la falta de la prevención, la falta de detección de errores utilizando métodos estadísticos, no había mejora relacionada a la eficiencia. El mejoramiento de la calidad fue la característica de la tercera era: su enfoque consistió en los sistemas, de acuerdo a Conti, (2003) la calidad de un sistema tiene un aseguramiento con énfasis en los productos; a partir de un diseño hasta él envió al cliente y esforzándose por la definición de procesos y actividades para obtener los productos, de acuerdo a las especificaciones. Por otra parte James, (2007) sostiene que el aseguramiento son actividades sistematizadas y planificadas para dar confianza que el producto o servicio debe satisfacer los requisitos de calidad. Como hechos clave están la búsqueda de la conformidad en productos y procesos, la prevención de errores, sistemas de calidad, énfasis en el diseño de productos y la documentación de procedimientos de trabajo. La gestión de la calidad total, corresponde a la cuarta era, con base al enfoque a las personas.

Constituye la filosofía de dirección basada en el mejoramiento continuo de la calidad en todos los procesos, productos y o servicios que presta la organización. Se da importancia a la variación, el diagnóstico, la importancia de la medición, el rol de los empleados y el rol del cliente en todos los niveles de la organización.

### **Calidad total**

De acuerdo con Evans (2005), “la calidad fue evolucionando hasta surgir el concepto de calidad total o bien TQ, siglas en inglés de Total Quality. Conforme las compañías empezaron a reconocer la amplitud del enfoque de la calidad, surgió el concepto”. La calidad total es un sistema administrativo que se enfoca hacia las personas, busca un incremento continuo en la satisfacción del cliente a un costo real cada vez más bajo. “La calidad total es un enfoque total de sistemas y parte integral de una estrategia de alto nivel, funciona horizontalmente en todas las funciones y departamentos, comprende a todos los empleados, desde el nivel más alto hasta el más bajo y se extiende hacia atrás y hacia delante para incluir la cadena de proveedores y la cadena de clientes”. Evans (2005).

### **Funciones de la gestión de la calidad**

Existen algunas funciones necesarias para la gestión de la calidad, como lo menciona James (1997) las cuales son: planificación, organización, dirección, personal y control. “La 10 planificación se orienta al futuro y crea las directrices para toda la organización, ofrece la capacidad de

ser proactivo y anticipar futuros eventos y establecer las acciones necesarias para enfrentarse positivamente a ellos, es esencial para un eficaz y manejable proceso de mejora de la calidad”. Los elementos clave que incluye son: análisis del entorno, misión de la calidad, establecimiento de la política de calidad, objetivos estratégicos de calidad, y planes de acción de la calidad, James (1997). “La función de organización, es asegurar que la empresa satisface los objetivos de calidad que se ha fijado. Desarrollo de un entorno de trabajo claro, con tareas y responsabilidades que contribuyan a la actividad eficaz de una organización y dirigir el comportamiento de las personas, grupos y departamentos para realizar los objetivos fijados por la organización”, James (1997). “Los elementos clave que incluye son: asignación de tareas y responsabilidades, desarrollo consciente de la segmentación de la organización en unidades específicas autónomas, desarrollo de requerimientos jerárquicos para facilitar la comunicación y órdenes, delegación y esfuerzos de coordinación, Chile” (1977). “En cuanto la función dirección, se hace hincapié en el término liderazgo, según James (1997), es un intento de influir en las actividades de los seguidores, a través de un proceso de comunicación hacia la consecución de algún o algunos objetivos. La función de dirección incluye los elementos clave que son: teorías de motivación, teorías de liderazgo, tipos de poder”. De acuerdo con Long (1993), “la tarea de un directivo ha pasado a ser la de un líder en aprendizaje. La función de gestión de la calidad enfocada al personal, hace referencia al recurso

humano y lo define como el proceso de diseño de las medidas y actividades de la fuerza de trabajo para mejorar la eficiencia y eficacia del funcionamiento de la organización”.

### **La competitividad**

“Existen palabras que tienen el don de ser excepcionalmente precisas, específicas y, al mismo tiempo, extremadamente genéricas, ilimitadas; altamente operacionales y medibles, y, al mismo tiempo, considerablemente abstractas y extensas. Sin embargo, cualquiera que sea el caso, estas palabras tienen el privilegio de moldear conductas y perspectivas, así como, pareciéndose más a herramientas de evaluación, ejercer influencia en la vida práctica. Una de éstas palabras mágicas es ‘competitividad’”

El marco conceptual de la competitividad fue establecido en el siglo XVII por las teorías de comercio internacional, cuya esencia está centrada sobre todo en aspectos económicos. El principal mentor de estas teorías fue David Ricardo, quien destacó por su metodología de las ventajas comparativas<sup>5</sup>. La teoría económica clásica basa las ventajas comparativas de una región o una nación en la abundante dotación de factores básicos de producción (tierra, mano de obra y capital) y sobre todo, en la abundancia relativa de recursos naturales. Con la globalización y toda una serie de elementos innovadores como tecnologías de avanzada, nuevos patrones de consumo y una mayor conciencia sobre la conservación de los recursos naturales, surge toda

una reconceptualización del término ‘competitividad’, donde las ventajas comparativas como motores de desarrollo evolucionan hacia las ventajas competitivas.

Las ventajas competitivas se crean a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos; aquí la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son vitales. Los factores especializados no son heredados (como sí lo es la base de recursos naturales), son creados y surgen de habilidades específicas derivadas del sistema educativo, del legado exclusivo del “saber-cómo” (“knowhow”) tecnológico, de la infraestructura especializada, de la investigación, de la capacitación que se le ofrezca al recurso humano, de mercados de capitales desarrollados y de una alta cobertura de servicios públicos de apoyo, entre otros. Las ventajas competitivas son únicas y es difícil que competidores de otras regiones puedan replicarlas o acceder a ellas, ya que además de responder a las necesidades particulares de una industria concreta, requieren de inversiones considerables y continuas para mantenerlas y mejorarlas.

El término competitividad, “desde el punto de vista del análisis empresarial y socioeconómico, es importante ya que interviene positivamente en el crecimiento económico de un país. Visto de esta manera, se enfatiza en la definición dada por el profesor Michael Porter en este sentido, cuando afirma que: la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por

una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos y de la eficiencia productiva”.

El objetivo principal de la competitividad “es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios. La competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización. Poder reconocer a tiempo las ventajas comparativas que posee la empresa, por ejemplo mediante el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) permite obtener mejores rendimientos en aquellos aspectos en que la empresa sea más fuerte en comparación con sus competidores y corregir falencias que puedan afectar su estabilidad en el corto o largo plazo dentro del mercado”.

A la hora de analizar la competitividad empresarial, es conveniente tener en cuenta tanto la interna como la externa. “La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, y los procesos de transformación. La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar

variables exógenos, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo”

Como lo expresa Michael Porter, “la competitividad está determinada por la productividad es esta última la que sustenta realmente la capacidad de crecimiento de la empresa”. La productividad hace referencia a la facultad que tienen las empresas de producir más con los recursos que poseen; por ejemplo, dada una cantidad fija de trabajo y de capital, como obtener una mayor producción de la que se obtenía anteriormente con la misma cantidad de ambos factores.

### **¿Qué fomenta la competitividad?**

Con lo mencionado anteriormente los empresarios y las empresas se preguntarán entonces ¿Qué fomenta la competitividad? “Algunos de los factores claves que fomentan la competitividad son: productividad, actitud mental general positiva, gestión efectiva de todas las organizaciones, normativa institucional y legal propia, factor humano, infraestructura física y de servicios, información, desarrollo equilibrado y armónico de los distintos eslabones de la cadena productiva, los gremios deben ser activos en la capacitación de la productividad, calidad y planeación estratégica, generadores de información que permita comparación entre los afiliados, base para la transferencia de tecnología e intercambio de experiencia y una representación preactiva en defensa de sus afiliados”.

Así mismo, si una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, “desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de **planificación estratégica**”. La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia.

### **III. HIPÓTESIS**

En la presente investigación no se planteará la hipótesis, porque la investigación es de tipo descriptivo

### **IV. METODOLOGÍA**

La investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir y aplicar el conocimiento. (Tamayo, 1994).

Una investigación puede definirse como un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento. (Sabino , 1992).

Se define la investigación como una actividad encaminada a la solución de problemas. Su objetivo consiste en hallar respuesta a preguntas mediante el empleo de procesos científicos. (Cervo , 1989).

#### 4.1. Diseño de investigación

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. (Galan, 2009).

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental – Transversal – descriptivo.

**No experimental**, porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

**Transversal**, Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. Por ejemplo, investigar el número de empleados, desempleados y subempleados en una ciudad en cierto momento. O bien, determinar el nivel de escolaridad de los trabajadores de un sindicato —en un punto en el tiempo—. O tal vez, analizar la relación entre la autoestima y el temor de logro en un grupo de atletas de pista (en determinado momento). O

bien, analizar si hay diferencias en contenido de sexo entre tres telenovelas que están exhibiéndose simultáneamente.

**Descriptivo**, porque sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.



Dónde:

**M** = Muestra conformada por las MYPE encuestadas del Rubro hostales en la Provincia de Leoncio Prado.

**O** = Observación de las variables: Gestión de Calidad y competitividad.

### **El tipo de investigación**

La presente investigación corresponde al tipo aplicada, al respecto Valderrama (2013) dice que “se encuentra íntimamente ligada a la investigación básica, ya que depende de su descubrimientos y aportes teóricos para llevar a cabo la solución de problemas, con la finalidad de generar bienestar a la sociedad” (p.164)

### **Nivel de investigación**

El estudio en la investigación se realizará en el nivel explicativo y cuantitativo, al respecto Valderrama (2013) manifiesta que “Están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos

o sociales. Como su nombre indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta.” (p. 174)

## **4.2. Población y Muestra**

### **4.2.1. La Población**

La población de nuestro estudio estará conformada por un total de 67 hostales tomadas como fuente información del DIRCETUR HUANUCO siendo encuestadas en el Rubro hostales de La Provincia de Leoncio Prado.

### **4.2.2. La Muestra**

La muestra dirigida fue conformada por 20 MYPE, de la población en estudio.

### 4.3.Operacionalización de las variables.

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTO
<b>Gestión de la Calidad</b>	Es ajustarse a las especificaciones del cliente, es tanto realidad como percepción, es como el cliente percibe lo que ocurre basándose en sus expectativas de servicio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Expectativas del cliente</li> <li>•Desempeño del proveedor</li> <li>•Evaluación de servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Años de vida</li> <li>• Genero</li> <li>• Instrucción</li> <li>• Permanencia en el mercado</li> <li>• Instalación del negocio</li> <li>• Recurso humano</li> <li>• Innovación</li> <li>• Calidad</li> <li>• Recurso humano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Grado de instrucción (3)</li> <li>* Profesión-ocupación (4)</li> <li>* ¿Qué valor agregado cree usted que podría brindar a sus clientes?(15)</li> <li>*La MYPE es formal-informal (7)</li> <li>*¿Cuál es la categoría del hostel? (5)</li> <li>*¿Cuál es la causa de la mayor demanda? (13)</li> <li>*¿Qué cree usted que lo diferencia de la competencia? (16)</li> <li>*¿Qué tipo de turistas demandan sus servicios? (12)</li> </ul>	Cuestionario
<b>Competitividad</b>	Es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Implementación</li> <li>•Competencia</li> <li>•Ventajas competitivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• formal-informal</li> <li>• Mejora de rentabilidad</li> <li>• competitividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*La MYPE es formal-informal (7)</li> <li>*¿Cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los 2 últimos años? (11)</li> </ul>	Cuestionario

#### **4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnicas de Recolección**

**Fichaje:** Se utilizó para registrar y ordenar los datos que se obtendrán en el desarrollo de la investigación, para lo cual se utilizarán las fichas, tanto de información bibliográfica, como de campo (experiencia).

**Encuesta:** Esta técnica se aplicó a los Micro Empresarios del rubro hostales en la provincia de Leoncio Prado periodo 2019 escogida por la muestra, a fin de obtener información sobre todos los aspectos relacionados con la investigación.

##### **Instrumentos:**

En el recojo de la información de la investigación se utilizó un cuestionario estructurado mediante la operacionalización de las variables, el cual consta de 22 preguntas distribuidas en cuatro partes, la primera son datos generales la cual contiene 06 preguntas, la segunda parte contiene 04 interrogantes relacionadas con la formalización, la tercera parte 08 interrogantes sobre la gestión de calidad y la cuarta parte consta de 04 preguntas respecto a la competitividad.

#### **4.5. Plan de Análisis de datos**

Para la recolección de datos se utilizó como instrumento un cuestionario, que fue respondido por la MYPES de la Provincia de Leoncio Prado periodo 2019; así visitando a los establecimientos de las MYPE de servicio.

Se aplicó las siguientes técnicas para analizar la información obtenida en la investigación: Indagación, Conciliación de datos, Tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes, Formulación de gráficos, Se aplicó las siguientes técnicas de procesamiento de datos: Ordenamiento y clasificación Procesamiento manual, Proceso computarizado con Excel y SPSS Statistics.

#### 4.6. Matriz de consistencia de la Gestión de calidad y Competitividad

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p><b>Problema general:</b> ¿De qué medida influye la gestión de calidad en la competitividad de las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019?.</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cómo las expectativas del cliente afectan calidad la gestión de calidad y competitividad en las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019?.</p> <p>¿Cómo el desempeño del proveedor del servicio de calidad afectan la competitividad en las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019?.</p> <p>¿Cómo la evaluación de servicio afecta la competitividad en las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019?.</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar la influencia de la Gestión de Calidad en la Competitividad de las MYPES rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Identificar las características del perfil del propietario de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019. Identificar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019. Identificar las características de la Gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019. Identificar las características de la Competitividad rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019.</p>	<p>No se planteará la hipótesis, la investigación es de tipo descriptivo</p>	<p><b>Gestión de calidad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Expectativas del cliente</li> <li>•Desempeño del proveedor</li> <li>•Evaluación de servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Años de vida</li> <li>• Genero</li> <li>• Instrucción</li> <li>• Permanencia en el mercado</li> <li>• Instalación del negocio</li> <li>• Recurso humano</li> <li>• Innovación</li> <li>• Calidad</li> <li>• Recurso humano</li> </ul>
			<p><b>Competitividad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación</li> <li>• Competencia</li> <li>• Ventajas competitivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• formal-informal</li> <li>• Mejora de rentabilidad</li> <li>• Competitividad</li> </ul>

#### 4.7. Principios éticos

##### PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA

- **Protección a las personas.-** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.
- **Beneficencia y no maleficencia.-** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia.-** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes

participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

- **Integridad científica.-** La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.
- **Consentimiento informado y expreso.-** En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

### **Buenas prácticas de los investigadores**

Ninguno de los principios éticos exime al investigador de sus responsabilidades ciudadanas, éticas y deontológicas, por ello debe aplicar las siguientes buenas prácticas:

- El investigador debe ser consciente de su responsabilidad científica y profesional ante la sociedad. En particular, es deber y responsabilidad personal del investigador considerar cuidadosamente las consecuencias que la realización y la difusión de su investigación implican para los participantes en ella y para la sociedad en general. Este deber y responsabilidad no pueden ser delegados en otras personas.
  
- En materia de publicaciones científicas, el investigador debe evitar incurrir en faltas deontológicas por las siguientes incorrecciones:
  - a) Falsificar o inventar datos total o parcialmente.
  - b) Plagiar lo publicado por otros autores de manera total o parcial.
  - c) Incluir como autor a quien no ha contribuido sustancialmente al diseño y realización del trabajo y publicar repetidamente los mismos hallazgos.
  
- Las fuentes bibliográficas utilizadas en el trabajo de investigación deben citarse cumpliendo las normas APA o VANCOUVER, según corresponda; respetando los derechos de autor.
  
- En la publicación de los trabajos de investigación se debe cumplir lo establecido en el Reglamento de Propiedad Intelectual Institucional y demás normas de orden público referidas a los derechos de autor.
  
- El investigador, si fuera el caso, debe describir las medidas de protección para minimizar un riesgo eventual al ejecutar la investigación.

- Toda investigación debe evitar acciones lesivas a la naturaleza y a la biodiversidad.
- El investigador debe proceder con rigor científico asegurando la validez, la fiabilidad y credibilidad de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar estricto apego a la veracidad de la investigación en todas las etapas del proceso.
- El investigador debe difundir y publicar los resultados de las investigaciones realizadas en un ambiente de ética, pluralismo ideológico y diversidad cultural, así como comunicar los resultados de la investigación a las personas, grupos y comunidades participantes de la misma.
- El investigador debe guardar la debida confidencialidad sobre los datos de las personas involucradas en la investigación. En general, deberá garantizar el anonimato de las personas participantes.
- Los investigadores deben establecer procesos transparentes en su proyecto para identificar conflictos de intereses que involucren a la institución o a los investigadores. Principio de respeto: “Se investigó informes anteriores respetando opiniones de los investigadores, respetando en todo momento al público investigado”.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Características de los representantes de las MYPES, rubro hostales de la provincia Leoncio Prado, año 2019.**

**Tabla N° 01.**

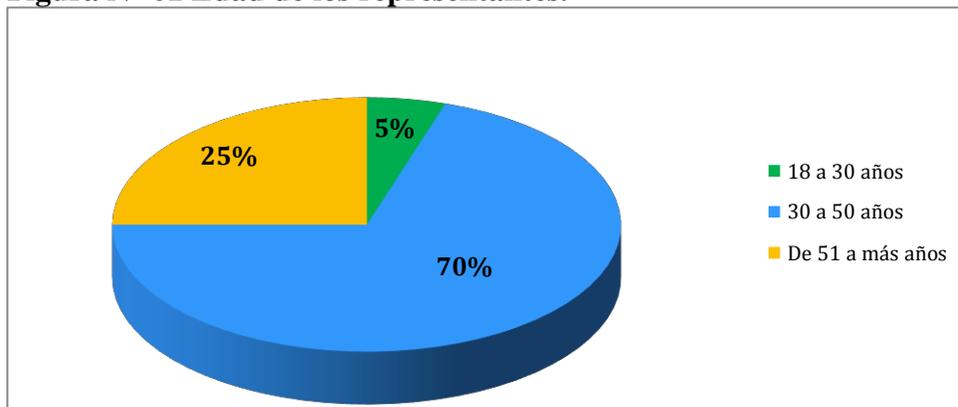
#### **Edad de los representantes**

<b>Edad</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
18 a 30 años	1	5.0
30 a 50 años	14	70.0
51 a más años	5	25.0
Total	20	100.0

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

**Figura N° 01 Edad de los representantes.**



Fuente: Tabla 01.

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

En la tabla 01 y figura 01, se observa que el 70% están en la edad de 30 a 50 años de edad y en un 25% están en la edad de 51 años a más, solo el 5% están en edad de 18 a 30 años.

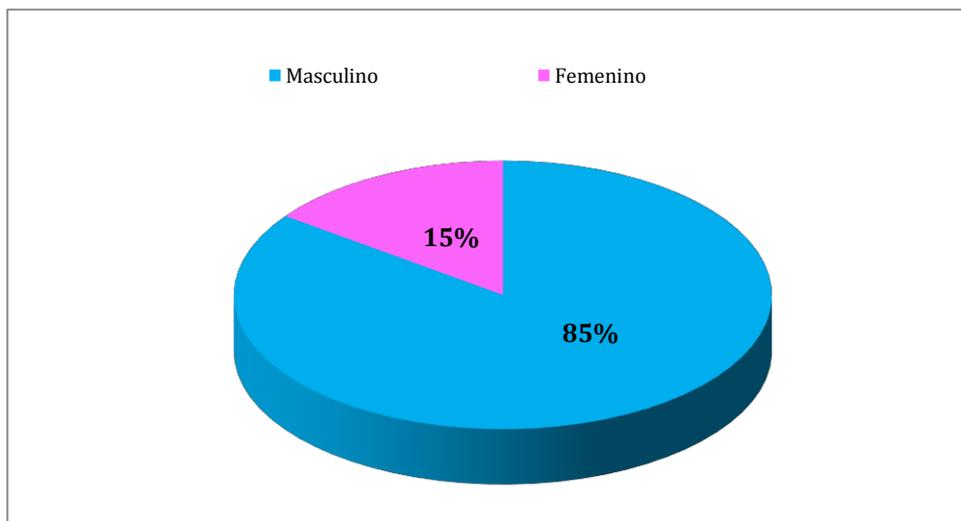
**Tabla N° 02.**

**Género**

<b>Género</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Masculino</b>	17	85.0
<b>Femenino</b>	3	15.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 02 :Género**



Fuente: Tabla 02.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 02 y figura 02, se demuestra que el 85% de los encuestados son de género masculino y solo un 15% son de género femenino.

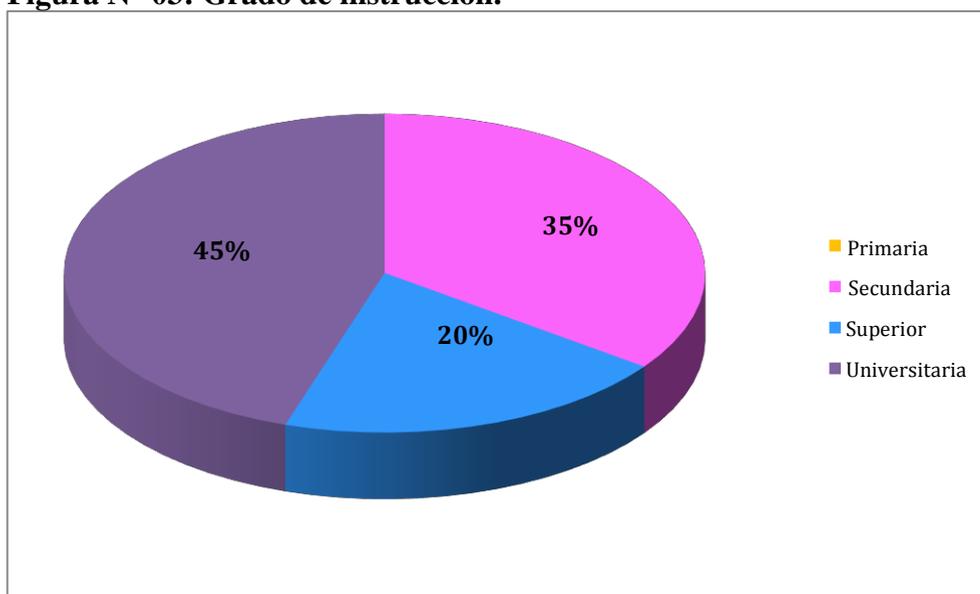
**Tabla N° 03.**  
**Grado de Instrucción**

Instrucción	N° de representantes	Porcentaje
Primaria	0	0.0
Secundaria	7	35.0
Superior	4	20.0
Universitaria	9	45.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración Propia.

**Figura N° 03: Grado de instrucción.**



Fuente: Tabla 03.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la Tabla 03 y Figura 03, se observa que el 45% de los encuestados tienen instrucción universitaria y en un 35% tienen instrucción de educación secundaria, y el 20% de estudios superiores.

**Tabla N°04.**

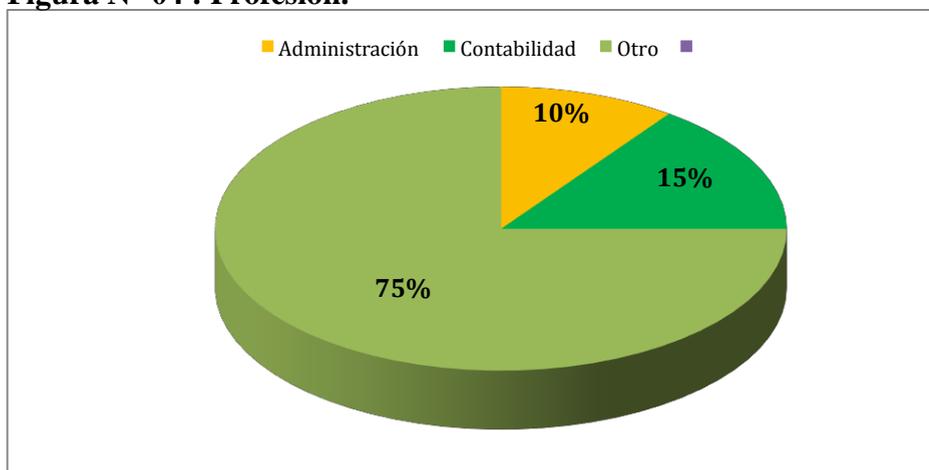
**Profesión**

<b>Profesión</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Administración</b>	2	10.0
<b>Contabilidad</b>	3	15.0
<b>Otros</b>	15	75.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración Propia.

**Figura N° 04 : Profesión.**



Fuente: Tabla 04.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la Tabla 04 y figura 03, se demuestra que el 75% de los encuestados tienen otra profesión, solo un 15% tienen la profesión de contabilidad, y el 10% tienen la profesión de administración.

**Tabla N° 05.**

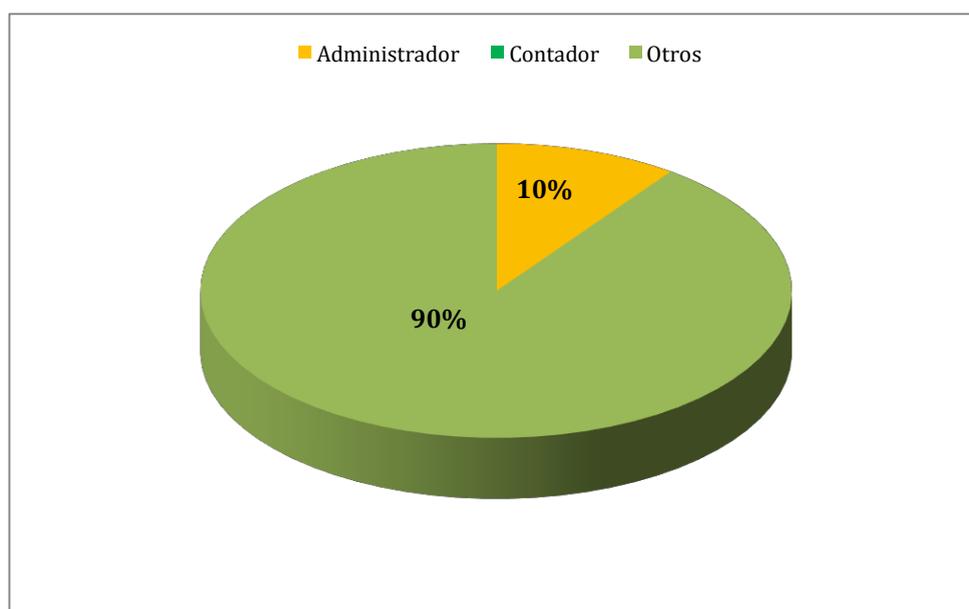
**Cargo que ocupa**

<b>Cargo</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Administrador</b>	2	10.0
<b>Contador</b>	0	0.0
<b>Otros</b>	18	90.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración Propia..

**Figura N° 05: Cargo que ocupan.**



Fuente: Tabla 05.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 05 y figura 05, el 90% de los encuestados tienen otros cargos, solo en un 10% tienen el cargo de administrador

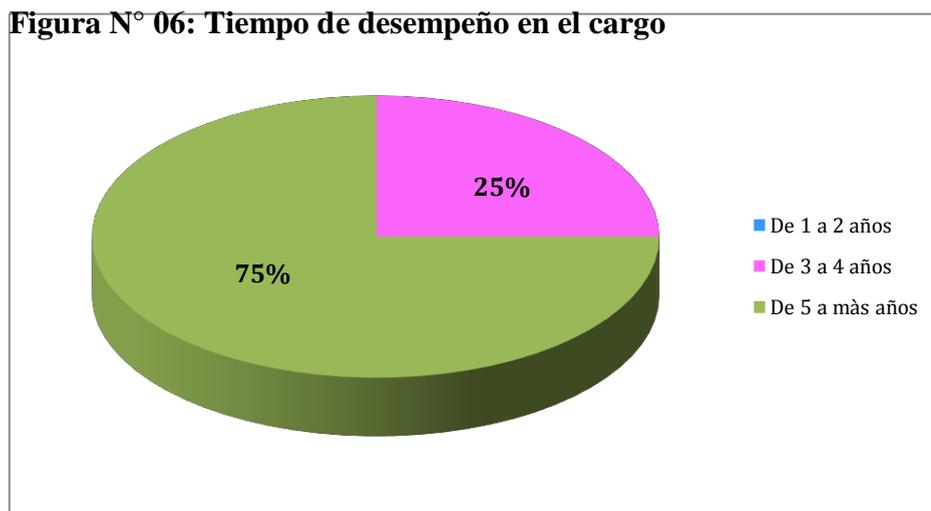
**Tabla N° 06.**

**Tiempo de desempeño en el cargo**

<b>Tiempo de desempeño</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>De 1 a 2 años</b>	0	0.0
<b>De 3 a 4 años</b>	5	25.0
<b>De 5 a más años</b>	15	75.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración Propia.

**Figura N° 06: Tiempo de desempeño en el cargo**



Fuente: Tabla 06.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 06 y figura 06, el 75% de los encuestados tienen en el cargo de 5 a más años y solo un 25% están en el cargo de 3 a 4 años.

**Características de los perfiles de las MYPES rubro hostales de la provincia  
Leoncio Prado, año 2019.**

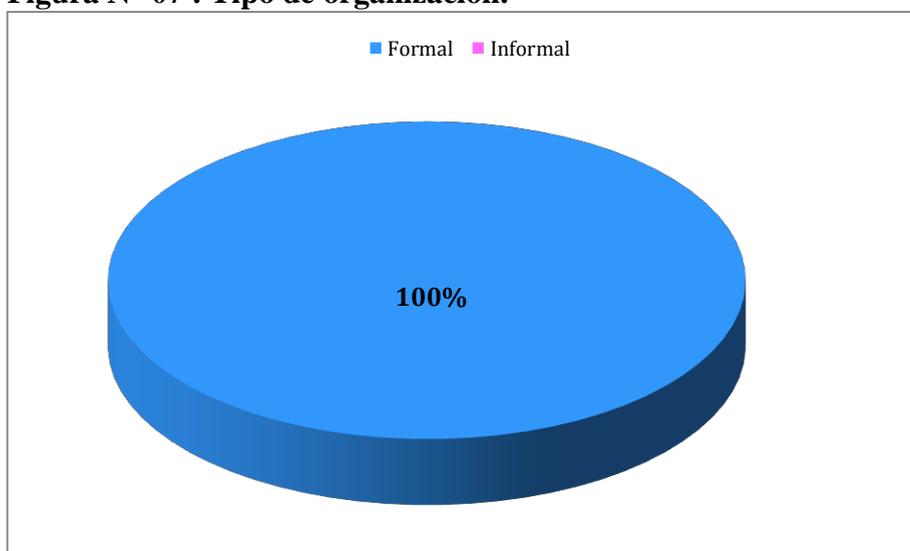
**Tabla N° 07.**

**Tipo de organización**

<b>Tipo organización</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Formal</b>	0	0.0
<b>Informal</b>	20	100.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración Propia.

**Figura N° 07 : Tipo de organización.**



Fuente: Tabla 07.  
Elaboración Propia:

Interpretación:

En la tabla 07 y figura 07, el 100% de las empresas son formales.

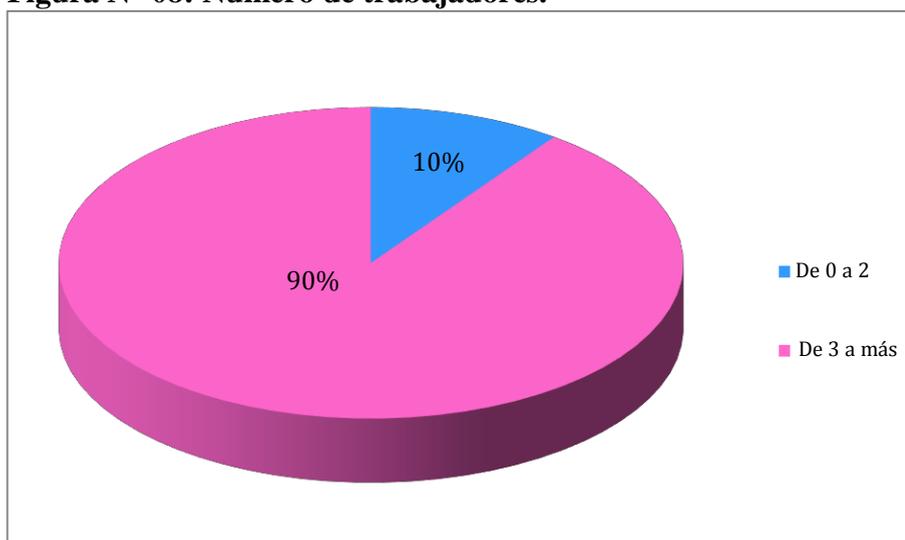
**Tabla N° 08**

**Número de trabajadores**

N° de trabajadores	N° de representantes	Porcentaje
De 0 a 2	2	10.0
De 3 a más	18	90.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración Propia.

**Figura N° 08: Número de trabajadores.**



Fuente: Tabla 08.  
Elaboración Propia.

**Interpretación:**

En la tabla 08 y figura 08, se demuestra que el 90% de los 20 encuestados tienen más de 3 trabajadores, solo un 10% de 0a 2 trabajadores.

**Tabla N°09.**

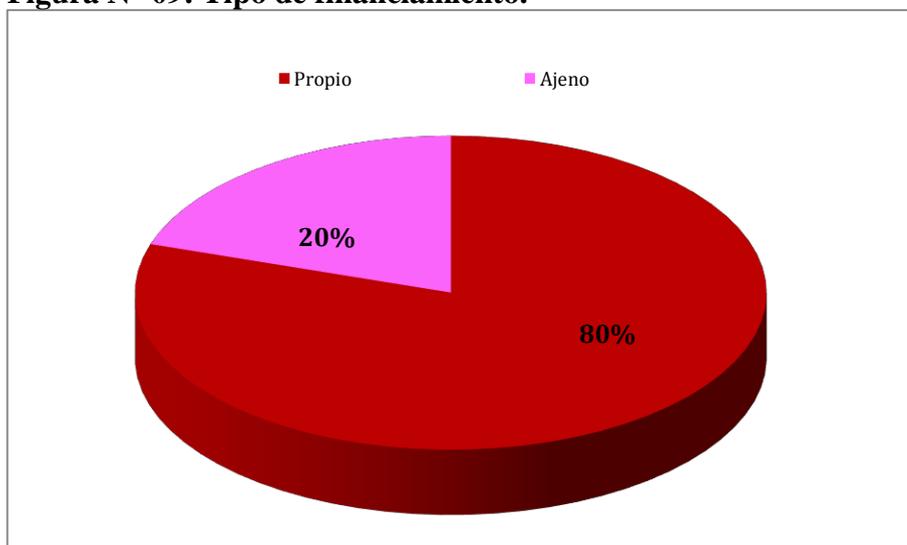
**Tipo de financiamiento**

<b>Tipo de financiamiento</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Propio</b>	16	80.0
<b>Ajeno</b>	4	20.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración Propia.

**Figura N° 09: Tipo de financiamiento.**



Fuente: Tabla 09.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 09 y figura 09, se observa que el 80% su financiamiento es propio, y el 20% su financiamiento es ajeno.

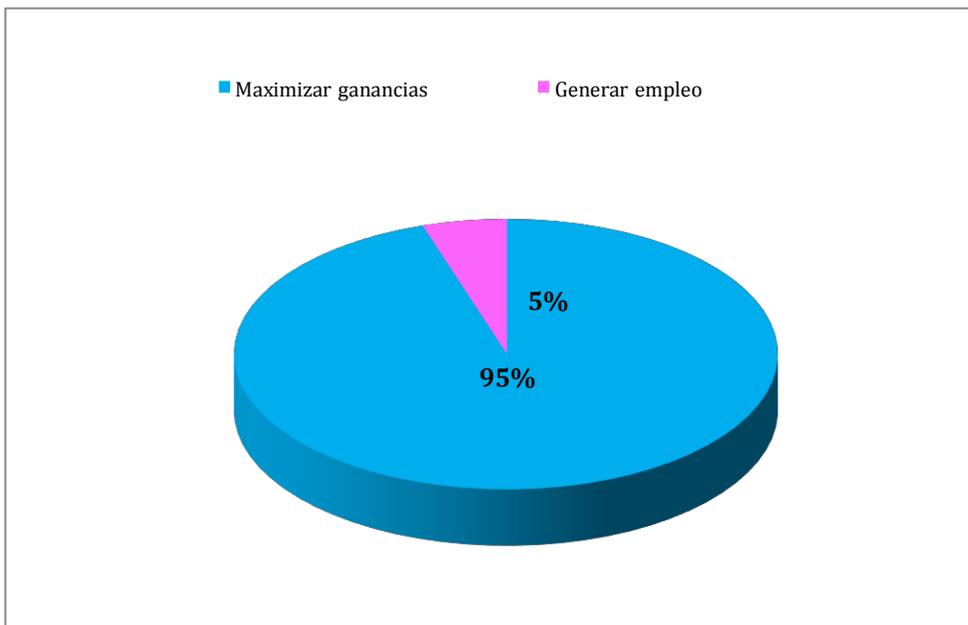
**Tabla N° 10.**

**Objetivo de la MYPE.**

<b>Objetivo de la MYPE</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Maximizar ganancias</b>	19	95.0
<b>Generar empleo</b>	1	5.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 10: Objetivo de la MYPE.**



**Fuente:** Tabla 10.  
Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 10 y figura 10, se demuestra según la encuesta que de los 20 encuestados su objetivo en un 95% es de maximizar ganancias y solo un 5% es de generar empleo.

**De la Gestión de calidad de las MYPES, rubro hostales de la Provincia Leoncio Prado, año 2019.**

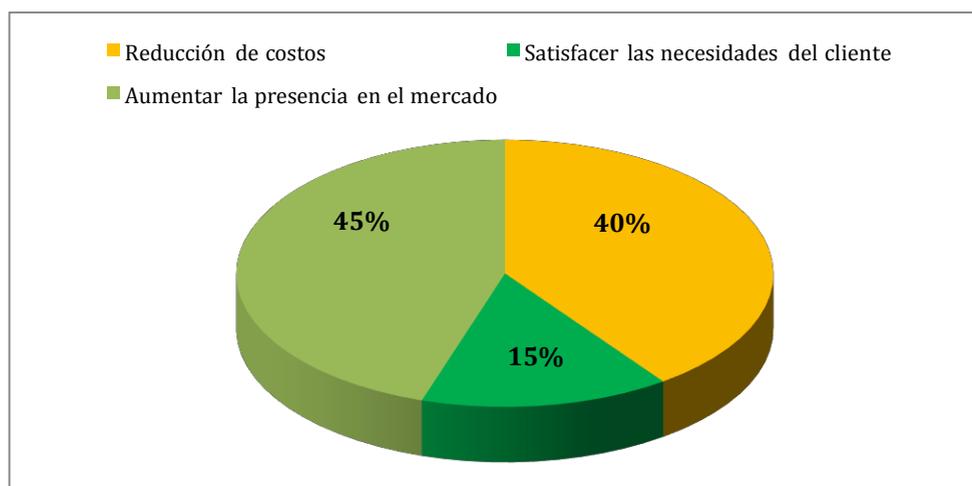
**Tabla N° 11.**

**Características de la gestión de calidad**

<b>Características de la gestión</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Reducción de costos</b>	8	40.0
<b>Satisfacer las necesidades de los clientes</b>	3	15.0
<b>Aumentar la presencia en el mercado</b>	9	45.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración Propia.

**Figura N° 11: Características de la gestión de calidad.**



Fuente: Tabla 11.  
Elaboración Propia.

**Interpretación:**

En la tabla 11 y figura 11, demuestra que en un 45% es para aumentar la presencia en el mercado y en un 40% es para reducir costos, y solo el 15% es para satisfacer las necesidades del cliente.

**Tabla N° 12.**

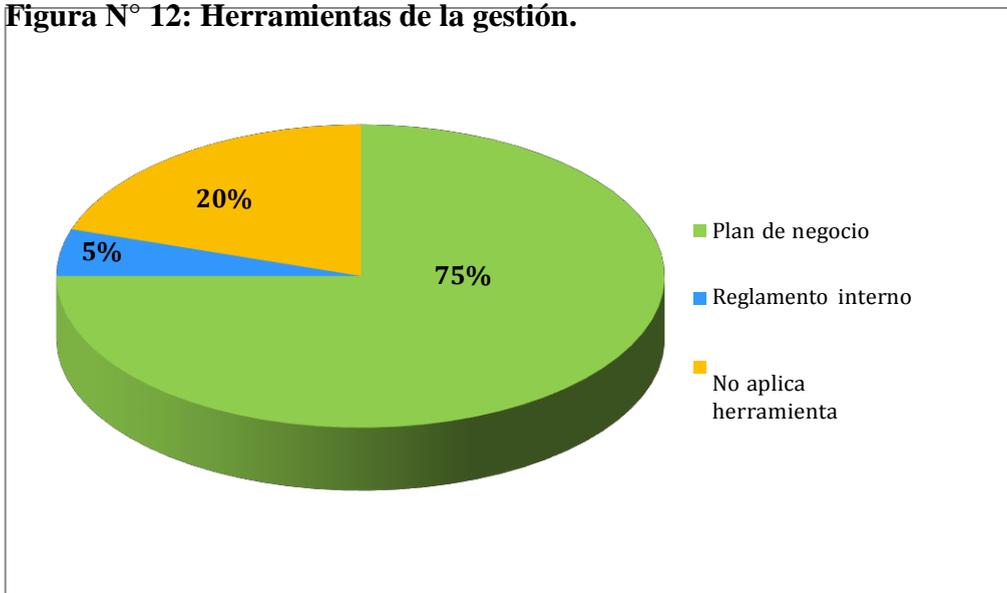
**Herramientas de la gestión.**

Herramientas de gestión	N° de representantes	Porcentaje
Plan de negocio	15	75.0
Reglamento interno	1	5.0
No aplica Herramientas	4	20.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia..

**Figura N° 12: Herramientas de la gestión.**



Fuente: Tabla 12.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 12 y figura 12, el 75% utilizan como herramienta el plan de negocio y el

20% no aplica ninguna herramienta, y solo el 5% aplica el reglamento interno.

**Tabla N° 13.**

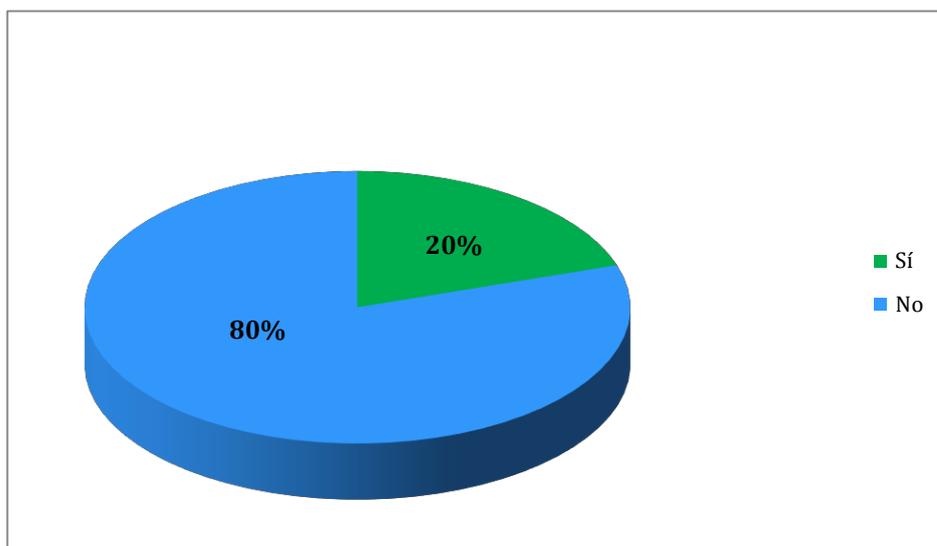
**Equipos de alta tecnología.**

<b>Equipos de alta tecnología</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	4	20.0
<b>No</b>	16	80.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Figura N° 13: Equipos de alta tecnología.**



Fuente: Tabla 13.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 13 y figura 13, se observa que un 80% no utiliza equipos de alta tecnología, solo el 20% Sí utiliza equipos de alta tecnología.

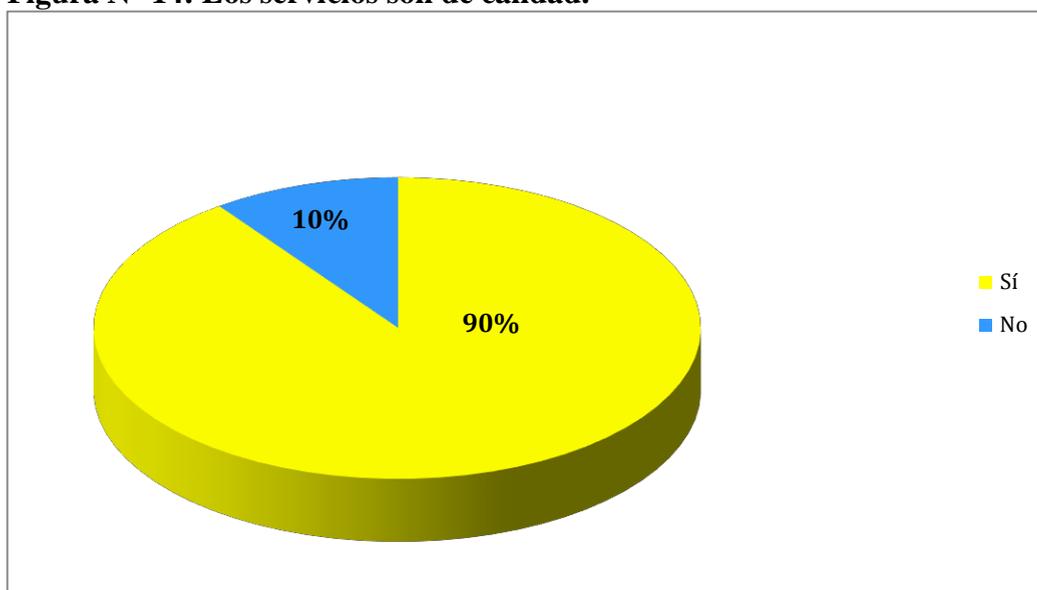
**Tabla N° 14.**

**Los servicios son de calidad**

Servicios de calidad	N° de representantes	Porcentaje
Sí	18	90.0
No	2	10.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 14: Los servicios son de calidad.**



Fuente: Tabla 14.  
Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 14 y figura 14, se observa que el 90% de los encuestados si dan un servicio de calidad y solo un 10% no dan un servicio de calidad.

**Tabla N° 15.**

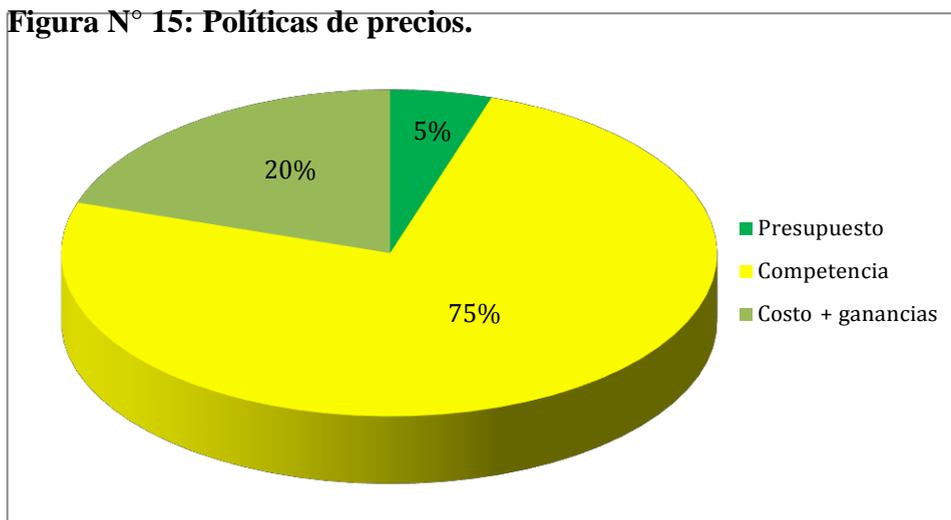
**Políticas de precios**

<b>Políticas de precios</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Presupuesto</b>	1	5.0
<b>Competencia</b>	15	75.0
<b>Costos + ganancias</b>	4	20.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Figura N° 15: Políticas de precios.**



Fuente: Tabla 15.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 15 y figura 15, se demuestra que el 75% según la política de precios es la competencia y en un 20% son los costos + ganancia, solo el 5% se basa en el presupuesto.

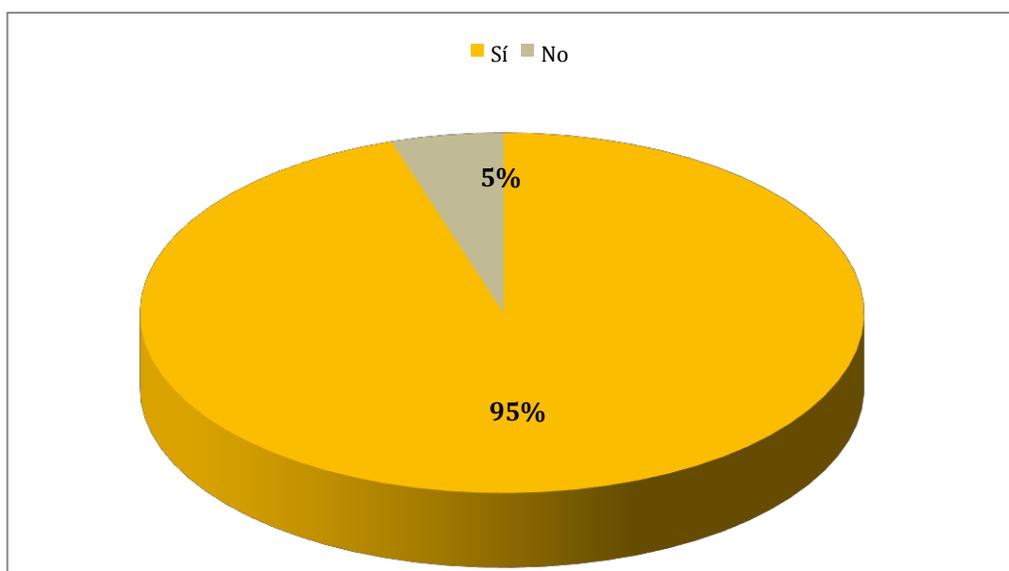
**Tabla N° 16.**

**Prácticas de disensión.**

<b>Prácticas de disensión</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	19	95.0
<b>No</b>	1	5.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 16: Prácticas de disensión.**



Fuente: Tabla 16.  
Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 16 y figura 16, de los 20 encuestados el 95% respondieron que si realizan la practicas de disensión, solo el 5% no practican la disensión.

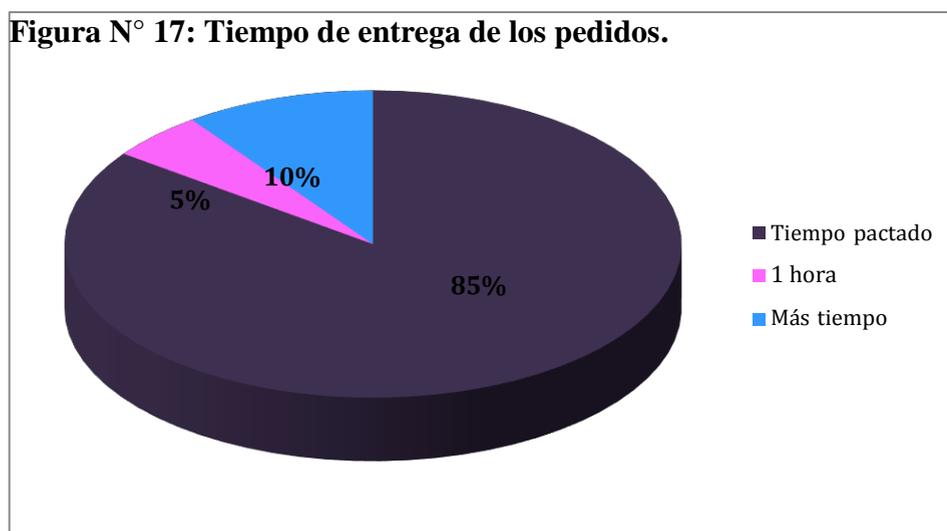
**Tabla N° 17.**

**Tiempo de entrega de los pedidos.**

<b>Tiempo de entrega</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Tiempo pactado</b>	17	85.0
<b>1 hora</b>	1	5.0
<b>Más tiempo</b>	2	10.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 17: Tiempo de entrega de los pedidos.**



Fuente: Tabla 17.  
Elaboración Propia.

**Interpretación:**

En la tabla 17 y figura 17, se observa que el 85% de los encuestados lo realizan en el tiempo pactado y en el 10% es mas tiempo y solo el 5% en una hora.

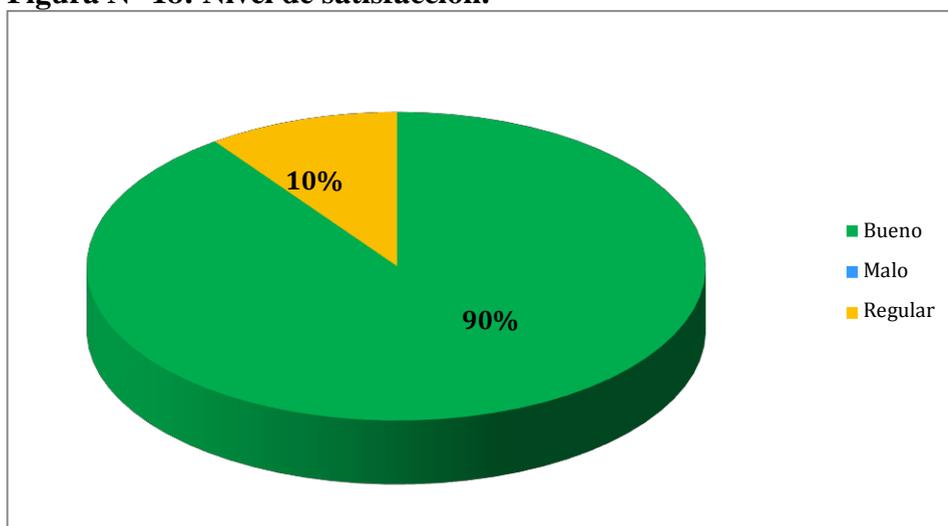
**Tabla N° 18.**

**Nivel de satisfacción**

<b>Nivel de satisfacción</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Calidad</b>	3	15.0
<b>Bajo costo</b>	1	5.0
<b>Precio</b>	16	80.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 18: Nivel de satisfacción.**



Fuente: Tabla 18.  
Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 18 y figura 18, que el 90% tiene el nivel bueno y solo el 10% tiene el nivel regular.

**De la Competitividad de las MYPES rubro hostales de la Provincia Leoncio Prado, año 2019.**

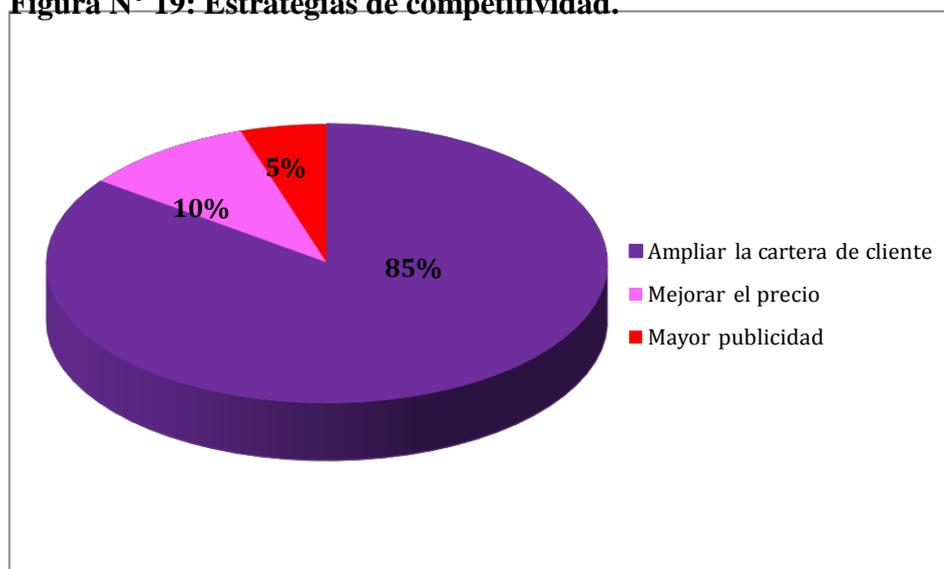
**Tabla N° 19.**

**Estrategias de competitividad**

<b>Estrategias de competitividad</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Ampliar la cartera de clientes</b>	17	85.0
<b>Mejorar el precio</b>	2	10.0
<b>Mayor publicidad</b>	1	5.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 19: Estrategias de competitividad.**



Fuente: Tabla 19.  
Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 19 y figura 19, el 85% utiliza la estrategia de competitividad ampliar la cartera de clientes y un 10% es mejorar sus precios, y solo un 5% es tener mayor publicidad

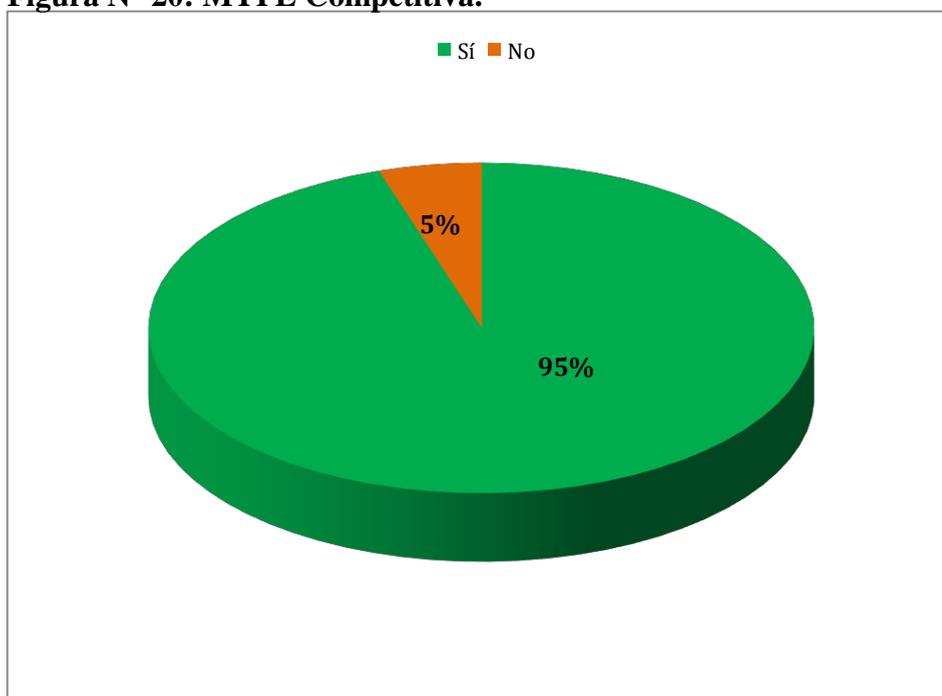
**Tabla N° 20.**

**MYPE Competitivas.**

<b>MYPE Competitivas</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	19	95.0
<b>No</b>	1	5.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 20: MYPE Competitiva.**



Fuente: Tabla 20.  
Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 20 y figura 20, el 95% de los encuestados afirma que su MYPE es competitiva y solo el 5% respondieron no.

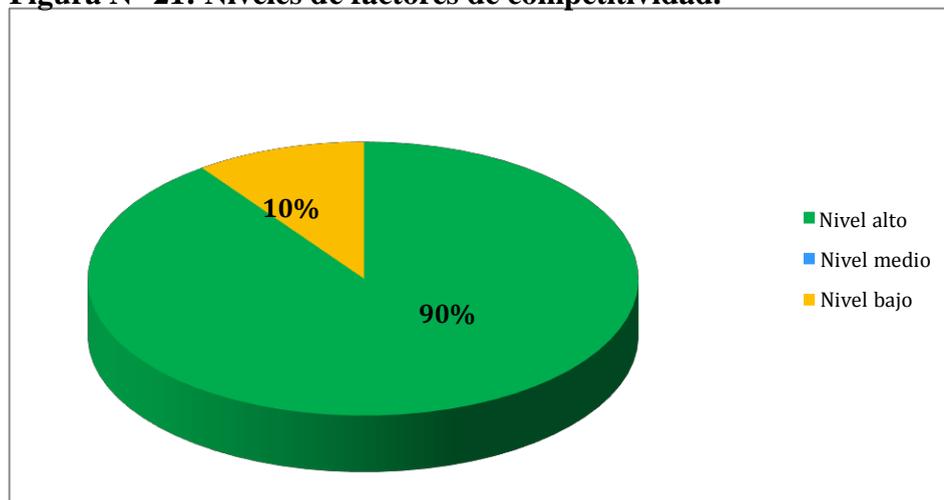
**Tabla N° 21.**

**Niveles de factores de competitividad.**

<b>Niveles y factores de competitividad</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Nivel alto</b>	18	90.0
<b>Nivel medio</b>	2	10.0
<b>Nivel bajo</b>	0	0.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 21: Niveles de factores de competitividad.**



Fuente: Tabla 21.  
Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 21 y figura 21, demuestra que de los 20 encuestados el 90% es de nivel alto y solo un 10% son de nivel bajo.

**Tabla N° 22.**

**Ventajas competitivas.**

<b>Ventajas competitivas</b>	<b>N° de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Calidad</b>	2	10.0
<b>Bajo costo</b>	6	30.0
<b>Precio</b>	12	60.0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

**Figura N° 22: Ventajas competitivas.**



Fuente: Tabla 22.  
Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 22 y figura 22, se observa que el 60% como ventaja competitiva tiene al precio y en 30% es en un bajo costo, solo el 10% tiene como ventaja competitiva a calidad.

## **5.2. Análisis de resultados**

### **Características de los representantes legales de las MYPES.**

Con respecto a la edad de los representantes de las Micro y pequeñas empresas: El 70% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una edad de entre 30 a 50 años, (Tabla N°01), este resultado coincide con los encuestado por **Araujo, (2017)**, donde menciona que la edad de los representantes oscila entre los 36 y 50 años de edad, así mismo **Berrú, (2014)** , menciona también que la edad de los representantes se encuentra entre las misma edades. Con el análisis en estudio se determina que las MYPES son dirigidas por personas adultas, teniendo en cuenta experiencia en el rubro de hostales en esta provincia de Leoncio Prado. Con respecto al género del representante de las micro y pequeñas empresas: El 85% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas son de género masculino (Tabla N°01), el cual muestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Esto muestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector del sector servicio – rubro hostales, están siendo representadas por el sexo masculino.

Con respecto al grado de instrucción de los representantes de las MYPES: El 45% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas cuentan con estudios (Tabla 01), este resultado contradice según la investigación realizada por **Araujo (2017)**, ya que en su investigación los dueños o representantes legales solo cuentan con educación secundaria.

**En cuanto a las características esenciales de los perfiles de la MYPES** el tipo de organización en su totalidad es formal, y en su gran mayoría su tipo de financiamiento

es propio, siendo su objetivo como MYPE maximizar sus ganancias (Tabla 03). Los números de trabajadores en su gran mayoría son de 3 a más trabajadores. Las cuales se puede comparar con las demás investigaciones llegan a que casi son las mismas características.

### **Referente a la gestión de calidad.**

Pese a la prolífica literatura existente, las diferencias y relaciones entre los diferentes enfoques no están suficientemente perfiladas. “La complejidad ha sido además atizada con los procesos de reforma de todos los modelos existentes, entre ellos las normas ISO 9000:2000”. No es, pues, extraño que autores como **Conti (1999)** “se pregunten si tanta actividad refleja las necesidades de los usuarios, o bien denuncia simplemente la competencia entre modelos de gestión para captar adeptos. Consecuentemente, no se dispone de una definición cabal y comúnmente aceptada de lo que se entiende por Gestión de la Calidad, utilizándose una variedad de etiquetas o denominaciones” para el mismo concepto (**Xu, 1999**). Es muy importante resaltar que la gestión de calidad para de la micro y pequeñas empresas del sector como característica es de aumentar la presencia en el mercado y como herramientas de gestión tienen al plan de negocio (Tabla 03), **Abad(2016)** Todos los microempresarios apuestan en ofrecer una mejor atención, calidad de servicio y capacitación a sus trabajadores. Teniendo una similitud en buscar la misma forma de trato en el servicio a los clientes lo que contradice **Araujo (2017)** en su investigación no se encargan de buscar una calidad de servicio sino de buscar utilidad como empresa. La herramienta de gestión más utilizada por las MYPES en este sector. Es tener un plan de negocio para poder gestionar todo el trabajo de servicio que darán a la comunidad. En su gran mayoría la satisfacción a calidad del servicio es bueno.

**Referente a la competitividad:** El término competitividad, “desde el punto de vista del análisis empresarial y socioeconómico, es importante ya que interviene positivamente en el crecimiento económico de un país. Visto de esta manera, se enfatiza en la definición dada por el profesor Michael Porter en este sentido, cuando afirma que: la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos y de la eficiencia productiva”. El objetivo principal de la competitividad “es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios. La competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización. Poder reconocer a tiempo las ventajas comparativas que posee la empresa, por ejemplo mediante el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) permite obtener mejores rendimientos en aquellos aspectos en que la empresa sea más fuerte en comparación con sus competidores y corregir falencias que puedan afectar su estabilidad en el corto o largo plazo dentro del mercado”. Las estrategias de competitividad lo que tomaron como primera prioridad las MYPES es de ampliar la cartera de clientes, y las MYPES si les interesa la competencia con niveles de competitividad de nivel alto. Abad (2016), “Las Características de la competitividad se rigen de acuerdo a lo exigido por los clientes al momento de brindar los servicios, Siendo la misión principal de los hostales y hospedajes satisfacer todas las expectativas requeridas por los clientes”. En cuanto a las ventajas competitivas se muestra en el precio.

## **VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. Conclusiones**

Como consecuencia del análisis efectuado en el presente estudio se han obtenido las siguientes conclusiones:

Las micro y pequeñas empresas del rubro hostales de la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2019. Se encuentran dirigidas en su gran mayoría por personas adultas y son del género masculino, cuentan con grado de instrucción universitaria el tipo de organización en su totalidad son formales y cuentan con tres a más trabajadores y el capital de su financiamiento es propio, lo que demuestra que trabajan con su propio dinero y su objetivo como MYPE es maximizar ganancias...

Los representantes de las micro y pequeñas empresas según las características de la gestión de calidad piensan en su gran mayoría en aumentar la presencia en el mercado y las herramientas de gestión que utilizan son el plan de negocio y no aplican herramientas de gestión, los productos que utilizan para el servicio son adecuados que satisfacen a los clientes en este rubro, sus políticas de precios es en base a la competencia y tienen en cuenta las opiniones de los clientes. En cuanto a la satisfacción a calidad del servicio en su gran mayoría dicen que es bueno.

En cuanto a la estrategia de competitividad se da para ampliar la cartera de clientes buscando nuevos mercados y se consideran competitivo, en cuanto a los niveles y factores de competitividad es de nivel alto lo que quiere decir son competencia de los demás hostales de este medio, la muestra de la ventaja competitiva es el precio.

## **6.2.Recomendaciones**

Luego de la evaluación y conclusión del estudio consideramos prudente plantear las siguientes recomendaciones:

Realizar constantemente investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los cambiantes requerimientos del mismo.

Recordar la importancia de organizar eficientemente y en su debido tiempo las actividades promocionales.

Establecer controles y realizar ajustes periódicos en el plan de mercadeo de la empresa, es sin duda alguna imprescindible.

Recomendamos tomar acciones de marketing relacional y apertura de nuevos mercados, con el fin de lograr el retorno de la inversión. Junto con lo anterior, se deben empezar a implementar las metodologías de mejora continua con el fin de hacer más rentable la operación.

Se recomienda a las empresas de este estudio deben ser capacitados en atención al cliente ya que son la razón de cada empresa en esta localidad.

## Referencias Bibliográficas

- Abad, F (2016)** Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las MYPES del giro hostales y hospedajes en el distrito de Chiclayo en el año 2016.
- Araujo, A (2017)**, Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector servicio rubro hoteles en la provincia de Leoncio Prado período – 2017.
- Alegre, A (2005)**, en su tesis “Estudio comparativo de calidad en el servicio de 6 hoteles en el centro histórico de la ciudad de Puebla.
- Bejarano, Jesús Antonio. (1998)**. Elementos para un Enfoque de la Competitividad en el Sector Agropecuario. Colección de Documentos IICA. Serie Competitividad No.2 República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.
- Benavides, C. (2012)**, en sus tesis Titulada “La calidad y productividad en el sector hotelero andaluz”,
- Berrú, E (2014)** Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014.
- Bracho Y. (2007)**. “Gestión de calidad en las empresas del sector azucarero del occidente de Venezuela”. Tesis para optar al Grado de Magíster en Gerencia Empresarial, Universidad Rafael Bellosó Chacín, México.
- Bustamante, S. Et.Al. (1994)** La competitividad: desafío para la industria en América Latina. 1994.
- Carrión, G (2014)**, caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPES del sector servicios - rubro hoteles del distrito de San Vicente, provincia de cañete, departamento de lima, periodo 2013 – 2014.
- Cervo , Y. (1989)**. Manual Metodología de la Investigación.

- Conti, T. (1999)**, Organizational Self-assessment. Chapman & Hall, Oxford.  
www.FreeLibro
- Chaffee, E.E. (1985)**, «Three Models of Strategy». Academy of Management Review, 10 (1), pp. 89-98
- Evans, J. R. (2005)**. Administración y Control de la Calidad. International Thomson Editores, México.
- Galan, M. (2009)**. Metodología de la Investigación. Extraído el 05 de enero de 2016, de: <http://manuelgalan.blogspot.pe/2009/09/que-es-un-diseno-metodologico.html>
- Guillén, M.F. (1994a)**, «The Age of Eclecticism: Current Organizational Trends and the Evolution of Manageria Models». Sloan Management Review, 36 (1), pp. 75-86.
- Hendrix G, y García, F. (2015)**. “Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Girasoles Hotel”, de la ciudad de Lima, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2015”. Trabajo de investigación. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Escuela Profesional de Administración Turística. [Extraído el 14 de enero de 2016], disponible en:  
<http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2015/32/20/082331/20150720121149.pdf>.
- James, T. (2007)**. Gestión de la Calidad Total. Un texto Introductorio. España: Prentice Hall. p.19.
- Flynn, B.B.; Schroeder, R.G. y Sakakibara, S. (1995a)**, «The Impact of Quality Management Practices on Performance and Competitive Advantage». Decision Sciences, 26 (5), pp. 659-691.
- Mendoza Castillo, M. (2011)**, en su tesis de pre grado de la Universidad Nacional de Trujillo, denominada “Calidad de Servicio y satisfacción de

los clientes del Banco Azteca del Perú SA. Agencia Junín, Trujillo año 2011”.

**Moreno, M. & Gonzales, T. (2001).** Gestión de calidad y diseño de organizaciones. España: Prentice Hall. p.17, 19

**Müller, Geraldo.** The Kaleidoscope of Competitiveness (Fotocopias).

**Paima , K(2017),** Caracterización de la gestión de calidad y capacitación en las micro empresas del sector servicio - rubro hoteles en el distrito de Juanjui, año 2017.

**Porter, Michael.** La competitividad, [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

**Porter, Michael.(1991)** La ventaja competitiva de las naciones.1.ed. Buenos Aires: Javier Vergara Editor S.A. , 1991.108 P.

**Pelayo, Carmen María.(2007)** La Competitividad. Disponible en Internet en: <http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>. Fecha de consulta: marzo de 2007.

**Sabino , C. (1992).** Metodología de la Investigación. [Extraído el 04 de Enero de 2016], de: <http://es.slideshare.net/osmir11/10-conceptos-de-investigacion>

**Spencer, B.A. (1994),** «Models of Organization and Total Quality Management: A Comparison and Critical Evaluation». Academy of Management Review, 19 (3), pp. 446-471.

**Tamayo. (1994).** Metodología de la Investigación. Extraído el 04 de Enero de 2016, de: <http://es.slideshare.net/osmir11/10-conceptos-de-investigacion>

**Xu, Q. (1999),** «TQM As an Arbitrary Sign for Play: Discourse and Transformation». Organization Studies, 20 (4),pp. 659-681.

**Zambrano, M. (2006).** Realmente el gobierno apoya las MYPE. Lima: [citada 2008 Mar 23]. Extraído el 05 de setiembre de 2019, de: <http://www.monografias.com/trabajos39/apoyo-a-pymes/apoyo-a-pymes.shtml>.

**Vela, L. (2007).** “Caracterización de la micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú y desempeño de las microfinanzas”. [Extraído el 23 enero, 2016], disponible en: [http://www.sipromicro.org/fileadmin/pdfs\\_biblioteca\\_SIPROMICRO/001484.pdf](http://www.sipromicro.org/fileadmin/pdfs_biblioteca_SIPROMICRO/001484.pdf)

# ANEXO

## Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN

Reciba Usted mi cordial saludo y hare el presente cuestionario que tiene finalidad recoger información importante de los gerentes o administradores sobre la Gestión de Calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales.

Instrucciones: Le solicito leer bien la pregunta, responder cada interrogante marcando con una (x) en la alternativa correspondiente. Gracias

#### I. RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES

##### LEGALES

##### 1. Edad de los Representantes

- a. 18 – 30      b. 30 – 50      c. 50 a más

##### 2. Genero

- a. Masculino    b. Femenino

##### 3. Grado de instrucción

- a. Primaria      b. Secundaria    c. Superior      d. Universitaria

##### 4. ¿Cuál es tu profesión?

- a. Administración    b. Contabilidad    c. Otro

##### 5. ¿Cuál es el cargo que ocupa?

- a. Administrador      b. Contador      c. Otros

##### 6. ¿Cuál es el tiempo que desempeña en el cargo?

- a. De 1 a 2 años      b. De 3 a 4 años      c. De 5 más años

#### II. RESPECTO AL PERFIL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

##### 7. ¿Cuál es el tipo de organización que tiene?

- a. Formal      b. Informal

**8. ¿Cuál es el número de trabajadores?**

- a. De 0 a 2
- b. De 3 a mas

**9. ¿Cuenta con algún tipo de financiamiento?**

- a. Propio
- b. Ajeno

**10. ¿Cuál es el objetivo de la MYPE?**

- a. Maximizar ganancias
- b. Generar empleo

### **III. RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD**

**11. ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad?**

- a. Reducción de costos
- b. Satisfacer las necesidades de los clientes
- c. Aumentar la presencia en el mercado

**12. ¿Cuáles son las herramientas de gestión que le permite desarrollar sus funciones dentro de la empresa?**

- a. Plan de negocio
- b. Reglamento interno
- c. No aplica herramientas de gestión

**13. ¿Cuenta con equipos de alta tecnología?**

- a. Si
- b. No

**14. ¿Los productos para el servicio son adecuados ?**

- a. Sí
- b. No

**15. ¿Cuáles son las políticas de precios?**

- a. Presupuesto
- b. Competencia
- c. Costos + ganancias

**16. ¿Cumple con las prácticas de disensión?**

- a. Sí
- b. No

**17. ¿tiempo de entrega de los pedidos?**

- a. Tiempo pactado
- b. 1 hora
- c. Más tiempo

**18. ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio?**

- a. Bueno
- b. Malo
- c. Regular

#### **IV. RESPECTO A LA COMPETITIVIDAD**

**19. ¿Cuáles son las estrategias de competitividad que deberían implementar las MYPES ?**

- a. Ampliar la cartera de clientes
- b. Mejorar el precio
- c. Mayor publicidad

**20. ¿Considera a su MYPE competitiva?**

- a. Sí
- b. No

**21. ¿Cuáles son los niveles de los factores de competitividad?**

- a. Nivel alto
- b. Nivel medio
- c. Nivel bajo

**22. ¿Cuáles son las ventajas competitivas?**

- a. Calidad
- b. Bajo costo
- c. Precio

**Anexo 2**

**HOSTALES DE LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO EN ESTUDIO**

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Dirección Real y Dirección Electrónica</b>	<b>Teléfono / Telefax</b>	<b>Categoría</b>	<b>Clasificación</b>
HOSTAL "CASA LINDA"	Av. Iquitos 917 / CP – Castillo G. hostalcalinda@hotmail.com	56 33 75 .-	Hs	* *
VILLA JENNIFER	Km. 3.4 Carretera CP Castillo G. Villajennifer53@hotmail.com	794714 962603509 962695059	Albergue Ecológico	S/C
HOSTAL "UCAYALI"	Av. Ucayali N° 581 hostalucayali0581@hotmail.com	56 47 37 - 406415	Hs	* *
HOSTAL "ROOSVELT"	Jr. Jose Pratto N° 388 Watts300866@hotmail.com	56 26 85	Hs	*
MARKOS	Av. Tito Jaime Fernández N° 263 hostalmarkos3@hotmail.com	56 13 41	Hs	* *
CHONTA PLAYA	Caserío Chonta Playa – Mariano Dámaso Beraún	.-	Albergue	S/C
PALACIOS	Av. Raymondi N° 158-Tingo María	562972 562319	Hs	* *
LEON	Jr. Monzón N° 311-Tingo María	564223 .-	Hs	* *
GRAN HOTEL	Av. Raymondi N° 214-Tingo María	562217	N/C	S/C
BELEN	Av. Tito Jaime Fernández N° 676-Tingo María	562044	N/C	S/C
EL PAÑAQUITO	Av. Tito Jaime Fernández N° 28-Tingo María	561581	N/C	S/C
EL TUMI	Jr. Huánuco N° 417 - Aucayacu	488222	N/C	S/C
MARITZA	Jr. Sargento Loren N° 404 - Aucayacu	488027	N/C	S/C
HOSTAL "SUCRE"	Jr. Sucre N° 318-Tingo María	561031	N/C	S/C
HOSTAL "TRUJILLO"	Jr. Cayumba N° 668 – Tingo María	564563	N/C	S/C
HOSTAL "FALCON"	Jr. Sucre N° 245-Tingo María	561817	N/C	S/C
HOSTAL "LATINO"	Av. Tito Jaime Fernández N° 239-Tingo María	561678 562103	N/C	S/C
LA CABAÑA	Av. Raymondi N° 634-Tingo María	562178	N/C	S/C
RAYMONDI	Av. Raymondi N° 342-Tingo María	562146	N/C	S/C
J.P.	Av. Lima N° 439 -Aucayacu	488223	N/C	S/C
HOSPEDAJE "YOLITA"	Psje. Próceres N° 286 – Aucayacu	488553	N/C	S/C
VASQUEZ	Jr. Pucallpa N° 115 - Tingo María	562778	N/C	S/C

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Dirección Real y Dirección Electrónica</b>	<b>Teléfono / Telefax</b>	<b>Categoría</b>	<b>Clasificación</b>
MIESES	Av. Alameda Perú N° 363-Tingo María	561211	N/C	S/C
LAS ORQUIDEAS	Psje. Barranco N° 123 - Tingo María	562156	N/C	S/C
HOSTAL "ARO"	Av. Ucayali N° 553-Tingo María	562285	N/C	S/C
MAGDALENA	Carretera Marginal N° 375-A	.-	N/C	S/C
LOS ROSALES	Av. Tito Jaime Fernández N° 143-Tingo María	561632 - 563146	N/C	S/C
EL VIAJERO	Av. Tito Jaime Fernández N° 274-Tingo María	563079	N/C	S/C
CENTRAL	Av. Tito Jaime Fernández N° 440-Tingo María	562027	N/C	S/C
VICTORIA	Av. Tito Jaime Fernández N° 448-Tingo María	561703- 805242	N/C	S/C
CARIBE	Av. Ucayali N° 520-Tingo María	805471	N/C	S/C
CUZCO	Av. Raymondi N° 671-Tingo María	562095	N/C	S/C
CAMONES	Psje. Los Próceres N° 264-Aucayacu	505612	N/C	S/C
DIDAN	Esq. Jr. Huascar e Iquitos S/N-Aucayacu	.-	N/C	S/C
MI CASA RESIDENCIAL	Jr. Cajamarca N° 165-Tingo María	561705	N/C	S/C
EL PUERTO	Psje. Karly Alegría Arévalo A – 20-Tingo María	.-	N/C	S/C
ESTHER	Paje. Karly Alegría Arévalo 111-Tingo María	561229	N/C	S/C
ASTORIA	Jr. Garcilazo de la Vega N° 148-Tingo María	406495	N/C	S/C
CALIFORNIA	Jr. Arequipa N° 878-Tingo María	406061	N/C	S/C
EL TIO TOÑO	Malecón Lima B – 18-Tingo María Hospedajeeltioño@hotmail.com	505062	N/C	S/C
DON JORGITO	Malecón Lima N° 195-Tingo María	.-	N/C	S/C
VIENA	Jr. Lamas N° 252-Tingo María	564116 - 562194	N/C	S/C
HOSTAL "DIAZ"	Av. Tito Jaime Fernández 163- Tingo María	.-	N/C	S/C
TINGO MARIA	Av. Ucayali N° 528- 548-Tingo María	561337	N/C	S/C

Nombre Comercial	Dirección Real y Dirección Electrónica	Teléfono / Telefax	Categoría	Clasificación
INTERNACIONAL LEON	Alameda Perú N° 164-Tingo María	563430	N/C	S/C
HSOPEDAJE "PARAÍSO"	Av. Raymondi N° 456 – Tingo María	.-.	N/C	S/C
LOS DELFINES	Av. Tito Jaime Fernández N° 325 – Tingo María	564821	N/C	S/C
RANCHO GRANDE	Av. Grau A-6 – Picuruyacu-Castillo Grande E-mail: cgranchogrande@hotmail.com	562396	Hs	**
AMAZONAS	Av. Amazonas N° 366-Tingo María	562434	N/C	S/C
CONCORDIA	Jr. Huánuco N° 429-Tingo María	.-.	N/C	S/C
SUPER BANDAN	Alameda Perú N° 320-Tingo María		N/C	S/C
PACHITEA	Av. Lima N° 383 - Aucayacu	488138	N/C	S/C
HOSTAL "CASABLANCA"	PP.JJ 09 de Octubre - Carret. Pucallpa S/N - Tingo María	505471	N/C	S/C
MADERA VERDE	Av. Universitaria km. 1 Tingo María E-mail: maverde@speedy.com.pe	561800	N/C	S/C
HOSPEDAJE "LAS FLORES"	Av. 28 de Julio N° 268 – Tingo María		N/C	S/C
HOSTAL "LAS ORQUIDEAS"	Pje. Barranco N° 123 – Tingo María	562156	N/C	S/C
HOSTAL "BELLA DURMIENTE"	Av. Raymondi N° 841 – Tingo María	562244	N/C	S/C
HOSTAL "KAN KUN"	Av. Alameda Perú N° 378 – 2° piso-Tingo María	796419	N/C	S/C
HOSTAL "DIANA"	Av. Tito Jaime Fernández N° 542-Tingo María		N/C	S/C
ENRIQUE JULIO ROJAS SANCHEZ	Av. Tito Jaime N° 444 – Tingo María		N/C	S/C
CONSUELO TAMARA MUNGUA	Jr. Cayumba 630 – Tingo María		N/C	S/C
MELANIO SIMON RUEDA	Av. Lima N° 383 - Aucayacu	516866	N/C	S/C
HOSTAL "CAMONES"	Jr. Los Próceres N° 253 - Aucayacu		N/C	S/C
LUIS RODOLFO MAGALLANES	Av. Lima N° 533 - Aucayacu		N/C	S/C
HOSTAL "SOLARI"	Jr. Huánuco N° 429 - Aucayacu		N/C	S/C
JUANITA HIDALGO RUIZ	Jr. Tingo María N° 280 - Aucayacu		N/C	S/C
HOSTAL "MONTECARLO"	Jr. Iquitos N° 910 - Aucayacu	062-488158	N/C	S/C

# INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

## I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): MAYTAMOLINA, CARLOS
- 1.2. tirado Académico: **MAGISTER**
- 1.3 Profesión: **ADMINISTRACIÓN**
- 1.4. Institución donde labora: **UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA**
- 1.5. Cargo que desempeña: **DOCENTE DE INVESTIGACIÓN**
- 1.6 Denominación del Instrumento: **CUESTIONARIO DE RECOJO DE INFORMACIÓN DE MYPES.**
- 1.7. Autor del instrumento: **GISSELA ALBITRES PIRO**

## II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS					
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Sobre los ítems del instrumento Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					12	15
SUMATORIA TOTAL		27				

### III. ITEMS DE EVALUACION

#### Criterios

Respecto a los datos generales de los representantes legales

#### Sobre los ítems del instrumento

	1	2	3	4	5
Edad de los representantes					
Genero					
Grado de instrucción					
¿Cuál es tu profesión ?					
¿Cuáles el cargo que ocupa ?					
¿Cuál es el tiempo que desempeña en el cargo?					

#### Criterios

Respecto al perfil de las micro y pequeñas empresas

#### Sobre los ítems del instrumento

¿Cuál es el tipo de organización que tiene?					
¿Cuál es el número de trabajadores?					
¿Cuenta con algún tipo de financiamiento?					
¿Cuál es el objetivo de la MYPE?					

#### Criterios

Respecto a la gestión de calidad

#### Sobre los ítems del instrumento

¿Cuáles son las características de la gestión de calidad?					
---	--	--	--	--	--

¿Cuáles son las herramientas de gestión que le permite desarrollar sus funciones dentro de la empresa?

¿Cuenta con equipos de alta tecnología?					
¿Los productos para el servicio son adecuados ?					
¿Cuáles son las políticas de precios?					
¿Cumple con las prácticas de disensión?					
¿Tiempo de entrega de los pedidos?					
¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio?					
<b>Criterios</b> Respecto a la competitividad  <b>Sobre los ítems del instrumento</b>					
¿Cuáles son las estrategias de competitividad que deberían implementar las MYPES ?					
¿Considera a su MYPE competitiva?					
¿Cuáles son los niveles de los factores de competitividad?					
¿Cuáles son las ventajas competitivas?					

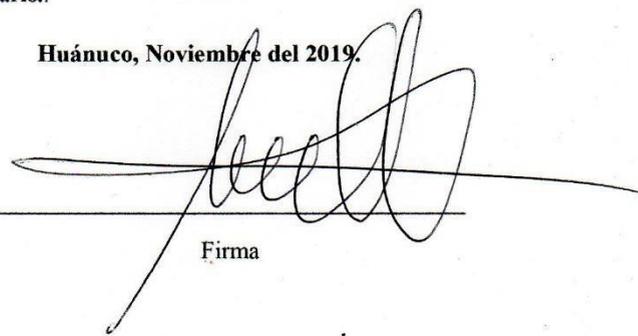
#### IV. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

4.1. Valoración total cuantitativa: **27**

4.2. Opinión: FAVORABLE **X**

4.3. Observaciones: **Se sugiere utilizar palabras técnicas en la administración, pero si es aplicable el cuestionario.**

Huánuco, Noviembre del 2019.



Firma



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

10 de noviembre de 2019

Estimado Señor/a:

La Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote apoya la práctica de obtener el consentimiento informado de, y proteger a, los sujetos humanos que participen en investigación.

La siguiente información tiene por objeto ayudarlo a decidir si aceptará participar en el presente estudio. Usted está en libertad de retirarse del estudio en cualquier momento.

Para tal efecto se le pedirá que conteste y responda según el cuestionario que se aplicará. Nos interesa estudiar y Conocer las características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES en el Rubro Hostales de la Provincia de Leoncio Prado. Esta información es importante porque nos ayudará a determinar y describir la calidad y competitividad, ayudándonos a ampliar nuestros conocimientos y estos resultados puedan apoyar a futuras investigaciones.

Nos gustaría que usted participara de esta investigación, pero tal participación es estrictamente voluntaria. Les aseguramos que su nombre no se mencionará en los hallazgos de la investigación. La información sólo se identificará mediante un código numérico.

Si le gustaría tener información adicional acerca del estudio antes o después que finalice, puede ponerse en contacto con cualquiera de nosotros por teléfono o por correo.

Agradecemos su atención y apreciamos su interés y  
cooperación.

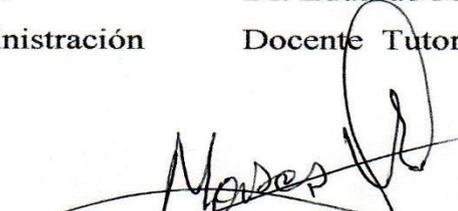
Atentamente,

Gissela Albitres Piro

Estudiante de Administración

Dr. Eduardo Melgarejo Leandro

Docente Tutor de Investigación



Sr. Moises Vásquez Shapiama

Hostal "Vásquez"