



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO HOSPEDAJES
DE URB. EL BOSQUE, CASTILLA – PIURA, AÑO 2022**

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

AUTOR

TORRES CONDOR, LUIS MIGUEL SAMUEL

ORCID: 0000-0003-2945-8181

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEE

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Torres Córdor, Luis Miguel Samuel

ORCID: 0000-0003-2945-8181

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

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Presidente

Dr. José Germán Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. María Isabel Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A mi docente de investigación, por su apoyo,
sus valiosos consejos académicos y de vida
y por su paciencia dura durante todo el
transcurso del curso.

A las MYPE del rubro hospedajes que han
sido partícipes de este estudio, por haberme
permitido el recojo de información necesaria
para su desarrollo.

DEDICATORIA

A mis padres, que con su apoyo he logrado mis metas y objetivos, pues son el centro de inspiración para esforzarme cada vez más ante cualquier obstáculo que se presenta.

A Anaís Torres Córdor y Angie Calle Castillo por sus valiosos consejos, apoyo incondicional y por ayudarme a mantenerme firme ante cualquier obstáculo, no sólo a lo largo de mi carrera profesional sino también de mi vida.

RESUMEN

La presente investigación se ha elaborado en base a la línea de investigación: “Gestión de calidad en los procesos administrativos de las micro y pequeñas empresas” Tuvo como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022. Esta investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental y de corte transversal. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento cuestionario. Los principales resultados fueron: el 100% de los propietarios indica que se toman decisiones en base al monitoreo de tareas y los trabajadores consideran que en la empresa recibe un buen trato y el 100% de la empresa no cuenta con servicios únicos y no se han aperturado nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año. Finalmente, con respecto a la gestión de calidad se concluyó que la mayoría hospedajes se preocupan por conocer las necesidades de los clientes y todos los trabajadores consideran que reciben un buen trato. Con respecto a la competitividad, los clientes indican que la empresa ofrece precios bajos, pero no se ofrecen descuentos y ofertas, a pesar de ello, no acuden a otra empresa si el precio no le satisface.

Palabras clave: Gestión de calidad, competitividad, principios, fuerzas competitivas.

ABSTRACT

The present investigation has been elaborated based on the line of investigation: "Quality management in the administrative processes of micro and small companies" Its general objective was to identify the characteristics of quality management and competitiveness in the Mype category lodgings of Urb el Bosque, Castilla - Piura, year 2022. This research was quantitative, descriptive level, non-experimental design and cross-sectional. The technique used was the survey and the questionnaire instrument. The main results were: 100% of the owners indicate that decisions are made based on the monitoring of tasks and the workers consider that the company receives good treatment and 100% of the company does not have unique services and they have not been opened new Mypes in the lodging category in the last year. Finally, with respect to quality management, it was concluded that most lodgings are concerned about knowing the needs of the clients and all the workers consider that they receive good treatment. Regarding competitiveness, customers indicate that the company offers low prices, but discounts and offers are not offered, despite this, they do not go to another company if the price does not satisfy them.

Keywords: Quality management, competitiveness, principles, competitive forces.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	10
2.1 Antecedentes	10
2.2 Marco teórico	17
III. HIPÓTESIS	26
IV. METODOLOGÍA.....	27
4.1 Diseño de investigación	27
4.2 Población y muestra	28
4.3 Definición y operacionalización de las variables.....	32

4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.5	Plan de análisis:.....	35
4.6	Matriz de consistencia.....	36
4.7	Principios éticos	37
V.	RESULTADOS	40
5.1	Resultados	40
5.2	Análisis de resultados.....	50
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
6.1	Conclusiones	62
6.2	Recomendaciones.....	64
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
	ANEXOS	73
	Anexo 01: Instrumentos de recolección de datos.....	73
	Anexo 02: Matriz indicador pregunta	78
	Anexo 03: Validación del instrumento de recolección datos.....	81
	Anexo 04: Protocolo de consentimiento informado.....	90
	Anexo 05: Evidencia de reporte del Turnitin	93
	Anexo 06: Libros de código	93
	Anexo 07: Constancia de no adeudo	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principios de la gestión de calidad – Clientes	40
Tabla 2: Principios de la gestión de calidad – Propietarios	41
Tabla 3: Principios de la gestión de calidad – Trabajadores.....	42
Tabla 4: Beneficios de la gestión de calidad – Clientes	43
Tabla 5: Beneficios de la gestión de calidad – Propietarios	44
Tabla 6: Beneficios de la gestión de calidad – Trabajadores.....	45
Tabla 7: Estrategias competitivas – Clientes	46
Tabla 8: Estrategias competitivas – Propietarios	47
Tabla 9: Fuerzas competitivas – Clientes	48
Tabla 10: Fuerzas competitivas – Propietarios	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama de barras que representa a Principios de la gestión de calidad – Clientes.	40
Figura 2: Diagrama de barras que representa a Principios de la gestión de calidad – Propietarios.	41
Figura 3: Diagrama de barras que representa a Principios de la gestión de calidad – Trabajadores.....	42
Figura 4: Diagrama de barras que representa a Beneficios de la gestión de calidad – Clientes.	43
Figura 5: Diagrama de barras que representa a Beneficios de la gestión de calidad – Propietarios.	44
Figura 6: Diagrama de barras que representa a Beneficios de la gestión de calidad – Trabajadores.....	45
Figura 7: Diagrama de barras que representa a Estrategias competitivas – Clientes.	46
Figura 8: Diagrama de barras que representa a Estrategias competitivas – Propietarios.	47
Figura 9: Diagrama de barras que representa a Fuerzas competitivas – Clientes.....	48
Figura 10: Diagrama de barras que representa a Fuerzas competitivas – Propietarios.	49

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Relación de las MYPE	30
Cuadro 2: Fuentes de información.....	31
Cuadro 3: Matriz de operacionalización.....	32
Cuadro 4: Estratificación	35
Cuadro 5: Matriz de consistencia.....	36

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022” se ha elaborado en base a la línea de investigación: “Gestión de calidad en los procesos administrativos de las micro y pequeñas empresas” propuesta por la Escuela Profesional de Administración con la finalidad de descubrir la problemática existente en relación a las variables en estudio, que, en este caso, son la gestión de calidad y competitividad.

En Perú, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol bastante importante debido a su labor emprendedora que favorece la economía del país, sin embargo, un escenario similar se aprecia en todo el mundo. Al año 2020, las Mype fueron el 95% de unidades económicas que constituyeron la estructura empresarial y dieron empleo al 26.6% de la Población Económicamente Activa. Sin embargo, en ese mismo año, tras la aparición de la enfermedad del COVID – 19, se emplearon medidas para evitar la propagación del virus, lo cual restringió el desenvolvimiento de las empresas y como consecuencia, el número de Mypes se redujo en un 48.8% con respecto al año 2019 (Comex Perú, 2021).

Asimismo, todos los sectores empresariales se vieron afectados de alguna forma, pero en el caso del turismo, tuvo su peor año de la historia, ya que se registraron 1 000 millones de llegadas internacionales menos a comparación del año 2019, que equivale a un 74%, según la Organización Mundial del Turismo, y en el sector hotelero, ocurrió algo similar ya que a nivel mundial, se vendieron cerca de 2.000 millones de noches

menos a comparación del año anterior, lo cual, en América Latina fue una pérdida del 37,6% (Vera, 2021).

La Sociedad de Hoteles de Perú, indicó que la industria hotelera del país en el año 2020 ha registrado la pérdida de cerca de 270 mil empleos. La Sociedad manifestó la poca preocupación por parte del Gobierno, ya que las empresas de este sector han sufrido importantes pérdidas económicas (La agencia de viajes Perú, 2021).

Sin embargo, en el mes de diciembre del año 2021, la región Piura cuenta con una gran demanda de reservaciones en casi el 90% de hospedajes gracias a las festividades de fin de año, por lo que las autoridades recalcan la importancia de cumplir con todos los protocolos de bioseguridad para que la industria no se vea afectada (Portal Turismo, 2021).

La investigación queda delimitada desde la perspectiva:

- Temática: variables gestión de calidad y competitividad
- Psicográfica: Microempresas rubro hospedaje
- Geográfica: Urbanización El Bosque de Castilla – Piura
- Temporal: Año 2022

Por otro lado, para conocer la realidad problemática en torno a las Mype en estudio, es necesario contemplar los factores externos e internos a estas. Por ende, se utilizarán las herramientas PESTEL y el Método de las 5 M.

Respecto a los factores externos, la herramienta PESTEL es una forma de realizar un análisis estratégico que ofrece una visión general de las variables que no

están en control de las Mype pero que debe tomar en cuenta para asegurar el cumplimiento de sus objetivos.

En el factor político, Perú, ha llegado a su bicentenario con una crisis política bastante grave, debido a varios factores, entre ellos la situación de salud pública a raíz de la aparición del Covid-19 y la corrupción con la que se vive en el País desde hace muchos años; además de sus recientes elecciones presidenciales que han generado el temor de ciertos sectores económicos que al ver que no existe un consenso nacional acerca del futuro del País (El Peruano, 2021).

Por otro lado, la economía nacional peruana en el primer trimestre del año 2021, creció en un 3.8% al reactivarse la mayoría de actividades económicas dentro del país; sin embargo, este dinamismo no alcanzó al sector alojamiento y restaurantes, por lo que el valor del PBI fue de S/. 2,652, es decir, descendió un 30.6% con respecto al primer trimestre del año 2020. Una de las causas sería el flujo de turistas internacionales que disminuyó en un 96.4% a comparación del año 2020, teniendo en cuenta la diferencia tan marcada que existe entre los departamentos del país cuyas características y competencias que promocionan el turismo son claramente distintas y que se han visto aún más marcadas debido a la aceptación persistente de la COVID 19 en este sector (Amanque, 2021).

En el factor social, la pobreza monetaria afectó a la población en el año 2020 debido a la paralización de actividades económicas a causa de la aparición del Covid 19, ya que el gobierno adoptó medidas para evitar su contagio entre ellos, el aislamiento social, por lo cual muchas empresas tuvieron importantes pérdidas. Incluso con el cierre de fronteras el turismo en el país se paralizó afectando gravemente

a las empresas de alojamiento. Como consecuencia tanto empresas como consumidores tuvieron que adaptarse a la nueva normalidad en la cual priman las medidas de bioseguridad, que, a pesar de haber iniciado el periodo de vacunación contra la Covid 19, siguen siendo necesarios para evitar su contagio (INEI, 2021).

Por otro lado, en cuanto a tecnología, en el año 2020 se ha visto una gran necesidad de crecimiento de la conectividad y el acceso a Internet, el cual es un factor importante para el desarrollo del país, sin embargo, existe una brecha que se ha hecho muy evidente por la crisis generada por el Covid 19, por el mayor requerimiento de la comunicación a distancia. En el rubro hospedajes, estas empresas también se han visto en la necesidad de evolucionar y adaptarse a la tecnología, y lo realizan dando acceso a los clientes a través de promociones en redes sociales para mantenerse en contacto con los usuarios, no obstante, en sus instalaciones no dejan de implementar tecnología física para brindar un buen servicio.

Según el Ministerio del Ambiente (2017) Perú posee una gran biodiversidad, cuya importancia se debe a los recursos que brinda y al gran potencial que tiene para contribuir al desarrollo nacional, pues representa gran parte de los ingresos económicos y de exportación. Asimismo, es importante crear una cultura medioambientalista, incluso en las empresas de hospedaje, fomentando el reciclaje, el ahorro de agua y energía eléctrica, lo cual crea una imagen eco amigable y múltiples beneficios en materia de costos.

Finalmente, el ámbito legal que envuelve a las empresas del rubro hospedaje, se decanta por una serie de normativas reguladas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016), entre ellas se encuentran:

- La legislación laboral: la remuneración que recibe el trabajador por sus servicios prestados a las empresas hoteleras es acordada de manera formal mediante un contrato está en función de la categoría de hotel, grupo ocupacional, cargo que desempeña, la jornada laboral, la experiencia laboral en el cargo, la capacitación y en algunos casos el turno.
- Decreto Supremo N° 001-2015-MINCETUR, 09.06.2015, el cual establece las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje.
- Decreto Supremo N° 012-90-ICTI/TUR, que establece el trato que toda empresa hotelera debe brindar al turista.
- Decreto Supremo N° 018-94-ITINCI, establece la autoridad administrativa competente para resolver las quejas por el tratamiento discriminatorio en la presentación de servicios turísticos entre nacionales y extranjeros.
- Decreto Supremo N° 022-91-ICTI/TUR, declarando de interés nacional la protección al turista nacional y extranjero dentro del territorio de la república del Perú. De la misma manera que los anteriores, este decreto protege al consumidor, sea cual sea su identidad, nacionalidad, estado civil o sexo.

Finalmente, es necesario rescatar el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM que en el año 2020 se publicó con el fin de declarar un Estado de Emergencia Nacional como consecuencia de la llegada del Covid 19 al país. A partir de esta normativa, sucedieron otras cuyo objetivo es establecer diversas medidas de bioseguridad que debe seguir la población para evitar el contagio del virus (Diario El Peruano , 2020).

Respecto a los **factores internos** de las Mype, el método de las 5 “M” considera cinco pilares indispensables para poder analizar un problema, definir sus causas probables y dar alternativas de solución o mejora. Estas son: Maquinaria, Métodos, Mano de Obra, Medio Ambiente y Materia Prima (Arnoletto, s.f.).

La primera de ellas es la *maquinaria*, que se refiere a los equipos y mobiliarios con las cuales cuentan las Mype para brindar el servicio, estos son: conservadora exhibidora que es utilizada para almacenar las bebidas en venta, televisores en cada cuarto con Direct TV para que mejore la estadía, ventiladores por recurrente calor en las mañanas y tardes, camas, almohadas y mesas de noche.

Luego, se presentan los *métodos* que se refieren a la forma de hacer las cosas y la tecnología que es utilizada por la Mype para realizar el servicio, sin embargo, los tres hospedajes utilizados como objeto de estudio no hacen uso de tecnología para brindar el servicio, ya que la recepción del cliente se realiza de forma convencional, teniendo un recepcionista que brinde al huésped la información sobre los servicios disponibles; para la limpieza de los cuartos solo utilizan trapeadores, franelas y escobas. Además de productos de limpieza como aromatizantes, desinfectantes, jabón de ropa y detergente, para así mantener el ambiente limpio, desinfectado y con un aroma agradable para que los clientes se sientan satisfechos al recibir el servicio.

Por otro lado, respecto a *la mano de obra* en las tres Mypes de estudio se pudo observar que cada una cuenta con 4 colaboradores, que se distribuyen las tareas por turnos; es decir, dos para la mañana y dos para la noche. Además, cada uno cuenta con

experiencia laboral y con continuas capacitaciones, pues es importante mejorar su rendimiento.

Respecto al factor del *medio ambiente* se ha podido observar que el clima tan cambiante a causa del calentamiento global hace que estas Mypes tomaran medidas para que sus clientes no tengan inconvenientes con su estadía, en el caso de un aumento de temperatura han optado por colocar ventiladores en cada habitación para mantener el ambiente fresco junto a la venta de bebidas heladas, pero en el caso que la temperatura disminuya, tuvieron la idea de instalar termas para disfrutar del agua caliente haciendo que la estadía sea plena para el cliente. Respecto al cuidado del medio ambiente, estas empresas realizan un proceso de gestión de residuos a través de la práctica del reciclaje: depositan los plásticos, cartones y vidrio en contenedores distintos para posteriormente entregarlo al carro recolector de la Municipalidad de Castilla.

Por último, respecto a *la materia prima*, en este factor los propietarios de las Mypes acuden a centros comerciales como Economax o Makro para abastecerse de productos cada 15 días, que es el tiempo aproximado que sus productos duran, ya sean de limpieza o las bebidas que ofrecen a sus clientes. Los dueños de las Mypes son muy cuidadosos con la compra de sus productos de limpieza, ya que muchos de estos pueden llegar a causar algún tipo de alergia o infección a sus clientes.

Tras analizar la problemática del estudio, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022? Por consiguiente, se definió como objetivo general: Identificar las características de la

gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022. Y, a su vez, los siguientes objetivos específicos: (a) Describir los principios de la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022 (b) detallar los beneficios que ofrece la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022 (c) conocer las estrategias competitivas en las MYPE rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022 (d) determinar las fuerzas competitivas en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022

Por otro lado, esta investigación se justifica de manera teórica, pues su elaboración ayudará al estudiante a profundizar y resaltar las características de las variables en estudio, además de que permitirá realizar una reflexión, contraste o confrontación sobre la teoría planteada que pueda servir para nuevos estudios futuros acerca de gestión de calidad, competitividad y sus respectivas dimensiones (Gallardo, 2017).

También presenta una justificación metodológica, ya que se han utilizado estrategias y técnicas que pueden servir de aporte para otros investigadores que busquen realizar estudios con una problemática similar; además, se ha utilizado el método científico para su elaboración y la estadística para determinar la población y muestra (Gallardo, 2017).

Por otro lado, se justifica de manera práctica, porque se ha elaborado con el fin de brindar las bases necesarias para plantear alternativas de solución ante una problemática en concreto y las estrategias para mejorar la gestión de calidad y competitividad en las Mype y su contexto actual (Gallardo, 2017).

En cuanto a su justificación social, se da porque esta investigación contribuirá brindando información sobre el contexto en el que se encuentra la región de Piura en un determinado tiempo, además de crear una base de información que sirva como antecedentes sobre cómo es la gestión de calidad en los hospedajes de la Urbanización el Bosque de Castilla, Piura. (Hernández & Mendoza, 2018).

Finalmente, presenta una justificación profesional, ya que contribuirá a ampliar los conocimientos del autor acerca de la gestión de calidad y la competitividad y sus respectivas características, puesto que es un requisito para obtener el título profesional de Licenciado en Administración la presentación de un trabajo de tesis, según El Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales (SUNEDU, 2019).

Esta investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental y de corte transversal. La técnica empleada fue la encuesta, que se realizó con el instrumento cuestionario el cual se elaboró en base a las variables en estudio y se aplicó a los trabajadores, propietarios y clientes de las MYPE.

Los principales resultados fueron: el 100% de los propietarios indica que se toman decisiones en base al monitoreo de tareas y los trabajadores consideran que en la empresa recibe un buen trato y el 100% de la empresa no cuenta con servicios únicos y no se han aperturado nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable: Gestión de Calidad

López (2021) presentó su trabajo de titulación denominado “*Calidad turística: Sistema de Gestión de Calidad para la satisfacción del cliente en los Hoteles del Cantón Salinas*” en la Universidad Estatal Península de Santa Elena – La Libertad. Tuvo como objetivo general analizar la calidad turística en la satisfacción del cliente en los hoteles del cantón Salinas. La metodología empleada fue cualitativa, a través de la técnica de la encuesta y la entrevista y se determinó una muestra de 14 propietarios, 135 trabajadores y 382 clientes. Se pudo concluir que uno de los aspectos importantes de estas empresas es el cuidado de las instalaciones, mediante el levantamiento de información, tomando en cuenta los indicadores de los atributos de la calidad del servicio y finalmente, se realiza en el último capítulo la propuesta de un sistema de control de calidad para los hoteles del cantón Salinas, basados en los lineamientos de la normativa vigente.

Ortiz (2019) presentó su tesis titulada “*Análisis de la gestión de calidad turística en los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Ibarra*” en la Universidad Técnica del Norte – Ibarra. Tuvo como objetivo general evaluar la calidad de los servicios en los establecimientos hoteleros de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Ibarra. Su metodología empleada fue la investigación descriptiva y se utilizó el método analítico, sintético, cuantitativo- cualitativo y la observación científica y se utilizó la técnica de la encuesta, entrevista y ficha de observación. Se concluyó que se determinó el nivel de cumplimiento de los requisitos de categorización del Ministerio de Turismo,

para alojamientos tres y cuatro estrellas, utilizando su propia metodología. El hotel cuatro estrellas: la Giralda, indicó un nivel de calidad alto. Mientras que los hoteles tres estrellas: Turismo Internacional y Colombia fueron calificados como bueno y regular.

Galvez (2019) presentó su trabajo de investigación titulada “*Caracterización de la gestión de calidad y marketing en las MYPES del sector servicio rubro de hospedajes, en el distrito de tumbes, 2019*” en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Tumbes. Tuvo como objetivo general decretar la relación de la gestión de calidad y marketing en las MYPES ya mencionadas. La metodología aplicada fue de tipo descriptivo, nivel cualitativo y el diseño de investigación fue no experimental, donde se determinó una muestra de 10 propietarios, 40 trabajadores, 68 clientes a los cuales se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario. Se pudo concluir que uno de los aspectos importantes de estas empresas es el cuidado de las instalaciones, mediante el levantamiento de información, tomando en cuenta los indicadores de los atributos de la calidad del servicio y finalmente, se realiza en el último capítulo la propuesta de un sistema de control de calidad para los hoteles del cantón Salinas, basados en los lineamientos de la normativa vigente.

Isidro (2019) presentó su tesis denominada “*Caracterización del marketing y la gestión de calidad de las Mypes del sector servicios – rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2019*” en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Tumbes. Tuvo como objetivo general determinar la caracterización del marketing y gestión de calidad de las Mypes del sector servicios - rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2019. Tuvo como metodología un tipo de investigación descriptiva, cualitativo y un desempeño no experimental, además, se requirió una población de 10 Mype a quienes

se aplicó la técnica de la encuesta. Como conclusión se pudo determinar que describir la calidad de servicio es lo primordial para los hospedajes ya es una herramienta importante para la empresa porque si el cliente se va satisfecho te puede recomendar con más personas donde eso te va a generar más ingresos.

Bances (2018) presentó su tesis denominada “*Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018*” en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura. Tuvo como objetivo general determinar qué características de gestión de calidad y competitividad en las Mypes ya mencionadas. La metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población se consideró tres unidades económicas, con 15 trabajadores y 84 clientes, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario. Se concluyó que en relación a los factores básicos para lograr la gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Sechura se aplican las normas establecidas por escrito para difundir los procesos, los valores contando con personal de confianza, la tecnología como un sistema de control y servicio al cliente y los recursos humanos por sus conocimientos y valores.

Broncano (2019) presentó su tesis denominada: “*Gestión de calidad y atención al cliente de las Mype rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca, año 2019*” Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura. Tuvo como objetivo general describir las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype; para lo cual se aplicó una metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, de diseño no experimental y corte transversal. La población quedó conformada por 03 Mype del rubro hospedajes y 384 clientes; la técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Se concluyó que las Mype aplican

medianamente los principios de gestión de la calidad de enfoque sistémico, mejoramiento continuo y decisiones en base a datos y hechos; debido a que no hay un notable apoyo entre áreas, un escaso proceso de seguimiento de la información de conformidad respecto a la calidad del servicio en la organización.

2.1.2 Variable: Competitividad

Bracamonte (2019) presentó su tesis para la Universidad Autónoma de Guerrero titulada: *“Establecimiento del perfil competitivo de los hoteles de Acapulco con base en la dinámica de las economías de aglomeración”*, tuvo como objetivo general establecer el perfil competitivo de los hoteles de Acapulco, Guerrero con base en la dinámica de economías de aglomeración y se empleó la metodología de tipo descriptivo - propositivo, con enfoque cualitativo. Se concluyó que una de las características de la dinámica económica actual es la configuración de espacios productivos muy diferenciados, localizados en un grupo singular de ciudades y regiones de los países desarrollados y de los países en desarrollo donde se ubican grupos de empresas. Un claro ejemplo de lo anterior radica en como la actividad económica en el mundo tiende a agruparse en ciudades específicas que les facilita el acceso a recursos y mercados necesarios para el desarrollo de una industria, por lo cual se afirma la competitividad en este nicho de mercado.

Manobanda & Silva (2018) presentó su tesis titulada *“La calidad como factor determinante de la competitividad en las empresas de servicio en el sector hotelero de la provincia de Tungurahua.”* en la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias Administrativas. Tuvo como objetivo general determinar la calidad como factor determinante de la competitividad en las empresas de servicio en el sector

hotelero de la provincia de Tungurahua. La metodología aplicada fue descriptiva, nivel cualitativo y exploratorio, donde se tuvo como población 40 empresas hoteleras utilizando técnicas como la encuesta y cuestionario. Con respecto a la competitividad, se concluyó que los mandos directivos y de supervisión motivan a los empleados para que se sientan a gusto en sus actividades costando con el 75% el cual manifiesta que un empleado motivado se desempeña de mejor manera es por eso que la motivación ayuda al desempeño laboral cumpliendo así con lo ofrecido.

Arévalo (2018) presentó su tesis titulada *“La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, del casco urbano de Pucallpa, Distrito De Callería, Provincia de Coronel Portillo, Departamento de Ucayali, Periodo 2017”* en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Lima. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro hoteles, del casco urbano de Pucallpa, distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, departamento de Ucayali, periodo 2017, se ha desarrollado utilizando la investigación de tipo cuantitativo y cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 09 microempresas a las cuales se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas. Se concluyó que en este último año la mayoría de las empresas encuestadas afirman haber mejorado la calidad del servicio que ofrecen en comparación con sus competidores y también la atención a sus clientes, reducción de costos, medios de comunicación, etc.

Cabanillas (2019) presentó su tesis titulada *“Gestión de calidad en la competitividad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio; rubro hoteles; Urbanización Buenos Aires, Nuevo Chimbote, año 2017”* en

la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Chimbote Tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de Calidad en la competitividad y propuesta de mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Servicio, Rubro Hoteles; Urbanización Buenos Aires, Nuevo Chimbote, Año 2017. La investigación es de diseño, no experimental, transversal, descriptivo; para la obtención de información se escogió una muestra dirigida a 10 micro y pequeñas empresas de una población de 10 micro y pequeñas empresas, a las cuales se les aplico un cuestionario de 18 preguntas, a través de la técnica de la encuesta. SE concluyó que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles, Urbanización Buenos Aires conocen el término competitividad, la totalidad de ellas cree que su empresa es competitiva frente al mercado; la mayoría conoce a sus principales competidores por lo que la mayoría mejora su infraestructura. La mayoría relativa de las empresas mencionan que es competitiva frente a otras por su atención a los clientes

Gaona (2019) presentó su trabajo de investigación titulado “*Caracterización de la competitividad y servicio al cliente de las MYPE rubro hospedajes, Urb. Ignacio Merino I etapa Piura, año 2017*” en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de competitividad y atención al cliente en las MYPE ya mencionadas. Su metodología fue de tipo descriptiva, nivel - cuantitativo, diseño no experimental - corte transversal. La población se consideró tres unidades con 11 trabajadores y 138 clientes utilizando la técnica encuesta y el instrumento cuestionario. Se concluyó que en relación a las estrategias genéricas de la competitividad que se desarrollan en los hospedajes, se consiguió como resultado, en relación al liderazgo de costos considera que los precios de los servicios que brindan son económicos, pero también se identificó que en los

hospedajes falta invertir más en nuevos productos para atraer a los clientes. En relación al segundo objetivo vinculado con los tipos de competitividad que se puede observar en las MYPES que estas son de gran ayuda para que los trabajadores sean capaces de solucionar conflictos que se presentan diariamente en su trabajo, a realizar con eficacia su labor. En relación con los hospedajes para ser competitivos emplean la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, asimismo el personal es apto para atender al cliente de la forma más adecuada.

Granda (2018) presentó su tesis titulada “*Caracterización de la competitividad y la Capacitación de las MYPE del sector Hotelero categoría dos estrellas en el Distrito de Pariñas, provincia de Talara, Año 2018*” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Sullana. Tuvo como objetivo determinar las características principales de la competitividad y capacitación en MYPES del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, año 2018. La metodología de investigación, es de tipo descriptiva de nivel cuantitativo, Diseño no experimental transversal, la población fue de 05 MYPE y se utilizó la técnica de la encuesta. Se concluyó que las estrategias de competitividad más frecuentes en el sector hotelero son el liderazgo de costos identificándose en: la calidad del servicio, precios bajos, diferenciándose a través de la utilización adecuada al servicio, la seguridad de la infraestructura, contar con personal en el cual desarrolle sus actitudes y habilidades, en la cual apliquen nuevas estrategias para mantenerse en el mercado. Con respecto a los factores de competitividad del sector hotelero considera que trabajar en equipo crea una ventaja competitiva en el mercado de tal manera que los trabajadores demuestran sus cualidades para la atención al cliente.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Gestión de calidad

La gestión de calidad es una herramienta utilizada para asegurar y controlar los procesos de producción de una industria, por lo cual ha llegado a tomar una gran relevancia para todas las empresas de cualquier rubro, ya que contribuyó a implantar un compromiso con la eficacia en la cultura empresarial. En sus inicios, el control de calidad garantizaba que los productos que no cumplieran con los requisitos necesarios no lleguen a manos del cliente, sin embargo, al día de hoy, se refiere a “evitar trabajar el doble”; es decir, aplicar el mismo estándar de calidad en cada actividad, desde la obtención de materia prima con los consumidores, hasta la obtención del producto final; todo con el objetivo de que en cada paso, no sea necesario rectificar o corregir los errores, pues es pérdida de tiempo y dinero. (ISOtools, 2017)

Según Carriel, Barros, & Fernandez (2018) la gestión de calidad, así como la contabilidad y los recursos humanos, es parte de la administración de las empresas, por lo cual no debe ser un tema aislado, ya que su propósito es realizar las acciones necesarias para convertir la misión y visión de la empresa, en políticas, que, a su vez, se transformen en resultados.

El término calidad crea una sensación positiva en las personas, ya que suele relacionarse a la idea de excelencia de un producto y un servicio, por lo tanto, es una constante preocupación el hacer las cosas de la mejor manera para lograr satisfacer las necesidades del cliente. En pocas palabras, puede definirse como un proceso cuyo objetivo es la mejora continua, pues se enfoca en utilizar todos los recursos para lograr la satisfacción del cliente. (Centurión, 2015)

2.2.1.1 Principios de la gestión de calidad:

Estos principios son premisas que se utilizan para entender a la calidad como un proceso de mejoramiento continuo en el que todos aquellos que conformen las organizaciones trabajen en ello de forma sinérgica para conseguirlo. (Escuela Europea de Excelencia, 2017)

- **Enfoque en el cliente:** Para entender este principio, es necesario utilizar la siguiente interrogante: ¿Calidad para quién? Al tener en cuenta esta cuestión, es más fácil comprender el concepto de calidad, ya que todo sistema de gestión de calidad tiene como objetivo intensificar el enfoque al cliente para que este esté satisfecho. En pocas palabras, esto significa alinear todos los procesos y actividades con las necesidades de los clientes, es decir, hacer el esfuerzo por conocer y entender las necesidades que tiene ahora y que podría tener en el futuro, para exceder sus expectativas y crear una relación de fidelidad.
- **Liderazgo:** El liderazgo es la habilidad de las personas de influir en otras para lograr un objetivo en común, en este caso, no solo hace referencia a los miembros de la alta dirección, si no que, dentro de una empresa, muchas personas asumen posiciones de liderazgo para proponer ciertos cambios o tomar algunas decisiones. En este caso, el sistema de gestión de calidad no funcionará de manera óptima si no existe una persona encargada de involucrar a las personas en lograr los objetivos.
- **Compromiso de las personas:** Los trabajadores de la empresa y su compromiso son esenciales para que, con el uso de sus destrezas, se puedan lograr los objetivos de la organización. Es importante que en la organización haya líderes de calidad, ya que esto influirá positivamente en los resultados; es

decir, si un área de la empresa se esfuerza para lograr concretar un objetivo, se creará un incentivo para que el resto de las áreas de la empresa vea que el sistema de gestión de calidad funciona y se comprometan a lograr la calidad.

- **Enfoque de procesos:** Un proceso es un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí, que utilizan recursos que se transforman en un producto o servicio. En las empresas, es necesario que se establezca un proceso para cada situación, de modo que se pueda hacer un fácil seguimiento, control y reproducción de estos, lo cual ayuda a lograr la calidad en cada producto y también a orientarse hacia la mejora continua.
- **Toma de decisiones basadas en evidencias:** Esto consiste en basarse en datos y no solamente en intuiciones. Esto se logra con el monitoreo y medición constante de los procesos, pues esta se debe llevar a cabo diariamente por los trabajadores de la empresa, puesto que, gracias a la medición de la eficacia, es posible encontrar errores o resultados negativos, con lo cual se puede tomar la mejor alternativa de solución para mejorar esta situación.
- **La mejora continua:** Las mejoras son esenciales para lograr gestionar personas y procesos y así conseguir la satisfacción del cliente. Entonces, se entiende que aquellas cosas que se pueden medir y monitorear, se pueden mejorar, ya que esta se concentra en la retroalimentación del desempeño total de la empresa, logrando eliminar actividades que no brindan valor y que, sobre todo, provocan la pérdida de tiempo y de recursos.
- **Gestión de relaciones:** La empresa y sus proveedores a medida que interactúan, desarrollan una relación mutuamente beneficiosa, que aumenta la capacidad de ambos de crear valor. Es importante generar una relación sólida

transparente y de confianza con los proveedores pues mejora la coordinación y cooperación entre empresa y proveedor. Este es el primer paso para obtener productos finales de gran calidad, ya que se logra conseguir materia prima con las mismas características.

2.2.1.2 Beneficios de la gestión de calidad:

Los beneficios de aplicar la gestión de calidad se ven reflejados en los resultados tanto a corto como mediano plazo en las empresas, por lo tanto, es un reto perfeccionar las actividades y procesos. (ESAN, 2018)

- **Generar mayor eficiencia:** Eficiencia significa cumplir adecuadamente una tarea. Las empresas que aplican la gestión de calidad, buscan maximizar la eficiencia y calidad en cada uno de sus procesos, estableciendo pasos a seguir por cada trabajador con el objetivo de lograr realizar las actividades de una manera más sencilla, en menos tiempo y con menor gasto de recursos.
- **Estimula la moral de los empleados:** Los trabajadores son la base de la actividad empresarial y es necesario lograr que estos se encuentren motivados y satisfechos, así, demostrarán un adecuado desempeño en sus actividades. Esto se logra definiendo las funciones de cada uno, ofreciendo una remuneración puntual o aumentos de sueldo y estableciendo programas de capacitación en los que se clarifique cómo sus roles son importantes para el éxito organizacional.
- **Ofrece reconocimiento internacional.** La ISO 9001 es una marca de gestión de calidad conocida a nivel mundial, que contiene los requisitos para la implementación de un sistema para la gestión de calidad. Las empresas que poseen esta certificación, brindan a sus clientes la seguridad y confianza de que

sus productos son de calidad y también la credibilidad necesaria para la comercialización de estos en el extranjero, con lo que pueden expandir su negocio a nivel internacional.

- **Mejora la gestión de procesos.** La parte administrativa de las empresas, aprenderán a través del análisis qué mejoras se pueden realizar. Lo cual debe ser cuidadosamente planificado pues garantiza una mejor toma de decisiones y la eliminación de los riesgos que conlleven pérdidas económicas.
- **Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente.** Este beneficio va ligado a la mejora continua, pues las empresas lograrán definir cómo debe ser un producto de calidad para que logre la plena satisfacción de los clientes, lo cual brinda las pautas a seguir para revisar constantemente si esto se está logrando, o en caso contrario aplicar la mejora continua para lograr este objetivo.

2.2.2 Competitividad

Según Argudo (2017) para la empresa, la competitividad es la capacidad de proporcionar productos y servicios eficientemente utilizando estrategias competitivas y estudiando las fuerzas que intervienen en el desarrollo potencial de una empresa; además, también es considerada como un procedimiento para crear ventajas o beneficios competitivos, donde lo esencial es mejorar tecnológicamente y anticipar las necesidades de los clientes, cual trae mejora en la organización e infraestructura.

Por otro lado, según Pérez (2018) la competitividad se trata de ganar ventaja sobre la competencia del sector utilizando herramientas y estrategias innovadoras, mejora continua, organización y recursos financieros que le permitan obtener una posición dominante para su empresa en ese sector del mercado, ofreciendo calidad, rapidez y, sobre todo, rentabilidad.

2.2.2.1 Estrategias Competitivas de Michael Porter

En su obra cumbre, Michael Porter señala que hay al menos tres tipos de estrategias que pueden lograr para las empresas una ventaja competitiva. Estas estrategias son: ser el mejor en precio, la diferenciación en aspectos clave y la segmentación del mercado (o el enfoque estratégico). (Solé, 2021)

- **Liderazgo de costos:** Esta es una estrategia exitosa, aunque complicada de lograr. Consiste en fabricar grandes cantidades de un producto a un bajo costo, por consiguiente, estos se pueden vender a bajo precio, con lo que aumenta el volumen de ventas al ser más atractivo para el cliente. Sin embargo, el bajo precio no es un determinante para la decisión de compra, dicho producto, al fabricarse a un bajo precio, no debe bajar su calidad.
- **Diferenciación:** Para el marketing, esta es una de las mejores estrategias para una empresa, ya que, al no competir en cuestión de precios, es necesario hacerlo mediante la diferenciación que puede ser desde la creación de servicios y/o productos únicos, con características difíciles de imitar o también en la atención al cliente, el servicio post venta, e incluso con características como los valores empresariales. En algunos segmentos del mercado, esta suele ser la característica que genera mayor valor a una empresa.
- **Segmentar el mercado:** Esta estrategia tiene un alcance más limitado, ya que las otras se enfocan en captar la mayor cuota de un mercado, mientras que esta, se enfoca en tomar el liderazgo de un mercado más pequeño y específico. Esto exige que la empresa comprenda las necesidades de este público objetivo y luego, prepare un producto con características específicas que logren satisfacer

esas necesidades completamente. Al enfocarse en un mercado tan pequeño, esta estrategia presenta la ventaja de que existen pocos o ningún competidor.

2.2.2.2 Fuerzas competitivas de Michael Porter

La intensidad de la competencia en una industria determina la posibilidad de la empresa de conseguir tasas de rentabilidad superiores al coste de capital. Esta intensidad es función de las cinco fuerzas competitivas básicas (modelo de Porter, 1982) y determina la rentabilidad de la empresa, ya que afecta a los costes, los precios y a la inversión necesaria. (Martínez, 2018)

- **Competencia directa:** Esta es la más poderosa de las cinco fuerzas, pues consiste en lograr la preferencia de los clientes, incluso por encima de la competencia. Algunas veces esta se traduce en una competencia de precios con el objetivo de que las empresas competidoras tengan pérdidas económicas, sin embargo, también existe rivalidad en cuanto a la innovación, calidad de los productos y/o servicios, etc. Esta rivalidad a veces se intensifica cuando hay un alto número de competidores y el incremento de la demanda es bastante lento.
- **Amenaza de nuevos competidores:** Las nuevas empresas competidoras que ingresan en un mercado, traen consigo el deseo de obtener una posición en el mercado. Este nivel de amenaza será en función a las barreras de entrada y la reacción de la competencia que ya lleva tiempo en el mercado, es decir, aquello que dificulta la creación de una nueva empresa en la industria, que puede ser la diferenciación de un producto, la fidelidad de los clientes a las marcas ya existentes o el lento crecimiento del sector.

- **Amenaza de sustitutos:** Existe una competencia entre industrias, debido a que muchos productos en el mercado son sustitutos, es decir, proceden de otra clase de actividades, pero cumplen la misma función que los productos de una determinada empresa y poseen características atractivas que los hacen una alternativa de compra para los consumidores. Sin embargo, esta decisión de compra es difícil cuando este tiene que asumir el riesgo de que este nuevo producto sea más costoso y que no posea la misma calidad, pero en caso contrario, no se necesitará mucho esfuerzo de parte de los vendedores de productos sustitutos para incentivar a los clientes a comprar sus productos.
- **Poder de compradores:** Es la facultad que estos tienen para entablar acuerdos para comprar productos y servicios en una empresa siempre buscando defender sus propios intereses económicos, en algunos casos, llevando a la marca a reducir sus ingresos cuando hay mucha competencia. Algunas veces cuando el cliente realiza compras en gran cantidad, le brinda el poder de obtener descuentos, precios más bajos u otras condiciones a su favor, e incluso cuando son compras pequeñas, tienen el poder de negociación cuando hay poca demanda o hay una alta amenaza de productos sustitutos. Las empresas deben tener en cuenta que actualmente el consumidor está bien informado acerca del producto y debe encontrar estrategias para contrarrestar cualquier situación desfavorable, para satisfacer al cliente y a su vez, obtener rentabilidad.
- **Poder de proveedores:** Los proveedores serán una fuerza competitiva según las condiciones que existan en una industria y la importancia que tiene el producto que ofrezcan para la empresa compradora. Este poder es más bajo

cuando los bienes que ofrece sean comunes y de fácil adquisición en el mercado debido a la existencia de muchos proveedores disponibles, por lo que se recomienda distribuir las compras entre varios de ellos; además, tendrán menor poder cuanto mayor sea el número de productos sustitutivos y también dependiendo de la importancia que tenga la empresa compradora, por lo que obliga al proveedor a proteger esa relación comercial mediante precios razonables y mejora continua en sus productos.

III. HIPÓTESIS

Esta investigación no presenta hipótesis debido a que esta investigación es de tipo descriptivo; es decir, solo se detallarán las características de las variables en estudio. Según Hernández y Mendoza (2018) no siempre se debe formular la hipótesis ya que esta depende del alcance inicial del estudio; por lo tanto, las investigaciones cuantitativas que sí la presentan, son las correlacionales, explicativas, o aquellas descriptivas cuyo objetivo es pronosticar algún hecho.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

Según Ñaupas, Romero, Palacios y Valdivia (2018) las investigaciones de tipo cuantitativo se caracterizan por utilizar técnicas que tienen que ver con la medición, el muestreo y el análisis de las unidades en estudio, utilizando métodos estadísticos y matemáticos para poder comprender y explicar mejor los fenómenos. Por ende, esta investigación es cuantitativa, ya que se han recopilado datos a través del instrumento cuestionario y se han analizado utilizando la estadística para posteriormente extraer conclusiones.

Respecto a su nivel, esta investigación fue descriptiva, debido a que se han enumerado las características de las variables en estudio, que en este caso son “gestión de calidad” y “competitividad”, con lo cual Hernández, Fernández y Baptista (2016) mencionan que con este nivel de investigación se busca únicamente recopilar información sobre las variables sin intentar establecer en qué se relacionan una con otra; por lo cual su utilidad radica en mostrar a detalle los fenómenos en su realidad, previamente habiendo identificado qué es lo que se va a estudiar en concreto y de quien se obtendrá la información.

Por otro lado, según Hernández y Mendoza (2018) una investigación de diseño no experimental se define como aquella que se realiza sin manipular las variables en estudio de forma deliberada, es decir, sin realizar un experimento de forma intencional para observar el modo en que reaccionan las variables en estudio.

Asimismo, su desarrollo de tiempo fue no experimental, debido a que se han recolectado datos en un tiempo único, para determinar el estado de las variables en un momento dado. (Hernández & Mendoza, 2018)

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

En la investigación científica, la población es el conjunto de todos los casos que encajan en una serie de especificaciones y las cuales pueden ser de dos tipos según su extensión: la población finita, denominada así porque puede expresarse mediante una cifra; y, por otro lado, la población infinita a la cual no se le puede precisar un valor exacto. (Zapata, 2020)

En el caso de este estudio, la población está compuesta por los propietarios, trabajadores y clientes de las MYPE del rubro hospedajes de la Urbanización El Bosque, por lo cual, se ha utilizado ambos tipos de población: finita (trabajadores y propietarios) e infinita (clientes).

P1: Variable gestión de calidad: se utilizó la población finita para los indicadores: “liderazgo, compromiso de las personas, enfoque de procesos, toma de decisiones basadas en evidencias, gestión de relaciones y estimula la moral de los empleados, ofrece reconocimiento internacional y mejora la gestión de procesos”, cuya fuente son los propietarios y trabajadores de las Mype. Por otro lado, se utilizará la población infinita para los indicadores: “enfoque en el cliente, mejora continua, generar mayor eficiencia y ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente, cuya fuente son los clientes de las Mype.

P2: Variable Competitividad: Para esta variable, la población es infinita para los indicadores: liderazgo de costos, diferenciación, competencia directa, amenaza de nuevos competidores y poder de compradores cuya fuente son los clientes de las Mype. Por otro lado, la población es finita en los indicadores: segmentar el mercado, competencia directa, amenaza de sustitutos y poder de proveedores y su fuente son los propietarios y trabajadores de las Mype.

Criterios de inclusión:

- En la investigación se encuentran todos los propietarios de las MYPE rubro hospedajes de la urbanización El Bosque.
- Se ha contado con la participación de los trabajadores de las MYPE que dieron su consentimiento para participar en la investigación.
- En cuanto a los clientes, se consideró a personas de entre 18 a 70 años de edad, de ambos sexos que estén dispuestos a participar en esta investigación voluntariamente.

Criterios de exclusión:

- Se excluyó a clientes menores de edad y aquellos trabajadores que no dieron su consentimiento para participar voluntariamente.

4.2.2 Muestra

Según López (2019) la muestra es un subgrupo de la población, que representa adecuadamente el total de esta. Para la determinación de la muestra, se ha empleado el muestreo no probabilístico para la población finita de propietarios y trabajadores,

por lo cual, se ha determinado como muestra la totalidad de 3 propietarios y de 12 trabajadores de las MYPE rubro hospedaje. Según Hernández, Fernández y Baptista (2016), al utilizarse una población finita menor a 50 individuos, no se necesita la aplicación de la fórmula para hallar una muestra representativa, por lo tanto, la muestra de la población finita está compuesta por 12 trabajadores y 3 propietarios de las MYPE en estudio, lo cual hace un total de 15 individuos.

Cuadro 1: Relación de las MYPE

Ítem	Razón Social	Nº RUC	Nº trabajadores	Propietario
1	H001	*****020	4	1
2	H002	*****021	4	1
3	H003	*****022	4	1
Subtotal			12	3
Total			15	

Nota. Elaboración propia

En cambio, para la población infinita compuesta por los clientes de las MYPE, es necesario realizar un muestreo probabilístico a través de la fórmula para hallar la muestra representativa de la población infinita:

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

En donde, los valores representan lo siguiente:

n: Representa el tamaño de la muestra.

Z: Es el nivel de confianza que este caso será de 90% el cual está representado por 1.645 que es su valor estadístico.

e: Representa el margen de error permitido, que, en este caso, será un máximo de 10% debido al poco flujo de clientes de las empresas tras una época de crisis económica en todo el país ocasionada por la contingencia del Covid 19.

p: Es la probabilidad de éxito o de proporción esperada que en este caso es de 50% que se representa como 0.5.

q: Es la probabilidad de error o fracaso, que en esta oportunidad será de 50% es decir de un 0.5

Para los valores de p y q se ha designado como valor predeterminado 50%. Se ha tomado como valor de probabilidad de ocurrencia positiva y negativa como 50% para ambos ya que, Según Hernández, Fernández y Baptista (2016) si no se aplica una encuesta piloto, se debe determinar de esta forma ambos valores. Finalmente, al reemplazar todos estos valores, se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{(1.645)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68$$

Cuadro 2: Fuentes de información

Variable	Población	Elementos de población	Muestra
Gestión de calidad	Finita	3 propietarios	3 propietarios
	Finita	12 trabajadores	12 trabajadores
	Infinita	Desconocido	68 clientes
Competitividad	Infinita	Desconocido	68 clientes

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Cuadro 3: Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Definición operacional	Escala	Técnica e instrumento	Fuente
Gestión de calidad	Herramienta utilizada para asegurar y controlar los procesos de producción de una industria y un compromiso con la eficacia en la cultura empresarial. (Carriel, Barros, & Fernandez, 2018)	Principios	Enfoque en el cliente	La dimensión de “Principios” se medirá con los indicadores: enfoque en el cliente, liderazgo, compromiso de las personas, enfoque de procesos, toma de decisiones basadas en evidencias, la mejora continua y gestión de relaciones, a través del instrumento cuestionario.	Nominal	Encuesta y Cuestionario	Propietarios, trabajadores y clientes
			Liderazgo				
			Compromiso de las personas				
			Enfoque de procesos				
			Toma de decisiones basadas en evidencias				
			La mejora continua				
		Gestión de relaciones					
		Beneficios	Generar mayor eficiencia	La dimensión de “Beneficios” se medirá con los indicadores: generar mayor eficiencia, estimula la moral de los empleados, ofrece reconocimiento internacional, mejora la gestión de procesos y ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente, a través del instrumento cuestionario.			
			Estimula la moral de los empleados				
			Ofrece reconocimiento internacional				
Mejora la gestión de procesos							
Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente							

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Definición operacional	Escala	Técnica e instrumento	Fuente
Competitividad	Es la capacidad de proporcionar productos y servicios eficientemente utilizando estrategias competitivas y estudiando las fuerzas que intervienen en el desarrollo potencial de una empresa. (Argudo, 2017)	Estrategias competitivas	Liderazgo de costos	La dimensión de “estrategias competitivas” se medirá con los indicadores: liderazgo de costos, diferenciación y segmentación del mercado, a través del instrumento cuestionario.	Nominal	Encuesta y Cuestionario	Propietarios y clientes
			Diferenciación				
			Segmentar el mercado				
		Fuerzas competitivas	Competencia directa	La dimensión de “fuerzas competitivas” se medirá con los indicadores: competencia directa, amenaza de nuevos competidores, amenaza de sustitutos, poder de compradores y poder de proveedores, a través del instrumento cuestionario.			
			Amenaza de nuevos competidores				
			Amenaza de sustitutos				
			Poder de compradores				
Poder de proveedores							

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnica:

Para esta investigación, se utilizó la técnica de la encuesta, que, según Salas (2020) es la técnica más empleada en las investigaciones ya que se utiliza para recolectar información de personas respecto a sus características, opiniones o expectativas; en este caso, se ha encuestado a los propietarios, trabajadores y clientes de las Mype.

Tras a la pandemia iniciada en 2020 a causa de la aparición de la enfermedad del Covid 19, se generó alrededor del mundo una serie de acciones para disminuir el contagio, entre ellas el distanciamiento social, la paralización de las actividades empresariales y el cierre de fronteras entre países. Esto afectó negativamente a las empresas de todos los rubros, pero especialmente al rubro hotelería, al disminuir por completo el turismo en el Perú.

Sin embargo, con el fin de cumplir con las normas establecidas para la disminución del contagio del Covid 19, se ha realizado la encuesta a través de la modalidad Online, utilizando la herramienta Google Forms, compartiendo el enlace con los clientes, propietarios y trabajadores.

4.4.2 Instrumento:

Para recolectar los datos se ha utilizado el instrumento cuestionario, el cual, según Salas (2020) es un conjunto de preguntas acerca del tema que se quiere investigar, en este caso, la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes. Para su elaboración, se consideró necesaria la operacionalización de las variables en preguntas que se basan en el problema a investigar y teniendo en cuenta

la fuente que responderá dichas interrogantes. Esto resultó en tres cuestionarios, uno para cada fuente de información y compuesto por preguntas cerradas de nivel dicotómico. Dichos instrumentos fueron validados por expertos de juicio.

Cuadro 4: Estratificación

N°	Trabajadores	Factor	Muestral	Muestra por hospedaje	Encuestador
1	4	0.33333333	*68	23	Google Drive
2	4	0.33333333	*68	23	Google Drive
3	4	0.33333333	*68	22	Google Drive
Total	12			68	

Nota. Elaboración propia

4.5 Plan de análisis:

El análisis de la información se ha realizado utilizando programas informáticos como Microsoft Excel para realizar el libro de códigos para cada cuestionario, y también para realizar las tablas y gráficos respectivos. Además, se ha utilizado el Microsoft Word para almacenar y ordenar la información ya analizada e interpretada de la encuesta aplicada a los clientes, trabajadores y propietarios de las MYPE en estudio.

4.6 Matriz de consistencia

Cuadro 5: Matriz de consistencia

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS		VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
	GENERAL	ESPECÍFICOS			
¿Qué características tiene la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022?	Identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022	Describir los principios de la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022	Gestión de calidad	No presenta hipótesis debido a que esta investigación es de tipo descriptivo; es decir, solo se detallarán las características de las variables en estudio.	Diseño de la investigación: Tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Población y muestra: Finita (3 propietarios y 12 trabajadores) e infinita (68 clientes) Técnica e instrumento: Encuesta y cuestionario
		Detallar los beneficios que ofrece la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022			
		Conocer las estrategias competitivas en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022	Competitividad		
		Determinar las fuerzas competitivas en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022			

Nota. Elaboración propia

4.7 Principios éticos

El Comité Institucional de Ética en Investigación (2019) detalla a través de un documento los principios éticos que deben regir cada investigación realizada en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote y que cada investigador es responsable de aplicar:

- **Protección a las personas:** Los propietarios, trabajadores y clientes son un medio para la obtención de información, por lo cual, requiere de la protección de su privacidad, confidencialidad e identidad. Para poder ofrecer estos requerimientos, se contó con un protocolo de consentimiento informado para realizar las encuestas. Asimismo, se aseguró que todos los participantes fueran mayores de edad y participaran de manera voluntaria, además de hacerles saber que los resultados de la investigación podían obtenerlos a través del correo del estudiante investigador.
- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** En este estudio, al realizarse la encuesta de forma virtual, no se ha malgastado papel o ningún recurso natural, ya que se ha considerado con mucho énfasis el respeto hacia la vida y la promoción del cuidado del ambiente, además, no se contaminó de ninguna forma ya que la cultura de protección del medio ambiente está por encima de los fines científicos.
- **Libre participación y derecho a estar informado:** Tanto propietarios, trabajadores y clientes estuvieron informados acerca de la investigación de la que fueron parte, por lo tanto, manifestaron estar de acuerdo en participar luego de brindarles la información pertinente, como el objetivo de la investigación al

momento de la aplicación de la encuesta, que, además, se encuentra descrito explícitamente en el instrumento cuestionario.

- **Beneficencia no maleficencia:** En este estudio, se tuvo presente la importancia del bienestar de las personas que participaron, por lo cual, se consideró pertinente realizar la aplicación de la encuesta a través de internet utilizando el programa Google Forms, por lo tanto, se ha respetado los protocolos de seguridad para prevenir el contagio del Covid 19, protegiendo así la salud de los participantes.
- **Justicia:** Previo a la aplicación del instrumento, se informó a los participantes el motivo de su participación y se le brindó toda la información pertinente acerca de la investigación, como el nombre y objetivo de la investigación que se encuentran en el enunciado del cuestionario, además de unas sencillas instrucciones sobre cómo responderlo de forma adecuada; y, cabe recalcar, que las preguntas han sido elaboradas en un lenguaje sencillo para su fácil comprensión y validadas por expertos; además, cada participante fue parte de una interacción respetuosa y sin actos de discriminación de ningún tipo.
- **Integridad científica:** Es importante recalcar la integridad científica del investigador, por lo que realizó esta investigación de forma honesta, evitando incurrir en el plagio de información y se realizó con responsabilidad, poniendo el desarrollo de este estudio por encima de otros intereses. Por ende, en este estudio se considera muy importante este principio ético, y debido a eso, se ha redactado de manera clara y precisa en el instrumento cuestionario que la participación de los individuos era anónima, por lo cual no se requirió de un consentimiento informado al ser una encuesta virtual. Además, se trabajó de

manera ética teniendo en cuenta el valor de la honestidad, evitando el plagio de información, cuya evidencia se demuestra con el resultado de programa de anti plagio: Turnitin, que se ha empleado para autenticar la redacción de esta tesis. Finalmente, al tener como principales intereses los logros académicos del autor, se definió como prioridad la realización de esta investigación, por encima de otros intereses.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Gestión de calidad

5.1.1.1 Objetivo específico: Describir los principios de la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022

Tabla 1: Principios de la gestión de calidad – Clientes

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿La empresa se preocupa por conocer sus necesidades?	48	71	20	29	68	100
2	¿La empresa se preocupa por saber si usted se encuentra satisfecho?	46	68	22	32	68	100
3	¿La empresa ha mejorado su servicio?	32	47	36	53	68	100

Nota. Cuestionario aplicado a los clientes.

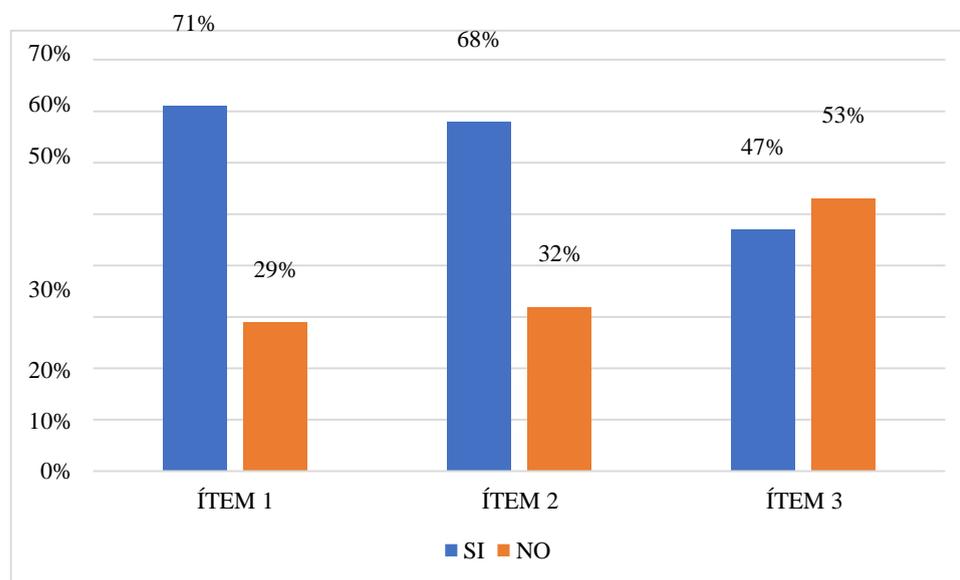


Figura 1: Diagrama de barras que representa a Principios de la gestión de calidad – Clientes.

En la tabla 1 y figura 1 denominada “Principios de la gestión de calidad – Clientes” se observa que el 71% indica que la empresa se preocupa por conocer sus necesidades, el 68%, que esta se preocupa por saber si se encuentra satisfecho y el 53% que la empresa no ha mejorado su servicio.

Tabla 2: Principios de la gestión de calidad – Propietarios

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
4	¿Los trabajadores demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo?	1	33	2	67	3	100
5	¿Se toman decisiones en base al monitoreo de tareas?	3	100	0	0	3	100
6	¿La empresa cuenta con una cartera de proveedores?	1	33	2	67	3	100
7	¿Los proveedores cumplen con los requerimientos acordados?	1	33	2	67	3	100

Nota. Cuestionario aplicado a los propietarios.

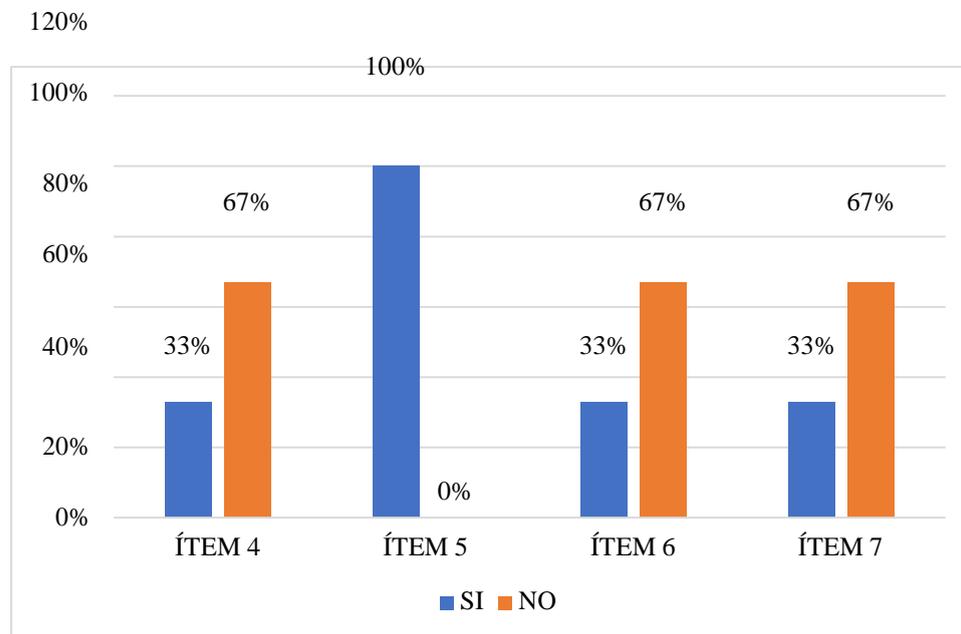


Figura 2: Diagrama de barras que representa a Principios de la gestión de calidad – Propietarios.

En la tabla 2 y figura 2 denominada “Principios de la gestión de calidad – propietarios” el 100% de los propietarios indica que se toman decisiones en base al monitoreo de tareas y el 67%, indica que los trabajadores no demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo, por otro lado, la empresa no cuenta con una cartera de proveedores y estos no cumplen con los requerimientos acordados.

Tabla 3: Principios de la gestión de calidad – Trabajadores

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
8	¿Considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo?	12	100	0	0	12	100
9	¿Cada actividad tiene un proceso establecido por escrito?	10	83	2	17	12	100

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores.

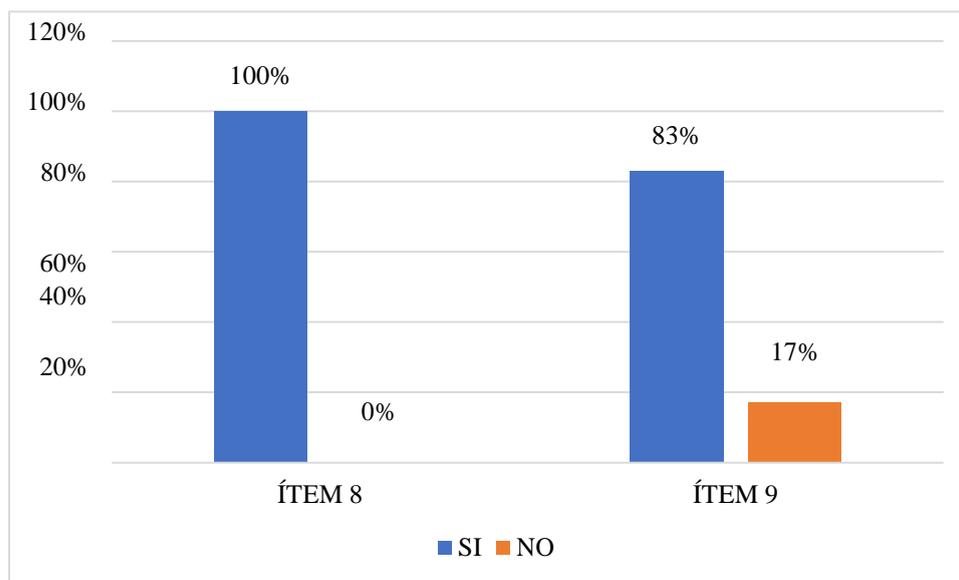


Figura 3: Diagrama de barras que representa a Principios de la gestión de calidad – Trabajadores.

En la tabla 3 y figura 3 denominada “Principios de la gestión de calidad – Trabajadores” el 100% de los trabajadores considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo y el 83% indica que cada actividad tiene un proceso establecido por escrito.

5.1.1.2 Objetivo específico: detallar los beneficios que ofrece la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022

Tabla 4: Beneficios de la gestión de calidad – Clientes

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
10	¿El servicio que ofrece la empresa es eficiente?	62	91	6	9	68	100
11	¿Se siente satisfecho con el servicio que brinda la empresa?	48	71	20	29	68	100
12	¿Considera que el servicio que ofrece la empresa es de calidad?	62	91	6	9	68	100

Nota. Cuestionario aplicado a los clientes.

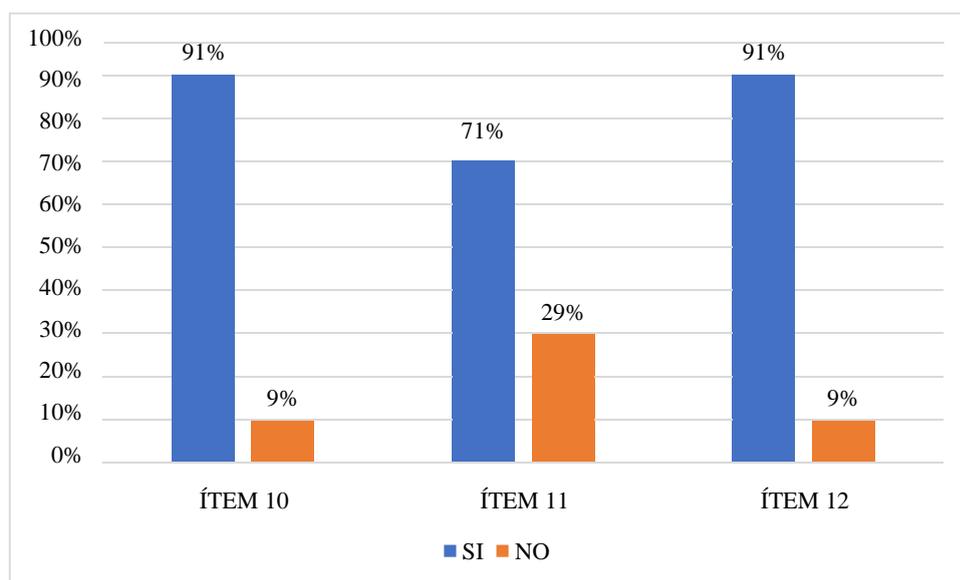


Figura 4: Diagrama de barras que representa a Beneficios de la gestión de calidad – Clientes.

En la tabla 4 y figura 4 denominada “Beneficios de la gestión de calidad – Clientes” el 91% de los clientes indicó que el servicio que ofrece la empresa es eficiente y considera que es de calidad y el 71% se siente satisfecho con el servicio que brinda la empresa.

Tabla 5: Beneficios de la gestión de calidad – Propietarios

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
13	¿Los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa?	2	67	1	33	3	100
14	¿Tiene conocimiento acerca de las normas ISO?	1	33	2	67	3	100

Nota. Cuestionario aplicado a los propietarios.

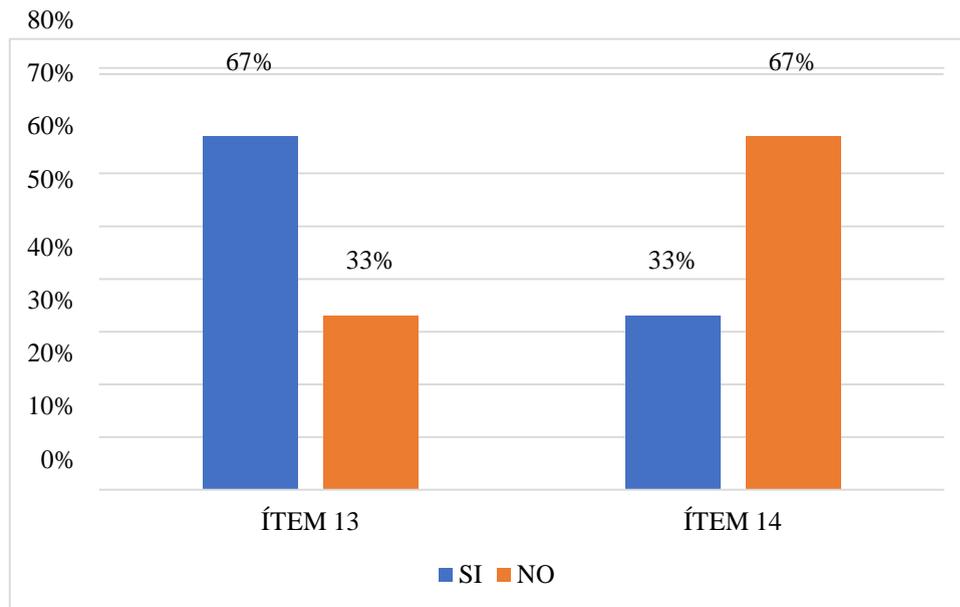


Figura 5: Diagrama de barras que representa a Beneficios de la gestión de calidad – Propietarios.

En la tabla 5 y figura 5 denominada “Beneficios de la gestión de calidad – Propietarios”, el 67% de los clientes indicó que los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa y que no tienen conocimiento acerca de las normas ISO.

Tabla 6: Beneficios de la gestión de calidad – Trabajadores

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
15	¿Considera que en la empresa recibe un buen trato?	12	100	0	0	12	100
16	¿Se le remunera su salario de manera puntual?	9	75	3	25	12	100
17	¿Se analiza el desempeño de la empresa?	9	75	3	25	12	100

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores.

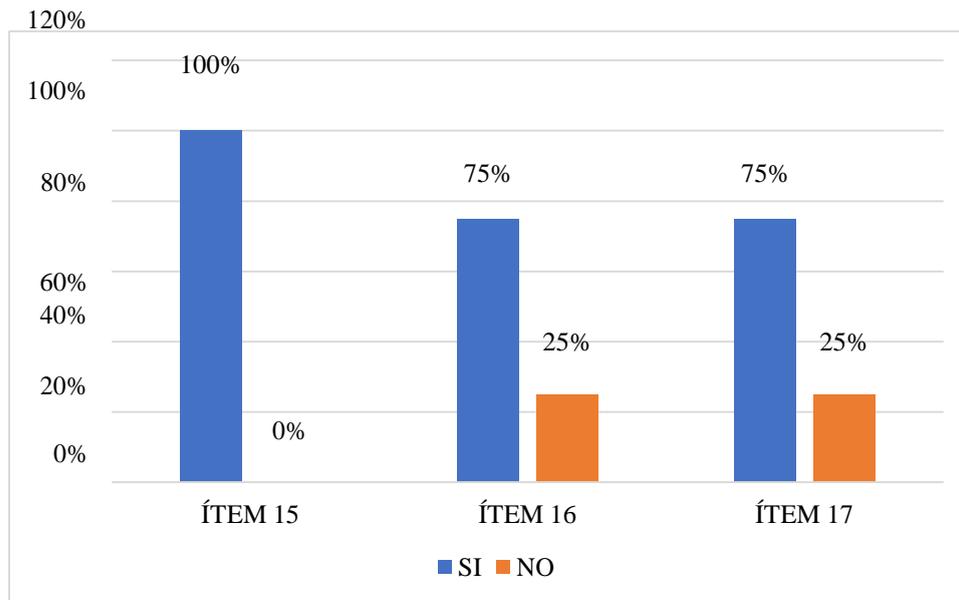


Figura 6: Diagrama de barras que representa a Beneficios de la gestión de calidad – Trabajadores.

En la tabla 6 y figura 6 denominada “Beneficios de la gestión de calidad – Trabajadores, el 100% de los trabajadores considera que en la empresa recibe un buen trato y el 75% que se le remunera su salario de manera puntual y se analiza el desempeño de la empresa.

5.1.2 Competitividad

5.1.2.1 Objetivo específico: conocer las estrategias competitivas en las Mype rubro en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022

Tabla 7: Estrategias competitivas – Clientes

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
18	¿La empresa le ofrece precios bajos?	40	59	28	41	68	100
19	¿La empresa cuenta con servicios únicos?	0	0	68	100	68	100
20	¿Estaría dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo?	65	96	3	4	68	100

Nota. Cuestionario aplicado a los clientes.

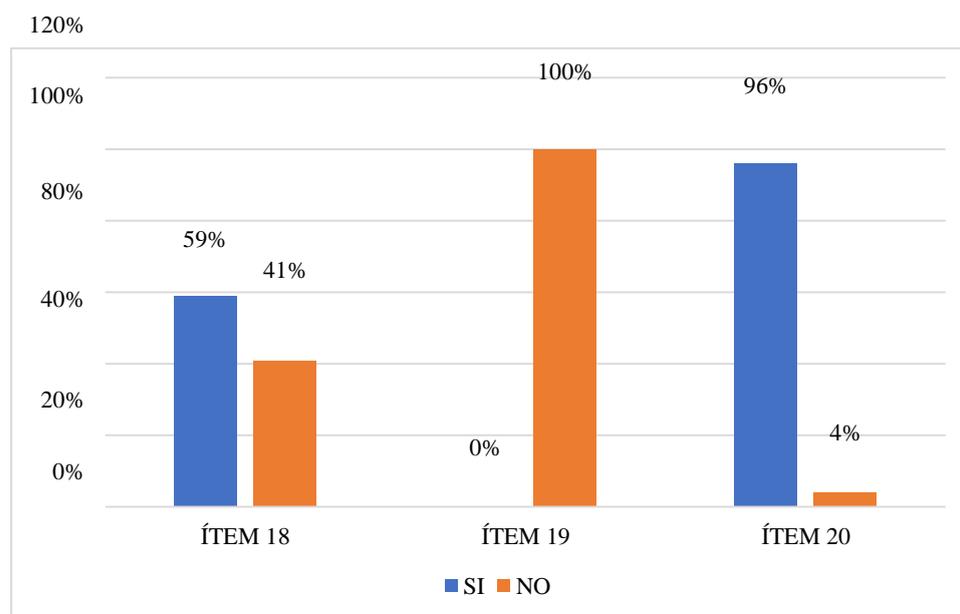


Figura 7: Diagrama de barras que representa a Estrategias competitivas – Clientes.

En la tabla 7 y figura 7 denominada “Estrategias competitivas – Clientes” el 59% de los clientes indica que la empresa le ofrece precios bajos, el 100% que la empresa no cuenta con servicios únicos y el 96% que sí estaría dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo.

Tabla 8: Estrategias competitivas – Propietarios

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
21	¿La empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo?	3	100	0	0	0	100

Nota. Cuestionario aplicado a los propietarios.

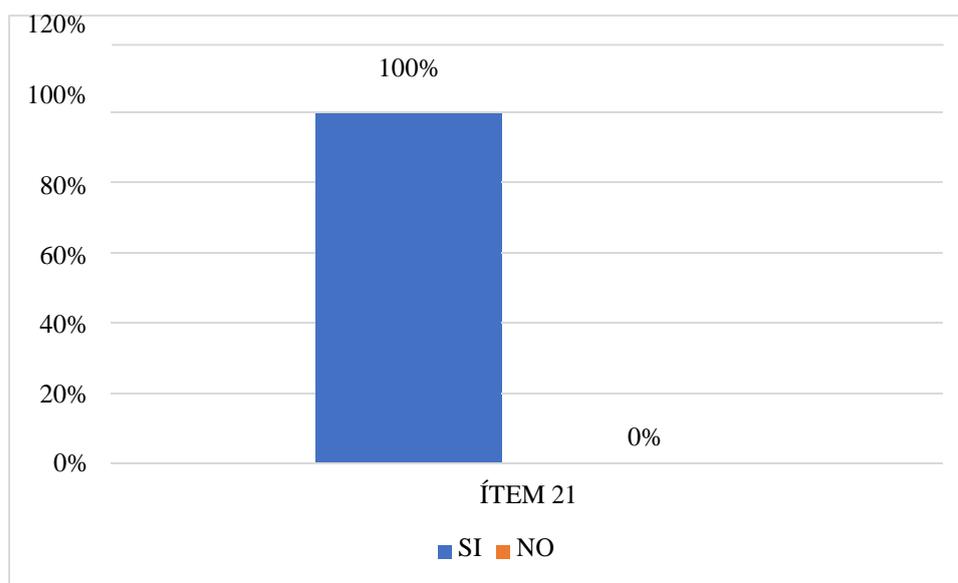


Figura 8: Diagrama de barras que representa a Estrategias competitivas – Propietarios.

En la tabla 8 y figura 8 denominada “Estrategias competitivas – Propietarios”, el 100% de los propietarios indica que la empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo.

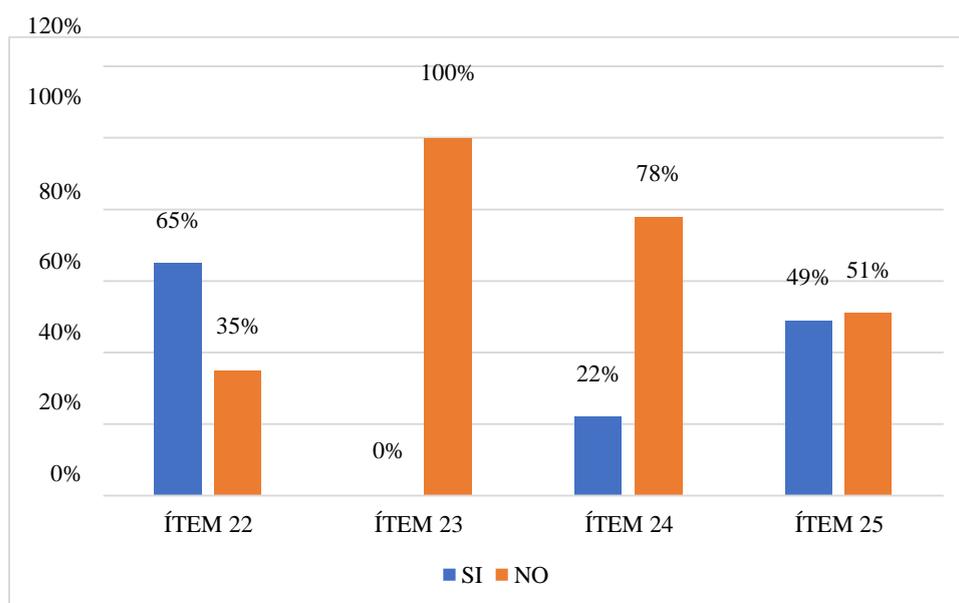
Tabla 8: Estrategias competitivas – Propietarios**5.1.2.2 Objetivo específico:** determinar las fuerzas competitivas en las Mype

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
22	¿Considera que la empresa tiene precios competitivos?	44	65	24	35	68	100
23	¿Han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año?	0	0	68	100	68	100
24	¿La empresa ofrece descuentos u ofertas?	15	22	53	78	68	100
25	¿Acude a otra empresa si el precio no le satisface?	33	49	35	51	68	100

Tabla 9: Fuerzas competitivas – Clientes

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
22	¿Considera que la empresa tiene precios competitivos?	44	65	24	35	68	100
23	¿Han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año?	0	0	68	100	68	100
24	¿La empresa ofrece descuentos u ofertas?	15	22	53	78	68	100
25	¿Acude a otra empresa si el precio no le satisface?	33	49	35	51	68	100

Nota. Cuestionario aplicado a los clientes.

*Figura 9:* Diagrama de barras que representa a Fuerzas competitivas – Clientes.

En la tabla 9 y figura 9 denominada “Fuerzas competitivas – Clientes”, el 65% considera que la empresa tiene precios competitivos, el 100% indica que no han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año, el 78% que la empresa no ofrece descuentos y ofertas y el 51% que no acude a otra empresa si el precio no le satisface.

Tabla 10: Fuerzas competitivas – Propietarios

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
26	¿Existe una alta competitividad en el rubro?	0	0	3	100	3	100
27	¿Existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa?	2	67	1	33	3	100
28	¿Recibe un trato especial por parte de su proveedor?	0	0	3	100	3	100
29	La materia prima de su servicio, ¿son bienes comunes de fácil adquisición?	3	100	0	0	3	100

Nota. Cuestionario aplicado a los propietarios.

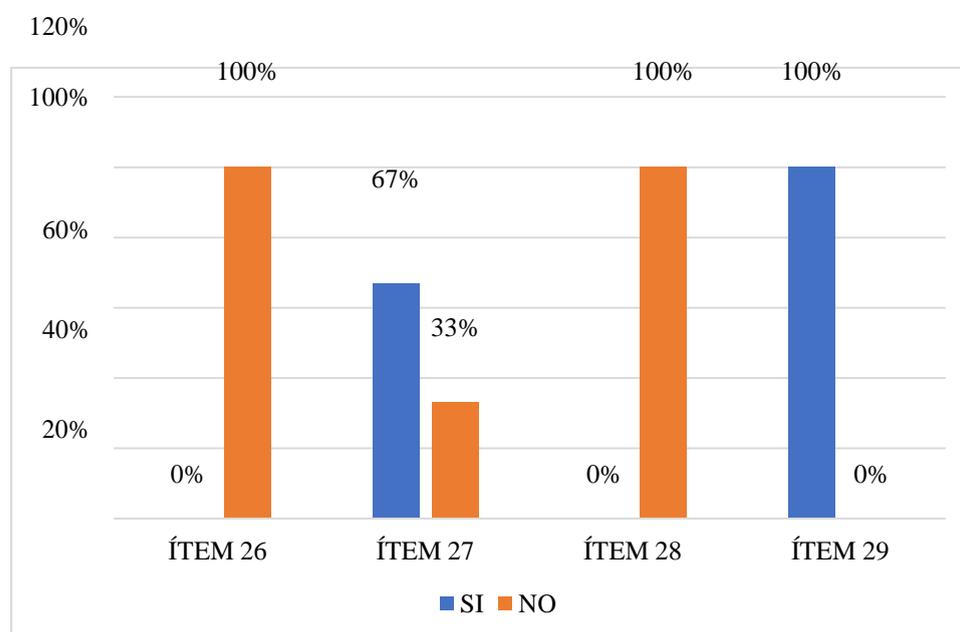


Figura 10: Diagrama de barras que representa a Fuerzas competitivas – Propietarios.

En la tabla 10 y figura 10 denominada “Fuerzas competitivas – Propietarios” el 100% indica que no existe una alta competitividad en el rubro, no recibe un trato especial por parte de su proveedor, afirma que la materia prima de su servicio son bienes comunes de fácil adquisición y el 67% que si existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1. Gestión de calidad

5.2.1.1 Objetivo específico: Describir los principios de la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022

En la tabla 1 y figura 1 denominada “Principios de la gestión de calidad – Clientes” se observa que el 71% indica que la empresa se preocupa por conocer sus necesidades, el 68%, que esta se preocupa por saber si se encuentra satisfecho y el 53% que la empresa no ha mejorado su servicio.

Es por ello que López (2021), concluyó que es necesario que los trabajadores se involucren en las metas empresariales, es por ello que siempre están predispuestos para conocer las necesidades del cliente para así ofrecer un producto hotelero de calidad. De igual forma, la Escuela Europea de Excelencia (2017) afirma que enfocarse en el cliente significa alinear todos los procesos y actividades con las necesidades actuales y futuras de los clientes. Por lo tanto, se entiende que es importante que la empresa dirija sus esfuerzos en entender lo que el cliente busca para estar satisfecho y a través de esta información, exceder sus expectativas y crear una relación de fidelidad.

Asimismo, Manobanda & Silva (2018) concluyen que la mayor parte de hoteles cuenta con un buzón de sugerencias, lo cual es importante para identificar los errores y poder corregirlos; de igual forma, la Escuela Europea de Excelencia (2017) indica que medir y monitorear los procesos ayudan a la retroalimentación del desempeño total de la empresa. Es por ello que la opinión del cliente acerca de la calidad del producto y/o servicio es muy importante, ya que es información que ayuda a retroalimentar las actividades y a partir de ello, implementar estrategias de mejora continua.

Por otro lado, este resultado discrepa con Bances (2018) pues concluyó en su investigación que más de la mitad de los clientes afirmaron que los hoteles mejoran el servicio en base a sus exigencias, lo cual concuerda con la Escuela Europea de Excelencia (2017) pues afirma que las mejoras son esenciales para lograr gestionar personas y procesos y así conseguir la satisfacción del cliente. La mejora continua es un objetivo permanente para todas las organizaciones pues brinda ventajas competitivas que le permiten fidelizar a los clientes y garantizar su permanencia en el mercado.

En la tabla 2 y figura 2 denominada “Principios de la gestión de calidad – propietarios” el 100% de los propietarios indica que se toman decisiones en base al monitoreo de tareas y el 67%, indica que los trabajadores no demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo, por otro lado, la empresa no cuenta con una cartera de proveedores y estos no cumplen con los requerimientos acordados.

Por lo cual Broncano (2019) afirma en su estudio que las decisiones se toman poniendo como referencia hechos reales y datos verdaderos. A su vez, la Escuela Europea de Excelencia (2017) indica que esto se logra con el monitoreo y medición constante de los procesos, mismos que se deben llevar a cabo diariamente por los trabajadores de la empresa. Es necesario disminuir el grado de incertidumbre a la hora de tomar decisiones en beneficio del bienestar de la empresa, por lo cual es necesaria la búsqueda de información útil y confiable.

Sin embargo, este resultado difiere con López (2021), quien en su investigación concluye que los trabajadores poseen las habilidades y conocimientos para atender a los clientes en lo que necesiten, tratándolos con respeto, consideración y buena actitud,

lo cual se asemeja a la afirmación de la Escuela Europea de Excelencia (2017), pues los trabajadores de la empresa y su compromiso son esenciales para que, con el uso de sus destrezas, se puedan lograr los objetivos. Al ser los trabajadores quienes llevan a cabo las actividades, los líderes de la organización deben brindarles incentivos para que se comprometan con la empresa y den su mejor esfuerzo para lograr las metas de la empresa.

También se encontró discrepancia con Ortiz (2019), quien indica en su investigación que es necesario contar con proveedores idóneos para subsistir, al igual que la Escuela Europea de Excelencia (2017) que afirma que es importante generar una relación sólida transparente y de confianza con los proveedores pues mejora la coordinación y cooperación entre ambos. Esta relación comercial, debe fortalecerse para que ambas empresas puedan crecer a la vez, y en el caso de los hospedajes, tener una cartera de proveedores que le aseguren un abastecimiento constante de su almacén para poder brindar el mejor servicio a sus huéspedes.

Asimismo, los resultados se asemejan a la investigación de Broncano (2019) que concluye que los propietarios manifiestan que sus proveedores solo a veces cumplen con los requisitos y tiempos solicitados por sus pedidos. Por otro lado, la Escuela Europea de Excelencia (2017) afirma la importancia de generar una relación transparente y de confianza con los proveedores pues mejora la coordinación y cooperación entre empresa y proveedor. Por lo tanto, es importante revisar el estado en el que se encuentran los insumos y materiales, pues son el primer paso para brindar un servicio de calidad.

En la tabla 3 y figura 3 denominada “Principios de la gestión de calidad – Trabajadores” el 100% de los trabajadores considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo y el 83% indica que cada actividad tiene un proceso establecido por escrito.

Este resultado concuerda con Bances (2018) pues en su investigación indica que la mitad de encuestados afirma presenciar en su organización la existencia del liderazgo de tipo democrático, lo cual se complementa con la Escuela Europea de Excelencia (2017) al afirmar que el sistema de gestión de calidad no funcionará de manera óptima si no existe una persona encargada de involucrar a las personas en lograr los objetivos. Por lo tanto, se entiende que es necesaria una persona capaz de motivar a los trabajadores en el logro de objetivos, que puede ser el propietario u otro individuo capaz de tomar decisiones en beneficio de la empresa.

De igual forma, Bances (2018) concluyó que los procesos en su empresa son establecidos en normas escritas, ya que estas son un factor predominante en la gestión de calidad. Según la Escuela Europea de Excelencia (2017) en las empresas, es necesario que se establezca un proceso para cada situación, de modo que se pueda hacer un fácil seguimiento, control y reproducción de estos. Esto ayuda a mantener un orden para duplicar esfuerzos innecesariamente, además, cada trabajador es responsable de las tareas a su cargo.

5.2.1.2 Objetivo específico: detallar los beneficios que ofrece la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022

En la tabla 4 y figura 4 denominada “Beneficios de la gestión de calidad – Clientes” el 91% de los clientes indicó que el servicio que ofrece la empresa es

eficiente y considera que es de calidad y el 71% se siente satisfecho con el servicio que brinda la empresa.

López (2021) concluyó que los trabajadores indican que los servicios siempre se brindan con rapidez, lo cual indica un proceso eficiente. Según ESAN (2018), eficiencia significa cumplir adecuadamente una tarea. Esto se logra estableciendo pasos a seguir por cada trabajador con el objetivo de lograr realizar las actividades de una manera más sencilla, en menos tiempo y con menor gasto de recursos.

Asimismo, este resultado difiere con Isidro (2019) pues los clientes manifiestan que el servicio que ofrece el hospedaje no es de calidad. Según ESAN (2018) a través de la gestión de calidad las empresas lograrán definir cómo debe ser un producto de calidad para que logre la plena satisfacción de los clientes. Por lo tanto, es importante conocer la perspectiva del cliente respecto al servicio, de modo que, si existe alguna deficiencia, se aplicará la mejora continua.

Por otro lado, este resultado concuerda con Galvez (2019), pues concluye que los clientes sí están satisfechos por el servicio que les brinda la empresa. Además, la Universidad ESAN (2018) indica que aplicando la gestión de calidad lograrán definir cómo debe ser un producto de calidad para que logre la plena satisfacción de los clientes. Este beneficio es importante pues un cliente satisfecho posiblemente volverá a la empresa a adquirir nuevamente el servicio, aumentando las ganancias y atraerá a otros posibles clientes.

En la tabla 5 y figura 5 denominada “Beneficios de la gestión de calidad – Propietarios”, el 67% de los clientes indicó que los trabajadores utilizan

adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa y que no tienen conocimiento acerca de las normas ISO.

Según Broncano (2019), las empresas poseen recursos que se transforman para lograr un fin, que es la satisfacción de los clientes. ESAN (2018) a su vez, indica que las empresas que aplican la gestión de calidad, buscan maximizar la eficiencia y calidad en cada uno de sus procesos, en menos tiempo y con menor gasto de recursos. Por lo cual se entiende que el manejo de recursos es muy importante pues hace que la empresa trabaje a un ritmo constante con resultados de calidad.

Por otro lado, Broncano (2019), las normas ISO son un conjunto de normas orientadas a regular la gestión de una empresa en su totalidad. Además, según ESAN (2018) las empresas que poseen la certificación ISO 9001, brindan a sus clientes la seguridad y confianza de que sus productos son de calidad y también la credibilidad necesaria para la comercialización de estos en el extranjero, con lo que pueden expandir su negocio a nivel internacional. Con esto se entiende que es importante tener conocimiento sobre las certificaciones que le brindan a una empresa esa imagen positiva de que un producto es de calidad.

En la tabla 6 y figura 6 denominada “Beneficios de la gestión de calidad – Trabajadores, el 100% de los trabajadores considera que en la empresa recibe un buen trato y el 75% que se le remunera su salario de manera puntual y se analiza el desempeño de la empresa.

Es por ello que Manobanda & Silva (2018) concluyen en su investigación que si motivan a sus empleados para que se sientan a gusto en sus actividades; asimismo, según ESAN (2018) los trabajadores son la base de la actividad empresarial y es

necesario lograr que estos se encuentren motivados y satisfechos, así, demostrarán un adecuado desempeño en sus actividades. Por lo cual, se entiende que es importante que el cliente interno de la empresa demuestre una total satisfacción, ya que así se mostrarán comprometidos con el éxito de la empresa y se desempeñarán con una buena actitud, misma que se transmitirá a los clientes brindando una buena imagen empresarial.

De igual forma, Manobanda & Silva (2018) afirman que para la motivación de los colaboradores se consideró el pago puntual o mejor de los salarios, premiaciones y capacitaciones. Por lo cual, ESAN (2018) indica que, en efecto, un trabajador es motivado por distintos factores como: una remuneración puntual, aumentos de sueldo o programas de capacitación. Conviene aclarar que, si bien el pago del salario es un motivador, estimular la moral de los colaboradores también depende de tener en claro la importancia de su papel dentro de la empresa, ya que cada trabajador es indispensable para el logro de los objetivos.

Por último, Broncano (2019) concluye en su investigación que si se planifica e implementa procesos para analizar la calidad del servicio de hospedaje y posteriormente realizar mejoras. Al mismo tiempo, ESAN (2018) indica que la parte administrativa de las empresas, aprenderán a través del análisis qué mejoras se pueden realizar. En efecto, es importante realizar un control del desempeño de la empresa para verificar si se están llevando a cabo las metas planteadas, para una buena toma de decisiones o una eliminación de errores.

5.2.2. Competitividad

5.2.2.1 Objetivo específico: conocer las estrategias competitivas en las Mype rubro en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022

En la tabla 7 y figura 7 denominada “Estrategias competitivas – Clientes” el 59% de los clientes indica que la empresa le ofrece precios bajos, el 100% que la empresa no cuenta con servicios únicos y el 96% que sí estaría dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo.

Asimismo, Gaona (2019) concluyó en su investigación que la mayoría de los clientes opina que los precios que brindan los hospedajes son económicos. Con lo cual Solé (2021) afirma que el liderazgo de costos consiste en fabricar grandes cantidades de un producto a un bajo costo, por consiguiente, se puede ofrecer al cliente precios bajos. Con esto se entiende que un precio bajo es muy atractivo para el cliente, sin embargo, al aplicar esta estrategia se debe tener en cuenta que el servicio debe bajar el precio sin perjudicar su calidad, por lo cual es una estrategia difícil de aplicar, pero cuando se hace correctamente, puede generar múltiples beneficios.

Por otro lado, este resultado difiere con Granda (2018) pues concluyó en su investigación que las empresas si ofrecen un servicio diferente al de la competencia con respecto a la limpieza y atención al cliente. De igual forma, Solé (2021) afirma que para el marketing, esta es una de las mejores estrategias para una empresa, ya que, al no competir en cuestión de precios, es necesario hacerlo mediante la diferenciación. Por lo tanto, se entiende que, aunque la empresa tenga muchos rivales compitiendo en un mismo rubro, esta puede destacar de forma significativa haciendo sus productos o servicios únicos o difíciles de imitar.

Finalmente, Manobanda & Silva (2018) concluyen en su investigación que la mayor parte de empresas, poseen un servicio único, que es la atención personalizada, que se enfoca en resolver los problemas que se presenten en los diversos servicios del hotel; sin embargo, también tienen servicios extra como salones de belleza, spa o una boutique. Según Solé (2021), la diferenciación puede ser desde la creación de servicios únicos, con características difíciles de imitar o también en la atención al cliente o el servicio post venta. Cabe resaltar que, en algunos segmentos del mercado, esta suele ser la característica que genera mayor valor a una empresa, haciendo de este el factor definitivo para la decisión de compra del cliente.

En la tabla 8 y figura 8 denominada “Estrategias competitivas – Propietarios”, el 100% de los propietarios indica que la empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo. Por lo cual, Gaona (2019) concluye que esta estrategia se realiza brindando un servicio hecho para responder a las preferencias de un pequeño segmento del mercado, que tiene necesidades muy específicas. Según Solé (2021), esto exige que la empresa comprenda a cabalidad las necesidades de este público objetivo, además, al enfocarse en un mercado tan pequeño, esta estrategia presenta la ventaja de que existen pocos o ningún competidor. Por lo cual se entiende que esta estrategia tiene un alcance más limitado, pero aplicada correctamente, puede llevar a una empresa a tomar el liderazgo de un mercado más específico.

5.2.2.2 Objetivo específico: determinar las fuerzas competitivas en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022

En la tabla 9 y figura 9 denominada “Fuerzas competitivas – Clientes”, el 65% considera que la empresa tiene precios competitivos, el 100% indica que no han abierto

nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año, el 78% que la empresa no ofrece descuentos y ofertas y el 51% que no acude a otra empresa si el precio no le satisface.

Por lo cual Arévalo (2018) concluyó que al haber muchos competidores es común que empiece una rivalidad en los precios, sin embargo, enfocarse en competir solo en el precio puede ser perjudicial. Martínez (2018) indica que algunas veces esto se traduce en una competencia de precios con el objetivo de que las empresas competidoras tengan pérdidas económicas. Sin embargo, para establecer el precio es necesario tener en cuenta factores como costos de producción, gastos o incluso las mismas necesidades del cliente.

Por otro lado, Gaona (2019) concluyó en su investigación que existe la posibilidad de que entren otros competidores con diferentes características diferenciadoras. Martínez (2018) afirma que este nivel de amenaza será en función a las barreras de entrada, entre ellas, la fidelidad de los clientes a otras marcas que ya existen en el mercado. Por lo tanto, se entiende que la amenaza de nuevos competidores será alta o baja, dependiendo de factores como los servicios innovadores que presenten, la fidelidad a las empresas existentes, la calidad de los productos o el nivel de demanda que haya en el sector.

Asimismo, este resultado discrepa con Gaona (2019) pues afirma en su investigación que algunas veces el cliente solicita un descuento al servicio de hospedaje durante varios días, por lo que el propietario accede a bajar el precio. Según Martínez (2018) algunas veces cuando el cliente realiza compras en gran cantidad, le brinda el poder de obtener descuentos, precios más bajos u otras condiciones a su

favor. Con esto se entiende que, el cliente algunas veces debe acoplarse y pagar el precio de los servicios, pero en otras ocasiones es posible tener un beneficio a su favor.

Por último, Arévalo (2018) el poder de negociación de los consumidores también cambia cuando hay muchos competidores en el mercado, por lo que el cliente puede decidir comprar al que mayores beneficios le ofrezca. Según Martínez (2018) las empresas deben tener en cuenta que actualmente el consumidor está bien informado acerca del producto y debe encontrar estrategias para contrarrestar cualquier situación desfavorable. Es importante recalcar que ganar la lealtad del cliente con la empresa ayuda a disminuir el impacto negativo de esta fuerza.

En la tabla 10 y figura 10 denominada “Fuerzas competitivas – Propietarios” el 100% indica que no existe una alta competitividad en el rubro, no recibe un trato especial por parte de su proveedor, afirma que la materia prima de su servicio son bienes comunes de fácil adquisición y el 67% que si existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa.

Según Isidro (2019), en el rubro existe mucha competencia y dado que la competitividad se rige a lo exigido por los clientes, la misión de estas empresas es satisfacer las expectativas de estos. Según Martínez (2018), existe rivalidad en cuanto a los precios, la innovación, calidad de los productos y/o servicios, etc., Por lo tanto, se entiende que es necesario aplicar estrategias que diferencien a un competidor de otro para lograr la preferencia del cliente.

Según Gaona (2019), los productos que pueden sustituir el servicio de los hospedajes son las casas que los propietarios alquilan a un precio cómodo y que incluyen los servicios básicos. Según Martínez (2018) los productos sustitutivos

proceden de otra clase de actividades, pero cumplen la misma función que los productos de una determinada empresa y poseen características atractivas que los hacen una alternativa de compra para los consumidores. Con esto se entiende que los clientes accederán a adquirir estos servicios en caso de que el precio sea accesible y le brinde todos los servicios que necesita para satisfacer esa necesidad de alojamiento.

Este resultado concuerda con Bances (2018) que concluye en su investigación que los hospedajes no son tratados como clientes importantes al tener un volumen de compra reducido por lo que deciden enfocarse en los clientes cuya demanda es mayor. Además, Martínez (2018) indica que los proveedores serán una fuerza competitiva según las condiciones que existan en una industria y la importancia que tiene el producto que ofrezcan para la empresa compradora. Por lo tanto, se entiende que el proveedor busca proteger esa relación comercial, sin embargo, descuida a las pequeñas empresas consumidoras.

Por otro lado, Gaona (2018) afirma que la materia prima de este tipo de empresas son artículos como camas, sábanas, artículos de iluminación, televisores, entre otros, y tienen múltiples proveedores en el mercado. Martínez (2018) sostiene que el poder de negociación es más bajo cuando los bienes que ofrece sean comunes y de fácil adquisición en el mercado debido a la existencia de muchos proveedores disponibles. Entonces, los dueños de los hospedajes optan por distribuir sus compras entre varios proveedores que les ofrezcan precios más bajos en sus compras al por mayor.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

En la mayoría de los hospedajes de la Urbanización El Bosque, se pudo describir la aplicación de los principios de la gestión de calidad como el enfoque al cliente pues las empresas se preocupan por conocer las necesidades de los clientes y por saber si estos se encuentran satisfechos, a pesar de ello, la empresa no ha mejorado su servicio. Además, los propietarios indican que se toman decisiones en base al monitoreo de tareas, pero los trabajadores no demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo, por otro lado, la empresa no cuenta con una cartera de proveedores y estos no cumplen con los requerimientos acordados. Sin embargo, todos los trabajadores consideran que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo y casi todos indican que cada actividad tiene un proceso establecido por escrito.

De la misma forma, se pudo detallar los beneficios que ofrece la gestión de calidad debido a que la mayoría de clientes indicó que el servicio que ofrece la empresa es eficiente, de calidad y afirmaron sentirse satisfechos con el servicio que brinda la empresa, los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa, pero no tienen conocimiento acerca de las normas ISO. Además, todos los trabajadores consideran que en la empresa recibe un buen trato, se le remunera su salario de manera puntual y también se analiza el desempeño de la empresa.

Por otro lado, con respecto a las estrategias competitivas aplicadas en las empresas, se pudo conocer que los clientes indican que la empresa ofrece precios bajos, pero no cuentan con servicios únicos, a pesar de ello, la mayoría sí estaría

dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo, además, la empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo.

Asimismo, se pudo determinar las fuerzas competitivas de las MYPE, pues la mayoría de ellas tiene precios competitivos, en el último año no han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje, no se ofrecen descuentos y ofertas, a pesar de ello, los clientes no acuden a otra empresa si el precio no le satisface. También, se determinó que no existe una alta competitividad en el rubro y respecto a los proveedores, que estos no le brindan a las Mype un trato especial, y la materia prima de su servicio son bienes comunes de fácil adquisición; además, si existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa.

Finalmente, respecto a la Gestión de calidad y Competitividad en las MYPE rubro hospedajes de la Urbanización El Bosque (Castilla – Piura) año 2020 se identificó que estas presentan algunos principios de la gestión de calidad que le permiten brindar un buen servicio, mantener satisfechos a los clientes y de los cuales obtienen ciertos beneficios a favor; con respecto a la competitividad, pocas veces utilizan estrategias que les permiten ser competitivas y sacar ventaja de las fuerzas competitivas para mantener su posición en el mercado; además, las fuerzas competitivas no demuestran un gran impacto en su funcionamiento.

6.2 Recomendaciones

- Establecer estrategias de motivación de los colaboradores como el reconocimiento de su buen desempeño, con lo cual el trabajador mejorará la eficacia en sus tareas. Por otro lado, se recomienda también la búsqueda de proveedores idóneos con el fin de garantizar un continuo abastecimiento de la materia prima necesaria para brindar el servicio, además brindar más opciones ya que un solo proveedor puede ser contraproducente. Asimismo, es importante corroborar el cumplimiento de los requisitos acordados con el proveedor, lo cual se hace a través del control de calidad de la materia prima adquirida, los plazos de entrega acordados y los precios que se negociaron al momento de solicitar la compra.
- Respecto al conocimiento sobre las normas ISO, se recomienda la capacitación y el acceso a programas de formación tanto para el propietario como para los colaboradores para poder conocer los aspectos relevantes de un sistema de gestión de calidad y los beneficios que ofrece.
- Realizar un monitoreo del servicio con la finalidad de aplicar la mejora continua en las actividades para lograr la satisfacción de los clientes a través de un servicio que se diferencie por su calidad, limpieza y buena atención al cliente, teniendo en cuenta no incrementar los costos para así seguir brindando precios bajos.
- Ofrecer descuentos y ofertas a los clientes con la finalidad de incrementar las ventas y mejorar el conocimiento de la empresa en el mercado, poniendo énfasis en la publicidad y marketing digital para lograr llegar a más personas aprovechando la tendencia del uso de las TIC's.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amanque, H. (24 de septiembre de 2021). *¿Cuál es la situación del sector turismo en el país el año 2021?* <https://arequipamistipress.com/2021/09/24/cual-es-la-situacion-del-sector-turismo-en-el-pais-el-ano-2021/>
- Arévalo, F. (2018). *La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, del casco urbano de Pucallpa, Distrito De Callería, Provincia de Coronel Portillo, Departamento de Ucayali, Periodo 2017*. [Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración]. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/12070>
- Argudo, C. (12 de septiembre de 2017). *¿Qué es la competitividad empresarial?* <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-competitividad-empresarial.html>
- Arnoletto, E. (s.f.). *Método de las 5 M*. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/299/37.htm>
- Bances, E. (2018). *Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018*. [Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración]. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3928>
- Bracamonte, M. (2019). *Establecimiento del perfil competitivo de los hoteles de Acapulco con base en la dinámica de las economías de aglomeración*. [Tesis para obtener el grado de maestro en competitividad y sustentabilidad].

Universidad Autónoma de Guerrero, Acapulco de Juárez.
<http://ri.uagro.mx/bitstream/handle/uagro/1645/T2019MelissaABJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Broncano, C. (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca, año 2019*. [Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración]. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15564>

Cabanillas, S. (2019). *Gestión de calidad en la competitividad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio; rubro hoteles; Urbanización Buenos Aires, Nuevo Chimbote, año 2017. en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote*. [Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración]. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/discover?filtertype_0=subject&filtertype_1=author&filtertype_2=subject&filter_relational_operator_1>equals&filtertype_3=subject&filter_relational_operator_0>equals&filtertype_4=subject&filter_2=Negocios+y+Management

Carriel, R., Barros, C., & Fernandez, F. (2018). *Sistema de gestión y control de la calidad: Norma ISO 9001:2015*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732908>

Centurión, R. (2015). *Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de*

la provincia del Santa (2013). In crescendo institucional.:
<https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/viewFile/829/489>

Comex Perú. (25 de junio de 2021). *A 2020, el 39% de los emprendedores MYPE en el Perú contaban con al menos un producto financiero formal.*
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/a-2020-el-39-de-los-emprendedores-mype-en-el-peru-contaban-con-al-menos-un-producto-financiero-formal>

Comité Institucional de Ética en Investigación. (16 de agosto de 2019). *Código de ética para la investigación.*
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

Diario El Peruano . (2020). *Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19.*
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-declara-estado-de-emergencia-nacional-po-decreto-supremo-n-044-2020-pcm-1864948-2/>

El Peruano. (27 de octubre de 2021). *Perú vive un momento decisivo para el diálogo.*
<https://elperuano.pe/noticia/132041-peru-vive-un-momento-decisivo-para-el-dialogo>

ESAN. (29 de enero de 2018). *Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad.* <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>

- Escuela Europea de Excelencia. (11 de diciembre de 2017). *Los 7 principios de la Gestión de la Calidad*.
<https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2017/12/los-7-principios-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación. Manual Autoformativo Interactivo*. Huancayo: Universidad Continental.
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf
- Galvez, P. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y marketing en las MYPE del sector servicio rubro de hospedajes, en el distrito de Tumbes, 2019*. [Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración]. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tumbes.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13801>
- Gaona, M. (2019). *Caracterización de la competitividad y servicio al cliente de las mype rubro hospedajes, Urb. Ignacio Merino I etapa Piura, año 2017*. [Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas]. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/20965>
- Granda, Y. (2018). *Caracterización de la competitividad y la Capacitación de las mype del sector Hotelero categoría dos estrellas en el Distrito de Pariñas, provincia de Talara, Año 2018*. [Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas]. Universidad Católica Los

Ángeles de Chimbote, Sullana.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4516>

Hernandez, Fernández, & Baptista. (2016). *Metodología de la investigación 3ra ed.* México: Mc-Graw-Hill.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* Ciudad de México: McGrawHill Educación.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Hernández, S. R., & Mendoza, T. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* Ciudad de México: McGraw Hill Education.

INEI. (14 de mayo de 2021). *Pobreza monetaria alcanzó al 30,1% de la población del país durante el año 2020.* <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/pobreza-monetaria-alcanzo-al-301-de-la-poblacion-del-pais-durante-el-ano-2020-12875/>

Isidro, J. (2019). *Caracterización del marketing y la gestión de calidad de las MYPES del sector servicios – rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2019.* [Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas] Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tumbes.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11437>

ISOtools. (24 de abril de 2017). *¿Qué es la gestión de calidad total?*
<https://www.isotools.org/2017/04/24/la-gestion-calidad-total/>

- La agencia de viajes Perú. (22 de enero de 2021). *Hotelería de Latinoamérica: estado actual país por país*. <https://peru.ladevi.info/hoteleria/hoteleria-latinoamerica-estado-actual-pais-pais-n28266>
- Lopez, A. (2021). *Calidad turística: Sistema de Gestión de Calidad para la satisfacción del cliente en los Hoteles del Cantón Salinas*. [Trabajo de Titulación]. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad. <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/5660>
- López, J. (22 de mayo de 2019). *Muestra estadística*. <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- Manobanda, E., & Silva, M. (2018). *La calidad como factor determinante de la competitividad en las empresas de servicio en el sector hotelero de la provincia de Tungurahua*. [Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingenieras de Empresas]. Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias Administrativas, Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28595>
- Martínez, P. (2018). *Fuerzas competitivas básicas*. https://www.westfield.education/wp-content/uploads/2020/03/T-DGL_18_00135_01.pdf
- MINAM. (2017). *¿Por qué nuestra biodiversidad es importante para el desarrollo sostenible de nuestro país?* <https://www.minam.gob.pe/diadiversidad/celebraciones-de-anos-anteriores/dia-nacional-de-la-diversidad-biologica-2015/por-que-nuestra-biodiversidad-es-importante-para-el-desarrollo-sostenible-de-nuestro-pais/>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Normatividad*.
<https://www.mincetur.gob.pe/funciones-y-normatividad-2/normatividad/>
- Ñaupas, H., Romero, H., Palacios, J., & Valdivia, M. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa – Cualitativa y redacción de la tesis. 5ª Edición*. Bogotá: Ediciones de la U. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>
- Ortiz, K. (2019). *Análisis de la gestión de calidad turística en los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Ibarra*. [Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de ingeniera en turismo]. Universidad Técnica del Norte, Ibarra.
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10426/2/02%20TUR%20156%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Pérez, H. (2018). *Ensayo acerca de los desafíos de la innovación constante*. <https://emi.edu.bo/jdownloads/Informaci%C3%B3n/Ensayos/Acerca%20de%20los%20desaf%C3%ADos%20de%20la%20innovaci%C3%B3n.pdf>
- Portal Turismo. (23 de diciembre de 2021). *Industria hotelera registra cifras récords en la región de Piura*. <https://portaldeturismo.pe/noticia/industria-hotelera-registra-cifras-records-en-la-region-de-piura%EF%BB%BF/>
- Salas, D. (23 de junio de 2020). *La encuesta y el cuestionario*. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>

Solé, J. (24 de mayo de 2021). *Michael Porter y la estrategia competitiva: cómo no caer en el agujero*. <https://www.jordisoletuya.com/michael-porter-y-la-estrategia-competitiva-como-no-caer-en-el-agujero/>

SUNEDU. (20 de agosto de 2019). *Sobre la obtención de grados académicos*. Sunedu: <https://www.sunedu.gob.pe/sobre-obtencion-de-grados-academicos/>

Vera, N. (20 de Febrero de 2021). *Aperturas y conversiones: la industria de hoteles se resiste a sucumbir ante los estragos de la pandemia*. <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/aperturas-y-conversiones-la-industria-de-hoteles-se-resiste-sucumbir-ante-los>

Zapata, F. (9 de octubre de 2020). *Diferencias entre población y muestra (con ejemplos simples)*. <https://www.lifeder.com/poblacion-muestra/>

ANEXOS

Anexo 01: Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DIRIGIDO A PROPIETARIOS

P - 0001



Saludos cordiales, lo invito a participar en esta encuesta virtual realizada por un estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, perteneciente a la escuela profesional de administración. Sus respuestas ayudarán a la recolección de datos para la investigación denominada: "Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022", la cual tiene como objetivo general: Identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype ya mencionadas. Los datos que se recolectarán serán anónimos y para acceder a los resultados de estos puede realizar la consulta al correo electrónico: luismiguel474@hotmail.com. La información recopilada es de carácter confidencial y académico. Sírvase marcar con un aspa la respuesta que usted considere. Gracias por participar.

I. Gestión de Calidad

- 1. ¿Los trabajadores demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo?**
a) Si b) No

- 2. ¿Se toman decisiones en base al monitoreo de tareas?**
a) Si b) No

- 3. ¿La empresa cuenta con una cartera de proveedores?**
a) Si b) No

- 4. ¿Los proveedores cumplen con los requerimientos acordados?**
a) Si b) No

5. **¿Los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa?**
a) Si b) No
6. **¿Tiene conocimiento acerca de las normas ISO?**
a) Si b) No

II. Competitividad

7. **¿La empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo?**
a) Si b) No
8. **¿Existe una alta competitividad en el rubro?**
a) Si b) No
9. **¿Existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa?**
a) Si b) No
10. **¿Recibe un trato especial por parte de su proveedor?**
a) Si b) No
11. **La materia prima de su servicio, ¿son bienes comunes de fácil adquisición?**
a) Si b) No

Enlace de la encuesta online: <https://forms.gle/sEGyjJnM4BVCort56>

CUESTIONARIO DIRIGIDO A TRABAJADORES**T - 0001**

Saludos cordiales, lo invito a participar en esta encuesta virtual realizada por un estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, perteneciente a la escuela profesional de administración. Sus respuestas ayudarán a la recolección de datos para la investigación denominada: "Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022", la cual tiene como objetivo general: Identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype ya mencionadas. Los datos que se recolectarán serán anónimos y para acceder a los resultados de estos puede realizar la consulta al correo electrónico: luismiguel474@hotmail.com. La información recopilada es de carácter confidencial y académico. Sírvase marcar con un aspa la respuesta que usted considere. Gracias por participar.

I. Gestión de Calidad

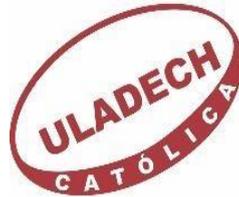
- 1. ¿Considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo?**
a) Si b) No

- 2. ¿Cada actividad tiene un proceso establecido por escrito?**
a) Si b) No

- 3. ¿Considera que en la empresa recibe un buen trato?**
a) Si b) No

- 4. ¿Se le remunera su salario de manera puntual?**
a) Si b) No

- 5. ¿Se analiza el desempeño de la empresa?**
a) Si b) No

CUESTIONARIO DIRIGIDO A CLIENTES**C - 0001**

Saludos cordiales, lo invito a participar en esta encuesta virtual realizada por un estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, perteneciente a la escuela profesional de administración. Sus respuestas ayudarán a la recolección de datos para la investigación denominada: "Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022", la cual tiene como objetivo general: Identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype ya mencionadas. Los datos que se recolectarán serán anónimos y para acceder a los resultados de estos puede realizar la consulta al correo electrónico: luismiguel474@hotmail.com. La información recopilada es de carácter confidencial y académico. Sírvase marcar con un aspa la respuesta que usted considere. Gracias por participar.

I. Gestión de Calidad

- 1. ¿La empresa se preocupa por conocer sus necesidades?**
a) Si b) No

- 2. ¿La empresa se preocupa por saber si usted se encuentra satisfecho?**
a) Si b) No

- 3. ¿La empresa ha mejorado su servicio?**
a) Si b) No

- 4. ¿El servicio que ofrece la empresa es eficiente?**
a) Si b) No

- 5. ¿Se siente satisfecho con el servicio que brinda la empresa?**
a) Si b) No

- 6. ¿Considera que el servicio que ofrece la empresa es de calidad?**
a) Si b) No

II. Competitividad

- 7. ¿La empresa le ofrece precios bajos?**
a) Si b) No
- 8. ¿La empresa cuenta con servicios únicos?**
a) Si b) No
- 9. ¿Considera que la empresa tiene precios competitivos?**
a) Si b) No
- 10. ¿Han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año?**
a) Si b) No
- 11. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo?**
a) Si b) No
- 12. ¿La empresa ofrece descuentos u ofertas?**
a) Si b) No
- 13. ¿Acude a otra empresa si el precio no le satisface?**
a) Si b) No

Anexo 02: Matriz indicador pregunta

MATRIZ DE PREGUNTAS					
Variables	Dimensión	Indicadores	Definición conceptual	Pregunta	Fuente
Gestión de calidad	Principios	Enfoque en el cliente	Alinear todos los procesos y actividades con las necesidades de los clientes, es decir, hacer el esfuerzo por conocer y entender las necesidades que tiene ahora y que podría tener en el futuro, para exceder sus expectativas y crear una relación de fidelidad.	¿La empresa se preocupa por conocer sus necesidades?	Cliente
		Liderazgo	Influir en otras personas para lograr involucrarlas para juntos lograr los objetivos empresariales.	¿Considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo?	Trabajador
		Compromiso de las personas	Los trabajadores y su compromiso son esenciales para que, con el uso de sus destrezas, se puedan lograr los objetivos.	¿Los trabajadores demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo?	Propietario
		Enfoque de procesos	Es necesario que se establezca un proceso para cada situación, de modo que se pueda hacer un fácil seguimiento, control y reproducción de estos.	¿Cada actividad tiene un proceso establecido por escrito?	Trabajador
		Toma de decisiones basadas en evidencias	Esto se logra con el monitoreo y medición constante de los procesos y de la eficacia para encontrar errores y aplicar la mejora continua.	¿Se toman decisiones en base al monitoreo de tareas?	Propietario
		La mejora continua	Aquellas cosas que se pueden medir y monitorear, se pueden mejorar, ya que esta se concentra en la retroalimentación del desempeño total de la empresa.	¿La empresa se preocupa por saber si usted se encuentra satisfecho?	Cliente
				¿La empresa ha mejorado su servicio?	Cliente
		Gestión de relaciones	Es importante generar una relación sólida transparente y de confianza con los proveedores para mejorar la cooperación mutua.	¿La empresa cuenta con una cartera de proveedores?	Propietario
¿Los proveedores cumplen con los requerimientos acordados?	Propietario				

	Beneficios	Generar mayor eficiencia	Estableciendo pasos a seguir por cada trabajador para realizar las actividades de una manera más sencilla, con menor gasto de tiempo y recursos.	¿El servicio que ofrece la empresa es eficiente?	Cliente
				¿Los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa?	Propietario
		Estimula la moral de los empleados	Es necesario lograr que los trabajadores se encuentren motivados y satisfechos, así, demostrarán un adecuado desempeño en sus actividades.	¿Considera que en la empresa recibe un buen trato?	Trabajador
				¿Se le remunera su salario de manera puntual?	Trabajador
		Ofrece reconocimiento internacional	Las empresas que poseen la certificación ISO, brindan a sus clientes la confianza de que sus productos son de calidad y la credibilidad necesaria para la comercialización en el extranjero.	¿Tiene conocimiento acerca de las normas ISO?	Propietario
		Mejora la gestión de procesos	A través del análisis se puede realizar una mejor toma de decisiones y la eliminación de los riesgos que conlleven pérdidas económicas.	¿Se analiza el desempeño de la empresa?	Trabajador
		Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente	Este beneficio va ligado a la mejora continua, pues las empresas lograrán definir cómo debe ser un producto de calidad para que logre la plena satisfacción de los clientes.	¿Se siente satisfecho con el servicio que brinda la empresa?	Cliente
				¿Considera que el servicio que ofrece la empresa es de calidad?	Cliente

MATRIZ DE PREGUNTAS					
Variables	Dimensión	Indicadores	Definición conceptual	Pregunta	Fuente
Competitividad	Estrategias competitivas	Liderazgo de costos	Consiste en fabricar un producto a un bajo costo para venderlo a bajo precio, con lo que será más atractivo para el cliente.	¿La empresa le ofrece precios bajos?	Cliente
		Diferenciación	Consiste en la creación de productos y/o servicios con características difíciles de imitar.	¿La empresa cuenta con servicios únicos?	Cliente
				¿Estaría dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo?	Cliente
	Segmentar el mercado	Tomar el liderazgo de un mercado más pequeño y específico, comprendiendo sus necesidades.	¿La empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo?	Propietario	
	Fuerzas competitivas	Rivalidad entre los competidores establecidos	Consiste en lograr la preferencia de los clientes por encima de la competencia, ya sea por el precio, innovación, calidad del producto, etc.	¿Considera que la empresa tiene precios competitivos?	Cliente
				¿Existe una alta competitividad en el rubro?	Propietario
		Posibilidad de entrada de nuevos competidores	Las nuevas empresas competidoras que ingresan en un mercado, traen consigo el deseo de obtener una posición en el mercado.	¿Han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año?	Cliente
		Amenaza de productos sustitutos	Muchos productos en el mercado proceden de otra clase de actividades, pero poseen características atractivas que los hacen una alternativa de compra para los consumidores.	¿Existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa?	Propietario
		Poder de negociación de los compradores	Es la facultad que estos tienen para entablar acuerdos para comprar productos y servicios en una empresa siempre buscando defender sus propios intereses económicos.	¿La empresa ofrece descuentos u ofertas?	Cliente
				¿Acude a otra empresa si el precio no le satisface?	Cliente
	Poder de negociación de los proveedores	Los proveedores serán una fuerza competitiva según las condiciones que existan en dicha industria y la importancia que tiene el producto que ofrezcan para la empresa compradora.	¿Recibe un trato especial por parte de su proveedor?	Propietario	
			La materia prima de su servicio, ¿son bienes comunes de fácil adquisición?	Propietario	

Anexo 03: Validación del instrumento de recolección datos**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo Raquel Silva Juárez, identificado con DNI 02846914

MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por:

Luis Miguel Samuel Torres Córdor, a los efectos de su aplicación a los elementos de estudio de la población seleccionada para el trabajo de investigación “**Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022**” que se encuentra realizando.

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

Piura, 22 de enero del 2022.



Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

Ítem relacionado con gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿La empresa se preocupa por conocer sus necesidades?	X			X		X		X
2. ¿Considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo?	X			X		X		X
3. ¿Los trabajadores demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo?	X			X		X		X
4. ¿Cada actividad tiene un proceso establecido por escrito?	X			X		X		X
5. ¿Se toman decisiones en base al monitoreo de tareas?	X			X		X		X
6. ¿La empresa se preocupa por saber si usted se encuentra satisfecho?	X			X		X		X
7. ¿La empresa ha mejorado su servicio?	X			X		X		X
8. ¿La empresa cuenta con una cartera de proveedores?	X			X		X		X
9. ¿Los proveedores cumplen con los requerimientos acordados?	X			X		X		X
10. ¿El servicio que ofrece la empresa es eficiente?	X			X		X		X
11. ¿Los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa?	X			X		X		X
12. ¿Considera que en la empresa recibe un buen trato?	X			X		X		X
13. ¿Se le remunera su salario de manera puntual?	X			X		X		X
14. ¿Tiene conocimiento acerca de las normas ISO?	X			X		X		X
15. ¿Se analiza el desempeño de la empresa?	X			X		X		X
16. ¿Se siente satisfecho con el servicio que brinda la empresa?	X			X		X		X
17. ¿Considera que el servicio que ofrece la empresa es de calidad?	X			X		X		X


 Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

Ítems relacionado con competitividad	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿La empresa le ofrece precios bajos?	X			X		X		X
2. ¿La empresa cuenta con servicios únicos?	X			X		X		X
3. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo?	X			X		X		X
4. ¿La empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo?	X			X		X		X
5. ¿Considera que la empresa tiene precios competitivos?	X			X		X		X
6. ¿Existe una alta competitividad en el rubro?	X			X		X		X
7. ¿Han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año?	X			X		X		X
8. ¿Existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa?	X			X		X		X
9. ¿La empresa ofrece descuentos u ofertas?	X			X		X		X
10. ¿Acude a otra empresa si el precio no le satisface?	X			X		X		X
11. ¿Recibe un trato especial por parte de su proveedor?	X			X		X		X
12. La materia prima de su servicio, ¿son bienes comunes de fácil adquisición?	X			X		X		X



 Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo IVAN ARTURO GUZMAN CASTRO, identificado con DNI 07727308

MAGISTER EN DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por:

Luis Miguel Samuel Torres Córdor, a los efectos de su aplicación a los elementos de estudio de la población seleccionada para el trabajo de investigación “**Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022**” que se encuentra realizando.

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

Piura, 22 de enero del 2022.


Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

Ítem relacionado con gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿La empresa se preocupa por conocer sus necesidades?	X			X		X		X
2. ¿Considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo?	X			X		X		X
3. ¿Los trabajadores demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo?	X			X		X		X
4. ¿Cada actividad tiene un proceso establecido por escrito?	X			X		X		X
5. ¿Se toman decisiones en base al monitoreo de tareas?	X			X		X		X
6. ¿La empresa se preocupa por saber si usted se encuentra satisfecho?	X			X		X		X
7. ¿La empresa ha mejorado su servicio?	X			X		X		X
8. ¿La empresa cuenta con una cartera de proveedores?	X			X		X		X
9. ¿Los proveedores cumplen con los requerimientos acordados?	X			X		X		X
10. ¿El servicio que ofrece la empresa es eficiente?	X			X		X		X
11. ¿Los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa?	X			X		X		X
12. ¿Considera que en la empresa recibe un buen trato?	X			X		X		X
13. ¿Se le remunera su salario de manera puntual?	X			X		X		X
14. ¿Tiene conocimiento acerca de las normas ISO?	X			X		X		X
15. ¿Se analiza el desempeño de la empresa?	X			X		X		X
16. ¿Se siente satisfecho con el servicio que brinda la empresa?	X			X		X		X
17. ¿Considera que el servicio que ofrece la empresa es de calidad?	X			X		X		X


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

Ítems relacionado con competitividad	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿La empresa le ofrece precios bajos?	✓			✓		✓		✓
2. ¿La empresa cuenta con servicios únicos?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo?	✓			✓		✓		✓
4. ¿La empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo?	✓			✓		✓		✓
5. ¿Considera que la empresa tiene precios competitivos?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Existe una alta competitividad en el rubro?	✓			✓		✓		✓
7. ¿Han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año?	✓			✓		✓		✓
8. ¿Existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa?	✓			✓		✓		✓
9. ¿La empresa ofrece descuentos u ofertas?	✓			✓		✓		✓
10. ¿Acude a otra empresa si el precio no le satisface?	✓			✓		✓		✓
11. ¿Recibe un trato especial por parte de su proveedor?	✓			✓		✓		✓
12. La materia prima de su servicio, ¿son bienes comunes de fácil adquisición?	✓			✓		✓		✓


 Wg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Héctor Orlando Arica Clavijo, identificado con DNI 02786302

MAGISTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por:

Luis Miguel Samuel Torres Córdor, a los efectos de su aplicación a los elementos de estudio de la población seleccionada para el trabajo de investigación “**Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022**” que se encuentra realizando.

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

Piura, 22 de enero del 2022.

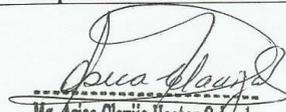


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

Ítem relacionado con gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿La empresa se preocupa por conocer sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
2. ¿Considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Los trabajadores demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo?	✓			✓		✓		✓
4. ¿Cada actividad tiene un proceso establecido por escrito?	✓			✓		✓		✓
5. ¿Se toman decisiones en base al monitoreo de tareas?	✓			✓		✓		✓
6. ¿La empresa se preocupa por saber si usted se encuentra satisfecho?	✓			✓		✓		✓
7. ¿La empresa ha mejorado su servicio?	✓			✓		✓		✓
8. ¿La empresa cuenta con una cartera de proveedores?	✓			✓		✓		✓
9. ¿Los proveedores cumplen con los requerimientos acordados?	✓			✓		✓		✓
10. ¿El servicio que ofrece la empresa es eficiente?	✓			✓		✓		✓
11. ¿Los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa?	✓			✓		✓		✓
12. ¿Considera que en la empresa recibe un buen trato?	✓			✓		✓		✓
13. ¿Se le remunera su salario de manera puntual?	✓			✓		✓		✓
14. ¿Tiene conocimiento acerca de las normas ISO?	✓			✓		✓		✓
15. ¿Se analiza el desempeño de la empresa?	✓			✓		✓		✓
16. ¿Se siente satisfecho con el servicio que brinda la empresa?	✓			✓		✓		✓
17. ¿Considera que el servicio que ofrece la empresa es de calidad?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Arica Clavijo Hector Ojeda
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionado con competitividad	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿La empresa le ofrece precios bajos?	✓			✓		✓		✓
2. ¿La empresa cuenta con servicios únicos?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio extra por un servicio exclusivo?	✓			✓		✓		✓
4. ¿La empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo?	✓			✓		✓		✓
5. ¿Considera que la empresa tiene precios competitivos?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Existe una alta competitividad en el rubro?	✓			✓		✓		✓
7. ¿Han abierto nuevas Mype del rubro hospedaje en el último año?	✓			✓		✓		✓
8. ¿Existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa?	✓			✓		✓		✓
9. ¿La empresa ofrece descuentos u ofertas?	✓			✓		✓		✓
10. ¿Acude a otra empresa si el precio no le satisface?	✓			✓		✓		✓
11. ¿Recibe un trato especial por parte de su proveedor?	✓			✓		✓		✓
12. La materia prima de su servicio, ¿son bienes comunes de fácil adquisición?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Azica Clavijo Hector Ofelando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Anexo 04: Protocolo de consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022** y es dirigido por **Luis Miguel Samuel Torres Condor**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo luismiguel474@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Edurn Miguel Costa Bayona

Fecha: 24 de enero de 2022

Correo electrónico: coj209@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): HL



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022** y es dirigido por **Luis Miguel Samuel Torres Condor**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo **luismiguel474@hotmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Jose Luis Potos Potos

Fecha: 26/02/1988

Correo electrónico: carlos.potinho.95@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. El Bosque, Castilla – Piura, año 2022** y es dirigido por **Luis Miguel Samuel Torres Córdor**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. El Bosque, Castilla – Piura, año 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará **20 minutos** de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de **su correo electrónico**. Si desea, también podrá escribir al correo **luismiguel474@hotmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Lorenzo Carhuamaca Chugucaya

Fecha: 24 de Enero del 2022

Correo electrónico: lof1224@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma manuscrita]

Anexo 05: Evidencia de reporte del Turnitin

Visualizador de documentos

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 07-ene.-2022 22:57 -05
 Identificador: 1738742900
 Número de palabras: 7275
 Entregado: 1

Índice de similitud 0%	Similitud según fuente Internet Sources: 0% Publicaciones: 0% Trabajos del estudiante: 0%
--	---

Turnitin 1 Por LUIS MIGUEL SAMUEL TORRES CONDOR

[incluir citas](#) [incluir bibliografía](#) [excluyendo las coincidencias < 4%](#) modo: ver informe en vista quickview (vista clásica) Change mode [imprimir](#) [descargar](#)

1. INTRODUCCIÓN La presente investigación denominada "Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022" se ha elaborado en base a la línea de investigación: "Gestión de calidad en los procesos administrativos de las micro y pequeñas empresas" propuesta por la Escuela Profesional de Administración con la finalidad de descubrir la problemática existente en relación a las variables en estudio, que, en este caso, son la gestión de calidad y competitividad. En Perú, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol bastante importante debido a su labor emprendedora que favorece la economía del país, sin embargo, un escenario similar se aprecia en todo el mundo. Al año 2020, las Mype fueron el 95% de unidades económicas que constituyeron la estructura empresarial y dieron empleo al 26.6% de la Población Económicamente Activa. Sin embargo, en ese mismo año, tras la aparición de la enfermedad del COVID – 19, se emplearon medidas para evitar la propagación del virus, lo cual restringió el desenvolvimiento de las empresas y como consecuencia, el número de Mypes se redujo en un 48.8% con respecto al año 2019. (Comex Perú, 2021) Asimismo, todos los sectores empresariales se vieron afectados de alguna forma, pero en el caso del turismo, tuvo su peor año de la historia, ya que se registraron 1 000 millones de llegadas internacionales menos a comparación del año 2019, que equivale a un 74%, según la Organización Mundial del Turismo, y en el sector hotelero, ocurrió algo similar ya que a nivel mundial, se vendieron cerca de 2.000 millones de noches menos a comparación del año anterior, lo cual, en América Latina fue una pérdida del 37,6%. (Vera, 2021) La Sociedad de Hoteles del Perú, indicó que la industria hotelera del país en el año 2020 ha registrado la pérdida de cerca de 270 mil empleos. La Sociedad manifestó la poca preocupación por parte del Gobierno, ya que las empresas de este sector han sufrido importantes pérdidas económicas. (La agencia de viajes Perú, 2021) Sin embargo, en el mes de diciembre del año 2021, la región Piura cuenta con una gran demanda de reservaciones en casi el 90% de hospedajes gracias a las festividades de fin de año, por lo que las autoridades recalcan la importancia de cumplir con todos los protocolos de bioseguridad para que la industria no se vea afectada. (Portal Turismo, 2021) El problema encontrado en esta investigación es: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022? Además, el objetivo general de la investigación será: Identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022. Los objetivos específicos son: (a) Describir los principios de la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022 (b) Detallar los beneficios que ofrece la gestión de calidad en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque, Castilla – Piura, año 2022 (c) Conocer las estrategias competitivas en las Mype rubro en las Mype rubro hospedajes de Urb. el Bosque. Castilla – Piura. año 2022 v (d) Determinar las fuerzas competitivas en las Mvpe rubro hospedaies de Urb. el Bosque. Castilla – Piura. año 2022 La



ENCUESTA A CLIENTES																
LIBRO DE CÓDIGO: VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD																
CLIENTE ENCUESTADO													Frecuencia		Porcentaje	
56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	Parcial	Total	Parcial	Total
1	1	1	1			1	1		1	1	1	1	48	68	71%	100%
				2	2			2					20		29%	
1	1	1					1		1	1	1	1	46	68	68%	100%
			2	2	2	2		2					22		32%	
1	1	1	1				1		1	1	1	1	32	68	47%	100%
				2	2	2		2					36		53%	
1	1	1					1		1	1	1	1	62	68	91%	100%
			2	2	2	2		2					6		9%	
1	1	1	1				1	1	1	1	1	1	48	68	71%	100%
				2	2	2							20		29%	
1	1	1					1		1	1	1	1	62	68	91%	100%
			2	2	2	2		2					6		9%	
LIBRO DE CÓDIGO: VARIABLE COMPETITIVIDAD																
CLIENTE ENCUESTADO													Frecuencia		Porcentaje	
56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	Parcial	Total	Parcial	Total
	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	40	68	59%	100%
2				2									28		41%	
													0	68	0%	100%
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	68		100%	
1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	65	68	96%	100%
							2	2					3		4%	

1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	44	68	65%	100%
							2	2					24		35%	
													0	68	0%	100%
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	68		100%	
													15	68	22%	100%
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	53		78%	
1	1	1	1	1	1	1				1		1	33	68	49%	100%
							2	2	2		2		35		51%	

ENCUESTA A PROPIETARIOS											
LIBRO DE CÓDIGO: VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD											
Dimensión	Indicadores	Pregunta	Categoría	Código	PROPIETARIO ENCUESTADO			Frecuencia		Porcentaje	
					1	2	3	Parcial	Total	Parcial	Total
Principios	Compromiso de las personas	¿Los trabajadores demuestran compromiso y eficiencia en su trabajo?	SI	1		1		1	3	33%	100%
			NO	2	2		2	67%			
	Toma de decisiones basadas en evidencias	¿Se toman decisiones en base al monitoreo de tareas?	SI	1	1	1	1	3	3	100%	100%
			NO	2				0		0%	
	Gestión de relaciones	¿La empresa cuenta con una cartera de proveedores?	SI	1	1			1	3	33%	100%
			NO	2		2	2	2		67%	
¿Los proveedores cumplen con los requerimientos acordados?		SI	1	1			1	3	33%	100%	
		NO	2		2	2	2		67%		
Beneficios	Generar mayor eficiencia	¿Los trabajadores utilizan adecuadamente el tiempo y los recursos de la empresa?	SI	1		1	1	2	3	67%	100%
			NO	2	2			1		33%	
	Ofrece reconocimiento internacional	¿Tiene conocimiento acerca de las normas ISO?	SI	1		1		1	3	33%	100%
			NO	2	2		2	2		67%	
LIBRO DE CÓDIGO: VARIABLE COMPETITIVIDAD											
Dimensión	Indicadores	Pregunta	Categoría	Código	PROPIETARIO ENCUESTADO			Frecuencia		Porcentaje	
					1	2	3	Parcial	Total	Parcial	Total
Estrategias competitivas	Segmentar el mercado	¿La empresa se enfoca en un solo tipo de público objetivo?	SI	1	1	1	1	3	3	100%	100%
			NO	2				0		0%	

Fuerzas competitivas	Rivalidad entre los competidores establecidos	¿Existe una alta competitividad en el rubro?	SI	1				0	3	0%	100%
			NO	2	2	2	2	3		100%	
	Amenaza de productos sustitutos	¿Existen servicios que puedan sustituir a los que brinda su empresa?	SI	1		1	1	2	3	67%	100%
			NO	2	2			1		33%	
	Poder de negociación de los proveedores	¿Recibe un trato especial por parte de su proveedor?	SI	1				0	3	0%	100%
			NO	2	2	2	2	3		100%	
		La materia prima de su servicio, ¿son bienes comunes de fácil adquisición?	SI	1	1	1	1	3	3	100%	100%
			NO	2				0		0%	

ENCUESTA A TRABAJADORES																				
LIBRO DE CÓDIGO: VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD																				
Dimensión	Indicadores	Pregunta	Categoría	Código	TRABAJADOR ENCUESTADO												Frecuencia		Porcentaje	
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Parcial	Total	Parcial	Total
Principios	Liderazgo	¿Considera que el propietario de la empresa tiene capacidad de liderazgo?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	12	100%	100%
			NO	2															0	
	Enfoque de procesos	¿Cada actividad tiene un proceso establecido por escrito?	SI	1		1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	10	12	83%	100%
			NO	2	2			2											2	
Beneficios	Estimula la moral de los empleados	¿Considera que en la empresa recibe un buen trato?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	12	100%	100%	
			NO	2														0		0%
	Enfoque de procesos	¿Se le remunera su salario de manera puntual?	SI	1	1	1			1		1	1	1	1	1	9	12	75%	100%	
			NO	2			2	2		2						3		25%		
		¿Se analiza el desempeño de la empresa?	SI	1	1	1	1	1			1	1			1	1	9	12	75%	100%
			NO	2					2			2	2			3	25%			

Anexo 07: Constancia de no adeudo

RUC: 20319956043 Dirección JR. TUMBES NRO. 247 CENTRO
 COMERCIAL Y FINANCIERA ANCASH - SANTA - CHIMBOTE
 TEL: 043-343444 ANEXO: ANEX

**BOLETA DE VENTA ELECTRONICA
 B022-00083234**

FECHA 07-01-2022 HORA 11:47:43
 CODIGO 0809141039
 NOMBRES TORRES CONDOR LUIS MIGUEL
 SAMUEL
 SEMESTRE 202102
 ESCUELA PIURA - CARRERA PROFESIONAL
 DE ADMINISTRACIÓN - PRES
 CICLO
 FASE

Concepto	Imp.	Dscto.	Sub Total
PENSION TALLER(PRESUPUEST)	675.00	135.00	540.00
MATRICULA TALLER(PRESUPUE)	300.00	60.00	240.00

TOTALES 975.00 195.00 780.00

IMPORTE PAGADO: S/. 780.00

SON: SETECIENTOS OCHENTA CON 00/100 SOLES

Caja:
 Usuario: 46195027
 Usuario Imprime: 45353987
 F. P. PAGOS ONLINE

Autorizado mediante Res. N°018-005-0001934/SUNAT.
 Representación impresa del Comprobante Electrónico. Estimado
 cliente conserve su ticket de compra por regulación de Sunat es
 indispensable presentarlo para Trámites Administrativos y/o
 Académicos. Puede consultar su comprobante electrónico en
<http://erp.uladech.edu.pe/micomprobante.php>

Fecha Re-impresión 31-01-2022 11:47:43

RUC: 20319956043 Dirección JR. TUMBES NRO. 247 CENTRO
 COMERCIAL Y FINANCI. ANCASH - SANTA - CHIMBOTE
 TEL: 043-343444 ANEXO: ANEX

**BOLETA DE VENTA ELECTRONICA
 B022-00088489**

FECHA 30-01-2022 HORA 11:51:21

CODIGO 0809141039
 NOMBRES TORRES CONDOR LUIS MIGUEL
 SAMUEL
 SEMESTRE 202102
 ESCUELA PIURA - CARRERA PROFESIONAL
 DE ADMINISTRACIÓN - PRES
 CICLO
 FASE

Concepto	Imp.	Dscto.	Sub Total
PENSION TALLER(PRESUPUEST)	675.00	135.00	540.00

TOTALES 675.00 135.00 540.00

IMPORTE PAGADO: S/. 540.00

SON: QUINIENTOS CUARENTA CON 00/100 SOLES

Caja:

Usuario: 46195027
 Usuario Imprime: 45353987
 F. P. PAGOS ONLINE

Autorizado mediante Res. N°018-005-0001934/SUNAT.
 Representación impresa del Comprobante Electrónico. Estimado
 cliente conserve su ticket de compra por regulación de Sunat es
 indispensable presentarlo para Trámites Administrativos y/o
 Académicos. Puede consultar su comprobante electrónico en
<http://erp.uladech.edu.pe/micomprobante.php>

Fecha Re-impresión 31-01-2022 11:51:21

