



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CALIDAD DE SERVICIO Y CAPTACIÓN DE HUÉSPEDES
DE LAS MYPE, SECTOR SERVICIO, RUBRO
HOSPEDAJES EN EL BARRIO SAN JOSÉ DEL DISTRITO
DE TUMBES, 2020.**

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

AUTOR

ESTUPIÑAN MEDINA MARÍA ELIZABETH

ORCID: 0000-0003-4376-963X

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Estupiñán Medina, María Elizabeth

ORCID: 0000-0001-5432-886X

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables Financieras y Administración, Escuela Profesional de
Administración, Tumbes, Perú

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

**MG. GUERRERO GARCÍA GALVANI
PRESIDENTE**

**MG. AGUILAR CHUQUIZUTA DARWIN EBERT
MIEMBRO**

**MG. VILLARREYES GUERRA DOMINGO MIGUEL
MIEMBRO**

**MG. ESCOBEDO GÁLVEZ JOSÉ FERNANDO
ASESOR**

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Los Ángeles de
Chimbote – ULADECH Filial Tumbes, por
haberme brindado la oportunidad de ser un
profesional.

A los hospedajes y sus huéspedes por
permitir realizar mi investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por iluminarme y darme la fuerza y voluntad de superar cada paso en mi vida.

A mi hijo Gabriel por estar siempre a mi lado y motivarme a superarme cada día.

RESUMEN

En la presente investigación se tuvo como objetivo general determinar la calidad de servicio y captación de huéspedes en las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del Distrito de Tumbes, 2020; con un enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio y captación de huéspedes en las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del Distrito de Tumbes, 2020?; aplicando una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, a una población infinita huéspedes de los 5 hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes la cual se le y muestra de 68 clientes con un muestreo no probabilístico; utilizando el la encuesta valida como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos, se obtuvo como resultado los huéspedes califican con 0.72 al hospedaje respecto a la atención individualizada, además califican con 0.71 respecto a que el hospedaje tiene horarios de trabajo convenientes para el huésped, con una calificación de 0.76 se determina que el hospedaje tiene empleados que le ofrecen una atención personalizada, con una calificación de 0.77 se describe que el hospedaje se preocupa por sus mejores interese del huéspedes, y con una calificación regular de 0.59 consideran que el hospedaje comprende sus necesidades específicas.

Palabras clave: Calidad de servicio, captación, huéspedes y MyPe.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the quality of service and guest recruitment in the MyPe, service sector, lodging category in the San José neighborhood of the Tumbes District, 2020; with a statement of the problem What are the characteristics of the quality of service and guest recruitment in the MyPe, service sector, lodging category in the San José Neighborhood of the Tumbes District, 2020 ?; applying a methodology of quantitative type, descriptive level and non-experimental cross-sectional design, to an infinite population of guests of the 5 lodgings in the San José neighborhood of the Tumbes district, which is sampled from 68 clients with a non-probability sampling; Using the valid survey as a technique and the questionnaire as a data collection instrument, the result was obtained that guests rate the accommodation with 0.72 regarding individualized attention, also they rate 0.71 regarding the accommodation has convenient work hours for the guest, with a rating of 0.76 it is determined that the accommodation has employees who offer personalized attention, with a rating of 0.77 it is described that the accommodation cares about the best interests of the guests, and with a regular rating of 0.59 they consider that the Hosting understands your specific needs.

Keywords: Quality of service, recruitment, guests and MyPe.

ÍNDICE

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	6
2.1.2. Antecedentes nacionales	7
2.1.3. Antecedentes locales.....	10
2.2. Bases teóricas y conceptuales	12
2.2.1. Calidad de servicio.....	12
2.2.2. Captación de huéspedes	17
2.2.3. MyPe.....	20
2.2.4. Hoteles	20
2.2.5. Huésped	21
III. HIPÓTESIS	23
IV. METODOLOGÍA.....	24
4.1. Diseño de investigación	24

4.2.	Población y muestra	24
4.3.	Definición y operacionalización de variables	27
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29
4.5.	Plan de análisis	29
4.6.	Matriz de consistencia.....	30
4.7.	Principios éticos	32
V.	RESULTADOS	33
5.1.	Resultados	33
5.2.	Análisis de resultados.....	41
VI.	CONCLUSIONES	43
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
	ANEXOS	50
	Anexo 01: Instrumento para la recolección de datos	50
	Anexo 02: Turnitin.....	52

I. INTRODUCCIÓN

El internet ofrece a los propietarios de hoteles nuevas formas para adquirir y retener huéspedes utilizando métodos para la obtención de información, brindándoles así la posibilidad de elegir entre ubicación, servicio, precio y calidad, en función a las redes sociales, Online Través Agencies (OTAs), los sitios de opinión y las calificaciones de estrellas que estos sitios brindan a los hoteles, que utilizan los clientes. (Majó, Moya, & Vall, 2017)

A nivel internacional, la organización de salud de Colombia es un obstáculo importante para la economía, por lo que las intenciones del país y las estrategias diseñadas por los gerentes de la organización de salud están encaminadas a ajustar la calidad de los servicios y, por lo tanto, ajustar para acelerar la productividad y la rentabilidad. Una de las visiones del proyecto de evolución de la producción para el sistema de turismo de salud es proponer una propuesta de servicio basada en las prioridades revolucionarias de valor de capacidad, alta calidad y certificación de servicio para recibir 2.8 millones de turistas y \$ 6.3 mil millones en ingresos por esto. Estas ambiciosas intenciones de internacionalización de los servicios médicos de Colombia han llevado a suponer que el IPS adscrito al sistema de seguridad social puede desarrollar sus servicios en términos de lograr y garantizar servicios médicos de calidad en las mejores circunstancias. (Rozo, Serrano, & Díaz, 2018)

En un estudio con gerentes de hoteles de Santa Catarina, Brasil definió el canal de distribución como un grupo de empresas independientes que intentan

brindar servicios al consumidor. La corporación entre intermediarios y medios de hoteles son consideradas las principales herramientas de cooperación y avance en la industria turística. Se señala que la estrategia que tiene más probabilidades de atraer clientes es la estrategia de la asociación, por lo que puede permitir que los clientes potenciales comprendan el conocimiento, y la mejora de la calidad del servicio proporciona un mejor estándar para la comunicación entre quien presta y quien realiza las ventas. (Savi & Pereira, 2012)

Además, en todo el país, la industria turística de ha experimentado un auge del 11% en los últimos 10 años (MINCETUR, 2013), por lo que con el crecimiento acelerado de los últimos años, la industria turística peruana ha sido altamente valorada, Pero en algunas partes del país como en el caso de Puno, el ritmo de crecimiento es muy lento, ocupa el quinto lugar, con el navegable “Lago Titicaca”, el cual es la capital del folklor del Perú y algunos atractivos arqueológicos de primer orden, es el principal destino de TRC (Turismo Rural Comunitario). (Turismo Rural Comunitario). (Cayo & Arcaya, 2013)

Hoy en día en la ciudad de Tumbes, Debido al crecimiento económico de la industria turística en los últimos años, ha surgido el auge de las empresas hoteleras, por lo que brindar servicios de calidad en la atención al cliente y captar clientes son aspectos que no se pueden ignorar en ninguna empresa. Según las estadísticas, el crecimiento del turismo en los últimos años ha aumentado un 7,4% en 2016, un 7,8% en 2017 y un 9,8% en 2018. Se espera que la tasa de crecimiento anual en 2021 supere el 15%. (Mincetur, 2018)

Lo que se debe enfatizar ahora es que brindar a los clientes servicios de calidad se ha convertido en una de las razones importantes y fundamentales para el éxito de cualquier empresa, porque los clientes satisfechos son clientes leales. Sin embargo, a pesar de la implementación de nuevos métodos para mejorar la forma en que estas empresas brindan servicios a los clientes, se observa que el sistema aún presenta deficiencias, en otros casos algunos clientes tienen altos requisitos de calidad para determinadas empresas hoteleras.

La presente investigación “Calidad de servicio y captación de huéspedes de las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes, 2020, tiene como enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio y captación de huéspedes de las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes, 2020?, como objetivo general determinar la calidad de servicio y captación de huéspedes de las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes, 2020; como objetivos específicos determinar las principales características de la calidad de servicio de las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes, 2020, determinar las principales características de la captación de huéspedes de las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes, 2020, determinar la fiabilidad en alfa de cron Bach el instrumento de medición (encuesta). La metodología utilizada es de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, el universo consta de 80 hoteles según

(MINCETUR 2018) de los cuales se consideró a 5 establecimientos de hospedaje ubicados en el Barrio San José el mismo que se encuentran en el distrito de Tumbes, siendo las variables calidad de servicio y captación de huéspedes, en estas variables los clientes deben expresar su apreciación, en lo que respecta a la población es infinita y se obtuvo la muestra aplicando una fórmula de la cual se obtuvo 68 clientes, El tipo de muestreo es no probabilístico porque se desconoce el número de clientes no encuestados. La técnica de recolección de datos es la encuesta, utilizando el cuestionario como instrumento de recolección de datos la misma que consta de 22 preguntas en total, de las 68 encuestas realizadas se obtuvo como principales resultados lo siguiente de cada dimensión: la calificación de confiabilidad es 0.79, lo cual es bueno porque los clientes confían en el servicio brindado por el hotel. La calificación de capacidad de respuesta es 0,80, lo que es bueno, significa que el personal del hotel siempre está dispuesto a ayudar a los huéspedes, la calificación de seguridad es 0.77, que es buena porque el cliente se siente seguro en el hotel; la calificación de empatía es 0.76, que es buena; la calificación de elemento tangible es 0.71, que es regular; y entre estas variables se obtuvo un promedio de 0.77, Se concluyó que según los datos obtenidos, las características de la calidad del servicio son buenas, en la dimensión de confiabilidad el resultado es bueno. Por lo tanto, las Mype cumple su promesa, brinda servicios y fija precios a los clientes, Entonces están bien; en la dimensión de la capacidad de respuesta la Mype hacia los clientes, el resultado es bueno, porque la Mype brinda un buen servicio y puntualidad en el manejo de solicitudes, respondiendo preguntas y quejas de los clientes, en la dimensión de

seguridad, los resultados son buenos, por lo que MyPe inspira credibilidad y confianza a través de sus empleados, en la dimensión de empatía, los resultados son buenos, la MyPe se ha centrado en la atención personalizada con los clientes, En cuanto a la dimensión de elementos tangibles, los resultados son regulares, por lo que MyPe tiene defectos en las instalaciones físicas, infraestructura, equipos y materiales del hotel, por lo que no podemos brindar servicios de calidad.

La investigación actual es descriptiva y ayudará a optimizar la calidad del servicio brindado a los huéspedes del Barrio San José en el distrito de Tumbes. El objetivo principal de estas empresas es atraer a los huéspedes y su fidelización, por lo que se genera la necesidad de valorar e implementar nuevas estrategias.

Los principales beneficiarios de esta investigación serán los propietarios de estos MyPe y sus clientes, no cabe duda de que son los consumidores quienes en última instancia determinan la calidad de los servicios prestados. Al contar con un servicio de calidad, es el aspecto más importante para mantener la relevancia y la fidelidad a largo plazo, que es ganar el reconocimiento de los nuevos clientes obteniendo un servicio de calidad. A nivel hipotético, el esquema nos permitirá ver cómo estas empresas optimizan la calidad de su servicio, atrayendo así más clientes nuevos cada año.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Sánchez (2016), En su investigación para su tesis titulada “*Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente En El Restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, Zacapa*” uno de sus objetivos principales fue evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, esta investigación fue de tipo descriptivo. Para su ejecución se planteó la metodología de Servqual de Zeithaml, Parasuraman y Berry que responde al objetivo planteado con anterioridad. Se concluyó que la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido.

Guerra (2015), En su investigación “*Evaluación de la Calidad de la Atención al Cliente en las Empresas Lácteas de la Ciudad de San Juan de Pasto- Departamento de Nariño*” el tipo de investigación comprendió la descripción, registro, análisis e interpretación de la composición o proceso del fenómeno a estudiar, el recojo de la información se dio bajo el método de la encuesta. Se concluyó que el análisis factorial modificó las dimensiones originales del modelo SERVQUAL, propuesto por los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry; de acuerdo con los pesos factoriales, se obtuvieron cuatro factores en la satisfacción de los clientes, en los puntos de venta de las empresas lácteas.

Reyes (2014), En la investigación de tesis titulada “*Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango*” tuvo como objetivo general verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, se realizó una investigación de tipo experimental con el fin de evaluar cómo está la calidad del servicio que brinda esta asociación y con ello verificar el nivel de satisfacción en la que se encuentra, para la recopilación de información se utilizaron como instrumentos, para antes y después del experimento dos boletas de opinión, con preguntas abiertas y cerradas, dirigido al personal y clientes, una entrevista con el coordinador, con el fin de obtener la información necesaria para la investigación para lo cual se contó con la colaboración de los involucrados. Se concluyó que los resultados que obtuvo la asociación carecen de capacitación al personal para mejorar la calidad del servicio, ya que la información sobre los servicios que ofrece es incompleta, hay demoras en gestión administrativa, refleja poca prontitud al momento de atender al cliente y no existe un protocolo de servicio; por lo anterior se considera que existe insatisfacción de los clientes.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Armas (2016), En la investigación “*Caracterización de la Gestión de Calidad y la Formalización de las MyPe del Sector Servicio- Rubro Transporte Interprovincial en la Provincia de Leoncio Prado, año 2015-2016*”, y por lo cual tuvo como objetivo general identificar las características de la gestión de

calidad y competitividad en las MYPE, los datos que se obtuvo fue a través de técnicas observacionales y se empleó instrumentos como el software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSS versión 19). Las técnicas empleadas son: Observación, encuesta. Se concluyó que la edad promedio de los encuestados es de 20 a 25 años, siendo un 100% de género masculino. El 50% de los encuestados poseen grado de instrucción secundaria y el 25% primaria completa, esto indica que la mayoría de las MYPE están gerenciadas o administradas en forma empírica por personas de mayor edad consideradas también como adultos, mayores que no cuentan con preparación superior.

Rodríguez (2016), En la investigación *“Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad De las MyPe en los servicios de venta de Electrométricos en el distrito de Juanjuí, año 2016”* tuvo como objetivo general, determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016. La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva y se escogió una muestra de 6 microempresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Los representantes legales de las MYPE el 66.7% tienen de 31 a 50 años, son de sexo masculino 83.3%, el 66.7% tienen grado de Profesional Universitario. De la Empresa el 100.0% de las MYPE son formales, El 50.0% de las MYPE de

las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, Menos de 10 trabajadores permanentes es de 100.0%, y menos de 10 trabajadores eventuales es de 100.0%. El 100.0% de las MYPE afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La mayoría de las MYPE ha usado las técnicas del Benchmarking al 66.7%. Se obtuvo que en este estudio de la Empresa el 100.0% de las MYPE son formales, El 50.0% de las MYPE las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, El 100.0% de las MYPE afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Goicochea (2015), En el proyecto titulado *“La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del Boulevard Gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015”*, Utilizado para optar el título profesional de licenciada en Administración. El diseño que utilizó en esta investigación fue descriptivo, cuantitativo, no experimental- transversal. La población estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector en estudio y una muestra del 100% los micros y pequeñas empresas. La técnica que utilizó fue la encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. Se concluyó que las MyPe tienen conocimiento en gestión de calidad; pero no existe interés por los propietarios y/o administradores en poner en práctica los diferentes procesos que te ofrece este tema de la gestión de calidad. La mayoría de las MYPE no desarrollan ninguna política de calidad.

2.1.3. Antecedentes locales

Balladares, (2017) En su investigación “*Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación de las MyPe, en el Sector Servicio Rubro Hospedaje en el Distrito de Tumbes, 2017*”, cuyo problema general fue ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y capacitación en las MyPe el sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017?, tiene como objetivo general Determinar la caracterización de la gestión de calidad y capacitación en las MyPe el sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017. El tipo de investigación del trabajo es Descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte transversal; para este trabajo se usó una población de 15 Hospedajes, a quienes se les aplico el cuestionario usando la encuesta como técnica. Se concluyó que las ventajas de la capacitación en las MYPE del rubro Hospedajes, se ha encontrado que la mayoría de trabajadores no se identifica con la empresa; sin embargo, la mayoría de ellos han señalado que la empresa cumple con capacitarlos y muchos señalan que pueden tomar sus propias decisiones en el trabajo, aunque también consideran que no pueden desarrollar el máximo de sus habilidades.

Namuche (2017), En su investigación titulado “*Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPe en el Sector Servicio, Rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017*”; tiene como objetivo de la Investigación.: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPe del sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017. El estudio de investigación es de tipo

descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte trasversal, teniendo en cuenta la población de 79 trabajadores de los hospedajes; a quienes en el transcurso de la investigación se les aplicara un cuestionario estructurado directamente sobre el tema de investigación a través de la técnica de la encuesta. En conclusión se obtuvo que se identificó que los usuarios de las MyPe encuestadas manifiestan experimenta una buena sensación pero que existe inconveniente para contactarse con la persona idónea, brindado un servicio lento, con un lenguaje poco claro, y no promueve un servicio de calidad, “Así mismo le toman en cuenta a la competencia para mejorar el servicio e instalaciones, desarrollan capacitaciones que ayude a mejorar el servicio, considerando los jefes la empatía como la más importante, para brindar el servicio.

Cruz (2016), En su investigación *“Caracterización competitividad y gestión de calidad en las MyPe -rubro banano orgánico en tumbes 2016”* se estableció como objetivo general del proyecto identificar las principales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro banano orgánico en Tumbes 2016, se planteó la metodología de tipo descriptivo con un nivel cuantitativo y de un diseño no experimental con un corte trasversal, de acuerdo a las dos variables que son la competitividad y gestión de Calidad tiene un impacto positivo en la comercialización del Banano Orgánico en la Región de Tumbes 2016, contando con una población de 81 y cuya muestra fue de 40 personas; técnica, encuesta y el instrumento

que fue un cuestionario con preguntas cerradas del cual fue tabulada y sistematizados para culminar en el análisis de los resultados. Se concluyó que el 58% si tiene conocimiento de ideas innovadoras para aumentar su competitividad, asimismo el 43 % no tiene conocimiento de ello. Observamos que el 48 % de trabajadores a través de la lluvia de ideas dan solución a sus problemas, así como 45% aporta al mejoramiento del crecimiento dentro de la gestión el 33% mejoramiento de infraestructura y el 23% mejoramiento de producción utilizada. “Por lo que se concluye que es importante tener presente los factores de competitividad para así lograr una buena gestión de calidad.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Calidad de servicio

2.2.1.1. Definición:

Representa un proceso de mejora continua, en el que todas las áreas de la empresa se esfuerzan por satisfacer las necesidades del cliente o anticipándose a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o prestando servicios” (Álvarez, 2006).

La Calidad es también el comportamiento de las cosas que son de divina elaboración, fabricación o naturaleza, La calidad describe lo que es tolerante a través de soluciones, es decir, todo lo que se considera de calidad supone un buen desempeño. Todo contenido con atributos de calidad asume que ha pasado una serie de pruebas o las cuales dan la garantía de que es insuperable. (Álvarez 2006)

Este es un medio de proporcionar valor a los clientes, puede promover los resultados que los clientes desean sin tener que asumir costos o riesgos específicos ". (Bon, 2008).

"El servicio representa un conjunto de operaciones realizadas con el fin de utilizar determinadas fuentes. Un servicio es una función que las personas realizan a otros con el propósito de que se den cuenta del placer de recibir servicios. (Bon, 2008)

“Este es un hábito practicado y desarrollado por las organizaciones para explicar las expectativas y necesidades de sus clientes para que puedan brindar servicios accesibles, adecuados, ágiles, flexibles, respetables, útiles, oportunos, seguros y confiables " (Pizzo, 2018).

“De esta forma, los clientes pueden sentirse comprendidos, atendidos y servidos personalmente de manera enfocada y eficiente, y sorprenderse con un valor mayor al esperado, obteniendo así mayores ingresos y menores costos para la organización” (Pizzo, 2018)

2.2.1.2. Objetivo de la calidad de servicio:

Según Álvarez (2006) dice: “La calidad del servicio es parte de un proceso social intangible, porque no se siente solo con el tacto, sino que es bueno y digno de apreciarse. Su objetivo es generar una impresión positiva de servicio. Gestionar la satisfacción y aportar valor a nuestra marca”.

Del mismo modo, debido a que la cultura de la organización se ha modernizado con los requisitos del medio ambiente, ha pasado a anteponer las necesidades de los clientes a las necesidades de la propia empresa, lo que ha llevado a mejoras continuas en el servicio al cliente. (Álvarez 2006).

Según Álvarez (2006) se enumeran una serie de metas u objetivos a alcanzar:

- Satisfacer las expectativas del cliente y despertar nuevas necesidades.
- Minimizar o eliminar defectos en todo el proceso de producción.
- Responder inmediatamente a los requisitos del cliente.
- Disfrute de categorías comerciales que siempre luchan por la excelencia.

2.2.1.3. Importancia de la calidad de servicio

Según Urbina (2015) dice: A medida que se intensifica la competencia, la calidad de los servicios sigue mejorando, porque cuanto mayor es el número, mayor es la oportunidad para que los clientes decidan dónde comprar los productos o servicios que necesitan, de ahí la importancia de perfeccionar y adaptar productos o servicios, satisfacer las necesidades de los clientes, porque son ellos quienes toman la decisión final (Urbina, 2015).

Según Anónimo (2003), La importancia puede guiarse por los siguientes aspectos:

- "La competencia se está intensificando. Por lo tanto, los productos ofertados han aumentado significativamente y hay más tipos, por lo que es necesario brindar un valor agregado" (Anónimo, 2003).
- "Los competidores son iguales a ellos mismos en calidad y precio, por lo que es necesario buscar la diferenciación" según (Anónimo, 2003).
- "Los requisitos de los clientes son cada vez más altos, no solo buscan precio y calidad, sino que también buscan un servicio de alta calidad, ambiente agradable, ambiente confortable, servicio personalizado y servicio rápido" según (Anónimo, 2003).
- "Si un cliente no está satisfecho con el servicio o la atención, es probable que diga algo malo y les cuente a otros consumidores sobre su mala experiencia" (Anónimo, 2003).
- "Si los clientes reciben un buen servicio o atención, es probable que vuelvan a comprar nuestros productos o nos visiten de nuevo" (Anónimo, 2003).
- "Si los clientes reciben un buen servicio o atención, es probable que nos recomienden a otros consumidores" (Anónimo, 2003).
- Estos aspectos deben ser considerados, porque si cada aspecto se puede entender correctamente y aplicar de la manera correcta, es posible obtener una ventaja competitiva" (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985)

2.2.1.4. Teoría

Fue creado por Joseph Juran y se llama "Trilogía de Juran". El autor cree que incluye tres pasos para lograr la calidad requerida por todas las organizaciones. Estos pasos son: planificar la calidad (debe centrarse en quiénes son nuestros clientes para poder desarrollar los bienes o servicios adecuados que resuelvan la mayoría de los defectos; también planificar cómo implementarlos). Control de calidad (una vez que se implementa su plan, lo que obtiene es supervisión continua para mantenerlo en buenas condiciones cuando brinda productos o servicios a los clientes); y mejora de la calidad (después de la producción, debe evaluar y desarrollar medidas que le permitan El siguiente proceso de producción es más eficiente). (Larrea, 1991)

2.2.1.5. Dimensiones:

2.2.1.5.1. Elementos tangibles

“Esto la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, los equipos, los materiales, el personal” (Zeithaml, Bitner Y Gremler, 2009).

2.2.1.5.2. Fiabilidad

"Esto se refiere a la capacidad de realizar de manera confiable y concienzuda el servicio prometido. Es decir, la empresa cumple la promesa en términos de entrega, prestación de servicios, resolución de problemas y precios". (Zeithaml, Bitner Y Gremler, 2009),

2.2.1.5.3. Capacidad de respuesta

"Dispuesto a ayudar a los usuarios y brindarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y puntualidad en el manejo de solicitudes, respuesta a las preguntas y quejas de los clientes y solución de problemas". (Zeithaml, Bitner Y Gremler, 2009)

2.2.1.5.4. Seguridad

"Es el conocimiento y la atención de los empleados y sus habilidades lo que inspira la credibilidad y la confianza de los empleados". (Zeithaml, Bitner Y Gremler, 2009)

2.2.1.5.5. Empatía

"Se refiere al nivel de atención personalizada que la empresa brinda a los clientes. Debe transmitirse a través de servicios personalizados o adaptarse a los gustos del cliente" (Zeithaml, Bitner Y Gremler, 2009)

2.2.2. Captación de huéspedes

2.2.2.1. Definición

"El principal y más importante activo de nuestra empresa es nuestra cartera de clientes. Si no hay una empresa que atienda a los clientes, la empresa carecerá de justificación" (La captación de clientes, 2018).

"Para adquirir clientes y retenerlos, es necesario comprenderlos completamente, determinar sus necesidades y atenderlos con cotizaciones personalizadas". (La captación de clientes, 2018).

“Adquirir clientes no se trata de obtener transacciones comerciales. Para atraer a nuestros clientes, es necesario establecer un vínculo que establezca una relación duradera en el tiempo para que la transacción se pueda repetir en el tiempo. (La captación de clientes, 2018).

“La captación es encontrar clientes potenciales que debemos convertir en clientes finales” (Flores, 2017).

“El proceso de contratación debe ser un trabajo continuo, podemos realizar actividades específicas en momentos concretos o cuando las necesidades del negocio” (Instasent, 2017)

"Por ejemplo, es particularmente interesante lanzar actividades para atraer clientes cuando se abre una tienda y se lanzan nuevos productos. Las empresas de temporada deben redoblar sus esfuerzos durante la temporada” (Instasent, 2017).

En cualquier caso, mientras exista una oportunidad, debemos recopilar datos de clientes potenciales, estos clientes potenciales son personas que han mostrado cierto interés en nosotros. Sus datos son la base para que comencemos a gestionar y construir una relación con él.(Instasent, 2017)

Adquirir clientes es una habilidad básica. Como ya hemos mencionado, es muy importante practicar las habilidades de coaching tanto como sea posible. Ya sea que sus clientes paguen o no, si usa sus habilidades para atraer clientes, será más fácil conseguirlos. El proceso de adquisición de

clientes se divide en dos partes: qué eres y qué haces. Ambos son igualmente importantes".(Captación de clientes, 2018)

2.2.2.2. Acciones

- **Pedir:** "Una muy buena forma de adquirir clientes es simplemente pedirles que lo sean" (Captación de clientes, 2018).

"Es increíble ver a tantos entrenadores nuevos hablando con entusiasmo sobre la capacitación, conectando con las personas que tienen frente a ellos y luego sin preguntar si están dispuestos a trabajar con ellos" (Captación de clientes, 2018).

"Llame a aquellos a quienes quiera entrenar y cuénteles sobre este nuevo negocio que está comenzando y el coaching de vida que puede brindarles". (Captación de clientes, 2018)

- **Requerir:** "Esta es otra forma de lograr que alguien sea tu cliente, solo le pides alguien para que sea tu cliente de igual manera que reclamarías como tuyo algo que realmente quieres. (Captación de clientes, 2018)

"Dile a esa persona que crees que es excelente, que su trabajo es muy interesante y que quieres trabajar con él cómo su coach"(Captación de clientes, 2018).

"Sin embargo, no debes abusar de esta técnica porque terminarás pareciendo un vendedor de autos usados. Tu insistente solicitud deben sonar reales y provenir del corazón"(Captación de clientes, 2018).

2.2.3. MyPe

La Ley N ° 30056 fue aprobada mediante el Decreto Supremo 007-2008-TR y fue emitida el 2 de julio de 2013; tiene como objetivo establecer un marco legal para la competencia, formalización y desarrollo de MyPes. Estableció políticas colectivas y estableció diversas herramientas e instrumentos de apoyo; a su vez, fomentó la inversión privada, el acceso a los mercados internos y externos, el aumento de la eficiencia productiva y otras políticas que llevaron a una mayor productividad organizacional y emprendimiento.(Congreso de la República, 2013)

Entre ellas, se pueden ver cuatro medidas, la primera es promover la inversión privada, la segunda es promover el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, la tercera es para el desarrollo productivo y empresarial, y finalmente existen medidas tributarias para mejorar la competitividad.

Características de las MyPes:

- Microempresa: Sus ventas anuales no deben superar las 150 UIT.
- Pequeña empresa: Las ventas anuales deben superar las 150 UIT con un límite de 1700 UIT.
- Mediana empresa: Las ventas anuales deben ser superiores a las 1700 UIT y menores a 2300 UIT

2.2.4. Hoteles

Se considera una empresa de hospedaje, que ocupa parte del edificio o se encuentra completamente liberado. Los alojamientos para ser clasificados

como hoteles deben ser de una estrella a cinco estrellas. (Comercio Exterior y Turismo, 2015)

Se define como un lugar de alojamiento temporal con características específicas. Por lo tanto, los que están lejos de casa o en casa se quedan allí, muchos de ellos pueden estar trabajando mientras otros están entretenidos. Con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, el hotel también ofrece una serie de productos y servicios adicionales. (Cahuaya & Ñahuincopa, 2016)

Consiste en edificios autónomos que pueden ser vacaciones o ciudades, algunos de los cuales son edificios modernos, mientras que otros optan por permanecer antiguos. Por tanto, dependiendo de la calidad y el servicio, su calidad se puede clasificar de una a cinco estrellas, porque la calidad depende en gran medida de la categoría que presenta. (Muñoz, 2015)

2.2.5. Huésped

Es una persona que obtiene bienes o servicios a cambio de dinero, y necesita realizar transacciones de forma regular y pedirles que satisfagan sus necesidades o deseos. Por tanto, se considera que los clientes ideales proporcionan a la empresa una mayor fidelidad de clientes. Las organizaciones deben tratar a todos los clientes como clientes ideales porque esto les brindará una mayor productividad. (López, 2007)

Es el individuo que obtiene productos o servicios los cuales compra ocasional o regularmente. Hay diferentes tipos de clientes, son: clientes potenciales, es decir, clientes que aún no han recibido servicios pero están a punto de

recibirlos; ocasionalmente los que solicitan bienes o servicios de vez en cuando; personas diligentes o leales son aquellas que suelen disfrutar de los bienes o servicios que brinda la organización y son leales a ella (Bastos, 2006)

Consiste en aquella persona que a cambio de una retribución recibe un producto o servicio, el cual lo adquiere por parte de una empresa dedicada a satisfacer sus necesidades y/o deseos. En los establecimientos de hospedaje como en cualquier otra organización, el cliente es siempre lo primero, y es importante determinar sus requerimientos para que luego se satisfagan, y que estén satisfechos y alineados con la empresa. (Navarro, 2009)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández et al., 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El estudio fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de calidad de servicio y captación de huéspedes. (Hernández et al., 2017)

4.2. Población y muestra

La población es infinita la cual se aplica a los huéspedes de las 5 MyPe dedicadas al rubro de hospedajes en el Barrio San José en el distrito de Tumbes.

Tabla 1. *Población*

Nº	Razón Social
1	Hospedaje Fer's
2	Hospedaje Élica
3	Hospedaje Spondylus
4	Hospedaje Onces
5	Hospedaje Paraíso

Fuente: Municipalidad Provincial de Tumbes, 2020.

Muestra:

Cuando las poblaciones son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las MyPe sector servicio, rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2020, se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita. (Hernández et al., 2017)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z= 1.645)

p = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q= 1-P) q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

$$(0.1)^2$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$

$$(0.01)$$

$$n = \frac{0.67650}{0.01}$$

$$0.01$$

$$n = 67.65$$

$$n = 68 \text{ huéspedes.}$$

La muestra asciende a 68 huéspedes para la variable calidad de servicio y captación de huéspedes en las MyPe, sector servicio rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes, 2020.

Muestreo:

Se aplicó un muestreo no probabilístico porque se desconoce la cantidad de clientes no encuestados.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 2.

Operacionalización de variable.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	Consiste en el valor que se le agrega al servicio, que en muchas ocasiones es la forma de trato, la comunicación, el comportamiento, las actitudes, entre otras, las cuales provienen de las diversas personas que tratan con el cliente, con el fin de que este quede totalmente satisfecho. (Durán, 2006)	Se describirá la variable calidad de servicio de acuerdo a sus dimensiones permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio en cuestión.	Elementos tangibles	Materiales Instalaciones Apariencia	Likert
			Fiabilidad	Disposición del servicio al cliente Habilidad de los trabajadores	
			Capacidad de respuesta	Atención rápida Disposición de tiempo	
			Seguridad	Conocimiento del servicio Cordialidad al realizarlo Comportamiento de los trabajadores	
			Empatía	Atención personalizada Comprensión de las necesidades	

Fuente: Elaboración propia.

Captación de clientes de las MyPe	<p>La captación de clientes no consiste en obtener una transacción comercial. Para captar a nuestros clientes es necesario establecer un vínculo, una relación duradera en el tiempo que permita que esa transacción se repita en el tiempo”. (La captación de clientes, 2018).</p>	<p>Revisión bibliográfica del número total de hoteles y de personas hospedadas en el distrito de Tumbes en el año 2018 (MINCETUR, 2018)</p>	<p>Cantidad de Clientes</p>	<p>El número total de huéspedes en los hoteles por mes.</p>	<p>Para medir la variable captación de clientes, se medirá en base a revisión bibliográfica comparando los datos de la ciudad de Cuzco y la de Tumbes (N° de arribos o personas hospedadas y el N° de habitaciones).</p>
-----------------------------------	---	---	-----------------------------	---	--

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2020. Para ello, se solicitó la autorización de los huéspedes, para la aplicación de las encuestas una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Se utilizó la encuesta cuestionario denominado SERVPERF validado Cronin & Taylor (1992) en su investigación titulada Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension.

4.5. Plan de análisis

Se recolectaron las siguientes covariables de características de los huéspedes como edad, sexo (femenino/masculino); y características de la calidad de servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía).

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 3.

Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variable	Metodología	Escala de medición
¿Cuáles son las características de la calidad de servicio y captación de huéspedes en las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes 2020?	Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández et al., 2017)	<p>Objetivo general: Determinar la calidad de servicio y captación de huéspedes en las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes 2020.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar las características de la calidad de servicio en las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes 2020. Determinar las características de la captación de huéspedes en las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes 2020.</p>	<p>V1: Calidad de servicio.</p> <p>V2: Captación de Huéspedes</p>	<p>Tipo: Cuantitativo.</p> <p>Nivel: Descriptivo.</p> <p>Diseño: No Experimental.</p> <p>Población: La población es infinita la cual se aplica a los huéspedes de las 5 MyPe dedicadas al rubro de hospedajes en la Avenida Fernando Belaunde Terry del distrito de Tumbes.</p> <p>Muestra: 68 huéspedes de los hospedajes.</p> <p>Muestreo: No probabilístico.</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>	Likert

4.7. Principios éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia, justicia e integridad científica. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 4.

Niveles de calidad de servicio.

PREGUNTAS	CALIFICACIÓN	PROMEDIO
0.79		
1.- El hospedaje tiene equipos de apariencia moderna.	0.76	0.79
2.- Las instalaciones físicas del hospedaje son visualmente atractivas.	0.78	0.79
3.- La apariencia y presentación personal de los empleados es buena, limpia y/o aseada.	0.79	0.79
4.- Los materiales asociados con el servicio del hospedaje (letreros, carteles, folletos, volantes y similares) son visualmente atractivos.	0.85	0.79
0.80		
5.- Cuando el hospedaje promete hacer algo en un cierto tiempo determinado, lo cumple.	0.78	0.80
6.- En el hospedaje, los empleados realizan correctamente el servicio a la primera vez.	0.85	0.80
7.- Cuando usted tiene un problema, el hospedaje muestra un sincero interés en solucionarlo.	0.86	0.80
8.- El hospedaje concluye el servicio en el tiempo prometido.	0.72	0.80
9.- El hospedaje mantiene registros exentos de errores.	0.77	0.80
0.77		
10.- Los empleados del hospedaje le comunican cuando concluirá la realización del servicio solicitado.	0.75	0.77
11.- Los empleados del hospedaje le ofrecen un servicio rápido.	0.76	0.77

12.- Los empleados del hospedaje siempre están dispuestos a ayudarlo.	0.79	0.77
13.- Los empleados del hospedaje nunca están demasiados ocupados para responder a sus preguntas.	0.77	0.77
0.77		
14.- El comportamiento de los empleados del hospedaje le transmite confianza.	0.80	0.77
15.- Usted se siente seguro en las transacciones con el hospedaje.	0.76	0.77
16.- Los empleados del hospedaje lo tratan siempre con amabilidad.	0.81	0.77
17.- Los empleados del hospedaje tienen conocimientos suficientes para responder sus consultas.	0.72	0.77
0.71		
18.- El hospedaje le da una atención individualizada.	0.72	0.71
19.- El hospedaje tiene horarios de trabajos convenientes para usted.	0.71	0.71
20.- EL hospedaje tiene empleados que le ofrecen una atención personalizada.	0.76	0.71
21.- El hospedaje se preocupa por sus mejores intereses.	0.77	0.71
22.- El hospedaje comprende sus necesidades específicas.	0.59	0.71

Fuente: Elaboración propia de la encuesta realizada a los huéspedes en el Barrio San José, 2020.

Tabla 5.

Elementos tangibles.

PREGUNTAS	CALIFICACIÓN	PROMEDIO
	0.79	
1.- El hospedaje tiene equipos de apariencia moderna.	0.76	0.79
2.- Las instalaciones físicas del hospedaje son visualmente atractivas.	0.78	0.79
3.- La apariencia y presentación personal de los empleados es buena, limpia y/o aseada.	0.79	0.79
4.- Los materiales asociados con el servicio del hospedaje (letreros, carteles, folletos, volantes y similares) son visualmente atractivos.	0.85	0.79

Fuente: Elaboración propia de la encuesta realizada a los huéspedes, 2020.

Interpretación:

En la Tabla 5 se aprecia que con una calificación de 0.76 los huéspedes consideran que el hospedaje tiene equipos de apariencia moderna, con una calificación de 0.78 se determina que las instalaciones físicas del hospedaje son visualmente atractivas, con una calificación de 0.79 se describe que la apariencia y presentación de los empleados es buena y con una calificación de 0.85 se describe que los materiales asociados con el servicio del hospedaje son visualmente atractivos.

Tabla 6.

Fiabilidad.

PREGUNTAS	CALIFICACIÓN	PROMEDIO
		0.80
5.- Cuando el hospedaje promete hacer algo en un cierto tiempo determinado, lo cumple.	0.78	0.80
6.- En el hospedaje, los empleados realizan correctamente el servicio a la primera vez.	0.85	0.80
7.- Cuando usted tiene un problema, el hospedaje muestra un sincero interés en solucionarlo.	0.86	0.80
8.- El hospedaje concluye el servicio en el tiempo prometido.	0.72	0.80
9.- El hospedaje mantiene registros exentos de errores.	0.77	0.80

Fuente: Elaboración propia de la encuesta realizada a los huéspedes, 2020.

Interpretación:

En la tabla 6 se aprecia que los huéspedes califican con 0.78 respecto a que los hospedajes cuando prometen hacer algo en un tiempo determinado lo cumplen, con una calificación de 0.85 el hospedaje y los empleados realizan correctamente el servicio a la primera vez, con una calificación de 0.86 se determinó que cuando el huésped tiene algún problema el hospedaje siempre muestra interés para solucionarlo, con una calificación de 0.72 se describe que el hospedaje concluye el servicio en el tiempo correcto, y con una calificación de 0.77 el hospedaje mantiene registros exentos de errores.

Tabla 7.*Capacidad de respuesta.*

PREGUNTAS	CALIFICACIÓN	PROMEDIO
0.77		
10.- Los empleados del hospedaje le comunican cuando concluirá la realización del servicio solicitado.	0.75	0.77
11.- Los empleados del hospedaje le ofrecen un servicio rápido.	0.76	0.77
12.- Los empleados del hospedaje siempre están dispuestos a ayudarlo.	0.79	0.77
13.- Los empleados del hospedaje nunca están demasiados ocupados para responder a sus preguntas.	0.77	0.77

Fuente: Elaboración propia de la encuesta realizada a los huéspedes, 2020.

Interpretación:

En la tabla 7 se aprecia que los huéspedes indican un 0.75 de calificación respecto a que los empleados del hospedaje le comunican cuando puede realizar la utilización de los servicios, con una calificación de 0.76 se describe que los empleados del hospedaje le ofrecen el servicio rápido, con una calificación de 0.79 se determina que los empleados del hospedaje siempre están dispuesto a ayudarlo, y con una calificación de 0.77 se determinó que los empleados del hospedaje nunca están demasiados ocupados para responden a sus preguntas.

Tabla 8.
Seguridad.

PREGUNTAS	CALIFICACIÓN	PROMEDIO
		0.77
14.- El comportamiento de los empleados del hospedaje le transmite confianza.	0.80	0.77
15.- Usted se siente seguro en las transacciones con el hospedaje.	0.76	0.77
16.- Los empleados del hospedaje lo tratan siempre con amabilidad.	0.81	0.77
17.- Los empleados del hospedaje tienen conocimientos suficientes para responder sus consultas.	0.72	0.77

Fuente: Elaboración propia de la encuesta realizada a los huéspedes, 2020.

Interpretación:

En la tabla 8 se aprecia que los huéspedes califican con 0.80 el comportamiento de los empleados del hospedaje respecto a la transmisión de confianza, con una calificación de 0.76 se describe que el huésped se siente seguro en las transacciones con el hospedaje, con una calificación de 0.81 se determinó que los empleados del hospedaje lo tratan siempre con amabilidad, y con una calificación de 0.72 se concluye que los empleados del hospedaje tienen conocimientos suficiente para responder sus consultas.

Tabla 9.*Empatía.*

PREGUNTAS	CALIFICACIÓN	PROMEDIO
	0.71	
18.- El hospedaje le da una atención individualizada.	0.72	0.71
19.- El hospedaje tiene horarios de trabajos convenientes para usted.	0.71	0.71
20.- El hospedaje tiene empleados que le ofrecen una atención personalizada.	0.76	0.71
21.- El hospedaje se preocupa por sus mejores intereses.	0.77	0.71
22.- El hospedaje comprende sus necesidades específicas.	0.59	0.71

Fuente: Elaboración propia de la encuesta realizada a los huéspedes, 2020.

Interpretación:

En la tabla 9 se aprecia que los huéspedes califican con 0.72 al hospedaje respecto a la atención individualizada, además califican con 0.71 respecto a que el hospedaje tiene horarios de trabajo convenientes para el huésped, con una calificación de 0.76 se determina que el hospedaje tiene empleados que le ofrecen una atención personalizada, con una calificación de 0.77 se describe que el hospedaje se preocupa por sus mejores intereses del huéspedes, y con una calificación regular de 0.59 consideran que el hospedaje comprende sus necesidades específicas.

Tabla 10.*Captación de huéspedes.*

Meses	N° De Arribos o Personas Hospedadas	N° de Habitaciones
Enero	14128	1274
Febrero	14443	1272
Marzo	13619	1262
Abril	12517	1282
Mayo	11335	1280
Junio	11735	1286
Julio	13386	1309
Agosto	12753	1309
Setiembre	11565	1308
Octubre	13207	1037
Noviembre	12497	1303
Diciembre	12388	1298
Total	153573	15220
Promedio	12798	
	Promedio Arribos/Habitaciones	10

Interpretación:

Tumbes es una ciudad turística que singularmente, por poseer atractivos turísticos y hospedajes de precios bajas, permite que los turistas visiten con mucha frecuencia la localidad, es por ello que las MyPe en el distrito de Tumbes, están predispuestas a lograr satisfacer las necesidades hospedarías.

5.2. Análisis de resultados

Luego de aplicar la encuesta respecto a las variables calidad de servicio y captación de huéspedes en las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del Distrito de Tumbes, 2020; se llegó a los resultados correspondientes que se detallan En la Tabla 5 se aprecia que con una calificación de 0.76 los huéspedes consideran que le hospedaje tiene equipos de apariencia moderna, con una calificación de 0.78 se determina que las instalaciones físicas del hospedaje son visualmente atractivas, con una calificación de 0.79 se describe que la apariencia y presentación de los empleados es buena y con una calificación de 0.85 se describe que los materiales asociados con el servicio del hospedaje son visualmente atractivos. En la tabla 6 se aprecia que los huéspedes califican con 0.78 respecto a que los hospedajes cuando prometen hacer algo en un tiempo determinado lo cumplen, con una calificación de 0.85 el hospedaje y los empleados realizan correctamente el servicio a la primera vez, con una calificación de 0.86 se determinó que cuando el huésped tiene algún problema el hospedaje siempre muestra interés para solucionarlo, con una calificación de 0.72 se describe que el hospedaje concluye el servicio en el tiempo correcto, y con una calificación de 0.77 el hospedaje mantiene registros exentos de errores. En la tabla 7 se aprecia que los huéspedes indican un 0.75 de calificación respecto a que los empleados del hospedaje le comunican cuando puede realizar la utilización de los servicios, con una calificación de 0.76 se describe que los empleados del hospedaje le ofrecen el servicio rápido, con una calificación de 0.79 se determina que los empleados del hospedaje siempre están dispuesto a ayudarlo,

y con una calificación de 0.77 se determinó que los empleados del hospedaje nunca están demasiados ocupados para responder a sus preguntas. En la tabla 8 se aprecia que los huéspedes califican con 0.80 el comportamiento de los empleados del hospedaje respecto a la transmisión de confianza, con una calificación de 0.76 se describe que el huésped se siente seguro en las transacciones con el hospedaje, con una calificación de 0.81 se determinó que los empleados del hospedaje lo tratan siempre con amabilidad, y con una calificación de 0.72 se concluye que los empleados del hospedaje tienen conocimientos suficiente para responder sus consultas. En la tabla 9 se aprecia que los huéspedes califican con 0.72 al hospedaje respecto a la atención individualizada, además califican con 0.71 respecto a que el hospedaje tiene horarios de trabajo convenientes para el huésped, con una calificación de 0.76 se determina que el hospedaje tiene empleados que le ofrecen una atención personalizada, con una calificación de 0.77 se describe que el hospedaje se preocupa por sus mejores intereses del huéspedes, y con una calificación regular de 0.59 consideran que el hospedaje comprende sus necesidades específicas. Tumbes es una ciudad turística que singularmente, por poseer atractivos turísticos y hospedajes de precios bajas, permite que los turistas visiten con mucha frecuencia la localidad, es por ello que las MyPe en el distrito de Tumbes, están predispuestas a lograr satisfacer las necesidades hospedarías.

VI. CONCLUSIONES

Se concluyó que de las características de Calidad de servicio según los datos obtenidos su calificación es buena; en la dimensión de Fiabilidad el resultado fue bueno, entonces las MyPe si están cumpliendo con las promesas, la entrega de suministro por el servicio, y fijación de precios hacia sus clientes; en la dimensión de Capacidad de respuesta de las MyPe hacia sus clientes el resultado fue bueno, entonces las MyPe si están ofreciendo una buena atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes; en la dimensión de Seguridad el resultado fue bueno, entonces las MyPe a través de sus empleados están inspirando credibilidad y confianza; en la dimensión empatía el resultado fue bueno, por lo tanto, las MyPe están teniendo una atención individualizada con sus clientes y en la dimensión elementos tangibles el resultado fue regular, entonces las MyPe están teniendo una deficiencia con respecto a instalaciones físicas, infraestructura, equipos y materiales de los hoteles por lo tanto no podemos brindar una calidad de servicio excelente.

Respecto a la captación de huéspedes, se determinó que Tumbes tiene gran afluencia de turistas, por ende, los hospedajes tienen gran competitividad para poder satisfacer las necesidades de hospedería.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, I. (2006). *Introducción a la calidad*. Vigo, España: Ideaspropias Editorial S.L. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=Og6K9F8X8rUC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Anónimo. (30 de octubre de 2015). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Anonymus. (2018). Captación de Clientes. *NANOPDF.COM*. Retrieved from https://nanopdf.com/download/captacion-de-clientes-coaches-training-institute_pdf
- Armas, R. (2016). *Caracterización de gestión de calidad y formalización de las Mypes en el sector comercio - rubro transportes a nivel nacional*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tingo María, Leoncio Prado - Huánuco, Perú. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1007/GESTION_DE CALIDAD_ARMAS_MORENO_ROBERTO_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1007/GESTION_DE_CALIDAD_ARMAS_MORENO_ROBERTO_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=)
- A. Parasuraman, V. A. (1985). Un modelo conceptual de calidad de servicio y sus implicaciones para la investigación futura. *Journal of Marketing*, 49(4), 10. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/1251430>
- Balladares, F. (2017). *Caracterización de gestión de Calidad y Capacitación de las Mypes en el sector servicio rubro hospedajes en el distrito de tumbes, 2017*. Informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en

Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tumbes, Perú.

¿Obtenidode[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3849/ GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BALLADARES_PAREDES_FLORINDA%20.pdf? séquense=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3849/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BALLADARES_PAREDES_FLORINDA%20.pdf?sequense=1&isAllowed=y)

BlogMaster. (n.d.). ¿Cuál es el origen de la palabra Hotel? Retrieved October 14, 2019, from 2012 website: <http://www.mundorespuestas.com/2012/09/cual-es-el-origen-de-la-palabra-hotel.html>

Bon, j. v. (2008). *Gestión de servicios de TI basada en ITIL* (Primera ed., Vol. 3). Reino Unido: Editorial del Gobierno Británico. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Cayo, N., & Arcaya, L. (2013). Grado de Satisfacción de los servicios turísticos en la ciudad de Puno 2011- Perú. *Comunicación*, 4, 28–37. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449844866003.pdf>

Cruz, Y. (2016). *Caracterización de la Competitividad y gestión de calidad en las Mypes- rubro banano orgánico en Tumbes, 2016*. Informe final de tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tumbes Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2967/COMPE TITI VIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CRUZ_MERINO_YOSELYN_FAVI OLA. pdf? séquense=1&isAllowed=](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2967/COMPE TITI VIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CRUZ_MERINO_YOSELYN_FAVI OLA.pdf?sequense=1&isAllowed=)

Definicion.com. (06 de julio de 2019). *Conceptodefinicion.de*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/servicio/>

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad, del servicio y sus modelos de medición. *Innovar, revista de ciencias administrativas y sociales.*, 17. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>

Fosterwit. (2015). La captación de clientes. Retrieved October 14, 2019, from <https://www.pymesyautonomos.com/vocacion-de-empresa/la-captacion-de-clientes>

Goicochea, K. (2015). La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico de villa María del Triunfo. Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima, Perú. Obtenidodehttp://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1083/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_GOICOCHEA_FLORES_KARINA_ROSSI.pdf?sequense=1&isAllowed=y

Guere Cruz, H. S. (2019). *Gestion del Talento Humano con Relacion al Control de Calidad de Servicio de la Empresa Valuaciones Maneras SAC 2019*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.

Guerra, A. (2015). *Evaluación de la Calidad de la Atención al Cliente en las Empresas Lácteas de la Ciudad de San Juan de Pasto*. (pág. 07) tesis de grado para optar el Título de administradora de Empresas. Universidad de San Juan de Pasto, Nariño, Colombia. Obtenido de <http://biblioteca.udenar.edu.co:8085/atenea/biblioteca/91223.pdf>

- Instasent. (2017). *5 Estrategias de captación de clientes con ejemplos*. Retrieved from <https://www.instasent.com/blog/estrategias-de-captacion-de-clientes>
- Kleyman, s. (16 de julio de 2009). *Expansión en Alianza*. Obtenido de <https://expansion.mx/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente>
- Majó, J., Moya, D., & Vall, L. (2017). Impacto de las redes sociales en los ingresos de los hoteles en Colombia, Ecuador y Perú. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26(1), 147–162. <https://doi.org/10.18359/rfce.3143>
- Mincetur. (2018). *Datos Estadísticos*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/tripticos/2018/Tumbes.pdf>
- Namuche, K. (2017). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad en las Mypes en el sector servicio, rubro hoteles del distrito de Tumbes, 2017*. Informe de tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tumbes, Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3940/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_MYPES_NAMUCHE_ATOCHE_KEVIN_ALEXIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pizzo, M. (2013). *Cómo servir con excelencia. Un sistema al alcance de su equipo de trabajo*. España: Editorial Académica Española. Obtenido de <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

Rae(Real Academia Española). (2019). Definición de hotel. Retrieved October 14, 2019, from <http://recursosdidacticos.es/goodrae/definicion.php?palabra=hotel&lema=no>

Reyes, S. (2014). *calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en asociación SHARE*. (pág. 11) Tesis de grado para optar el título profesional de Administradora. Universidad Rafael Landívar, Huehuetenango, Guatemala. Obtenido de file:///C:/Users/intel/Downloads/CALIDAD_DEL_SERVICIO_PARA_AUMENTAR_LA_SA.pdf

Rodríguez, M. (2016). Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad De las Mypes en los servicios de venta de Electrométricos. Tesis para optar el título de Licenciada en administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Juanjuí, San Martín, Perú. ¿Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/629/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_RODRIGUEZ_PINEDO_MILAGROS%20.pdf? sequence=1&isAllowed=](http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/629/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_RODRIGUEZ_PINEDO_MILAGROS%20.pdf?sequence=1&isAllowed=)

Rozo, I., Serrano, L., & Díaz, F. (2018). Revisión de literatura de prácticas para evaluar la calidad del servicio en instituciones de salud: Hacia un enfoque de Lean Healthcare. *Desarrollo e Ingeniería Aplicada*, 270–277. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Edgar_Serna_M/publication/331385541_Desarrollo_e_innovacion_en_Ingenieria_ed_3/links/5c76e92b299bf1268d2b034d/Desarrollo-e-innovacion-en-Ingenieria-ed-3.pdf#page=270

Sanchez, V. (2001). *El sector Hotelero*. Retrieved from

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf%3Bjsessionid%3D0379918F62E42F482A126C81577F7284.tdx2?sequence=5>

Sánchez, A. (2016). *Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el restaurante Pizza Burger Diner*. (pag12) (Tesis para optar el grado académico de Licenciada). Universidad Rafael Landívar, Gualán, Zacapa, México.

Obtenido de

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

Savi, T., & Pereira, J. (2012). La influencia de la Distribucion en la Captacion de Clientes. *Redalyc. Org*, 21, 270–287. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721630015.pdf>

Sihuín, E., Gómez, O., & Ibañez, V. (2015). Satisfacción de usuarios Hospitalizados en un Hospital de Apurímac, Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 32, 299–302. Retrieved from https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S1726-46342015000200014&script=sci_abstract

SUNAT. (2019). ¿Qué es una Mype. Retrieved October 14, 2019, from *Emprender* website: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Código de Ética para la Investigación. , Pub. L. No. Versión 002, 1 (2019).

ANEXOS

Anexo 01: Instrumento para la recolección de datos



“CALIDAD DE SERVICIO Y CAPTACIÓN DE HUÉSPEDES EN LAS MYPE, SECTOR SERVICIO, RUBRO HOSPEDAJES EN EL BARRIO SAN JOSÉ DEL DISTRITO DE TUMBES, 2020”

Estimados señores, la presente escala de actitud es parte de una investigación cuyo objetivo es determinar la calidad de servicio en las MyPe, sector servicio, rubro hospedajes en el Barrio San José del distrito de Tumbes, 2020. La información que nos proporcione se utilizará para fines de la investigación y será estrictamente confidencial. Le solicitamos atentamente su cooperación y apoyo contestando a las siguientes preguntas.

Información general:

Instrucciones:

Sexo:

Masculino

Femenino

Edad: _____

Información específica:

Instrucciones: Marque con una "X" la opción de su preferencia, una sola respuesta por pregunta por favor, asegúrese que no quede ninguna pregunta sin responder.

A continuación se muestra la leyenda donde se explica la escala de medición:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	PREGUNTAS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5

ELEMENTOS TANGIBLES					
1	La empresa Marbella tiene equipos de apariencia moderna.				
2	Las instalaciones físicas de la empresa Marbella son visualmente atractivas.				
3	La apariencia y presentación personal de los empleados es buena, pulcra y aseada.				
4	Los materiales asociados con el servicio de la empresa Marbella (letreros, carteles, folletos, volantes y similares) son visualmente atractivos.				
FIABILIDAD					
5	Cuando la empresa Marbella promete hacer algo en un cierto tiempo determinado, lo cumple.				
6	En la empresa Marbella, los empleados realizan correctamente el servicio a la primera vez.				
7	Cuando usted tiene un problema, la empresa Marbella muestra un sincero interés en solucionarlo.				
8	La empresa Marbella concluye el servicio en el tiempo prometido.				
9	La empresa Marbella mantiene registros exentos de errores.				
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
10	Los empleados de la empresa Marbella le comunican cuando concluirá la realización del servicio solicitado.				
11	Los empleados de la empresa Marbella le ofrecen un servicio rápido.				
12	Los empleados de la empresa Marbella siempre están dispuestos a ayudarlo.				
13	Los empleados de la empresa Marbella nunca están demasiados ocupados para responder a sus preguntas.				
SEGURIDAD					
14	El comportamiento de los empleados de la empresa Marbella le transmite confianza.				
15	Usted se siente seguro en las transacciones con la empresa Marbella.				
16	Los empleados de la empresa Marbella lo tratan siempre con amabilidad.				
17	Los empleados de la empresa Marbella tienen conocimientos suficientes para responder sus consultas.				
EMPATÍA					
18	La empresa Marbella le da una atención individualizada.				
19	La empresa Marbella tiene horarios de trabajos convenientes para usted.				
20	La empresa Marbella tiene empleados que le ofrecen una atención personalizada.				
21	La empresa Marbella se preocupa por sus mejores intereses.				
22	La empresa Marbella comprende sus necesidades específicas.				

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 02: Turnitin

Informe_Turnitin_MEEM

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Activo