



Universidad Católica  
Los Ángeles de Chimbote



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

LA COMPETITIVIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA  
MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO –  
RUBRO HOTELERIA DE LA CIUDAD DE NUEVO CHIMBOTE  
2014.

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

**AUTOR (A)**

JESSICA KELLY GUANILO LOZANO

**ASESOR**

Mg: REINERIO CENTURION MEDINA

**LIMA – PERÚ**

**2015**





**JURADO EVALUADOR**

MBA. SANTOS FELIPE LLENQUE TUME **PRESIDENTE**

Lic. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO **SECRETARIO**

Dr. WILBERTO FERNANDO RUBIO CABRERA  
**MIEMBRO DE JURADO**

## AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarme siempre en mi camino, e iluminarme día a día ,la cual me dio la fuerza y fe para poder tener la capacidad de poder resolver problemas que se me atravesaron para poder realizar mi tesis.

A mi asesor Mg. Reinerio Centurión

Medina por su apoyo, dedicación,

Comprensión y sobre todo por darnos

pautas las cuales fueron necesarias para

la culminación de la tesis.

A mis PADRES, a mis familiares

la cual que con su apoyo, cariño

amor y ejemplo hicieron de mi

una persona con valores la cual

permitió el termino de mi tesis.



## DEDICATORIA

A mis Padres, en especial a mi madre Haydee Lozano C. quien fue la persona que me brindo desde un inicio su apoyo incondicional, por su perseverancia, consejos , buenos valores que la caracterizan y que me ha inculcado siempre, por demostrarme que solo con esfuerzo y dedicación puedo salir adelante día a día y cumplir así metas trazadas.

A una persona muy especial, la cual admiro, respeto y que gracias a su comprensión, tiempo y amor me hizo saber que todo se puede realizar cuando uno lo desea, en este caso a la terminación de mi tesis.

## RESUMEN

En la presente investigación, tuvo como objetivo general, Describir las principales características de la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014. La investigación fue no experimental – transversal – descriptiva, para la obtención de la información se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas, quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: se observa que el 50% de las personas encuestadas del sector servicio- rubro hotelería oscila entre las edades de 45 a 65 años. Se demostró que el 80% de los encuestados la mayoría son del sexo masculino. El 40% de las personas encuestadas tienen estudio secundario y el 10% tienen estudio superior universitario. Se muestra que el 100% de las micro y pequeñas empresas son formales. El 40 % de las micro y pequeñas empresas permanecen en el mercado de 0 a 6 años. Se determinó que el 80% de las mypes cuentan con 1 a 5 trabajadores. Se muestra que el 100% de las empresas fueron creadas para generar ganancias. EL 100% de las mypes expresan que son competitivas, el 100% de los trabajadores de las mypes son competitivos. Se muestra que el 100% de los empleados son motivados por los dueños de la mypes. Se muestra que el 50% de las mypes desarrollan nuevos servicios para ser competitivos, el 80% expresan que conocen a sus competidores.

Palabras clave: Competitividad

## ABSTRACT

In the present investigation it had as general objective, describe the main characteristics of the competitiveness of micro and small enterprises of the service industry - hospitality category in the city of Chimbote, 2014. The study was not experimental - cross - descriptive, for obtaining information, a population of 10 micro and small businesses, who were applied a questionnaire of 14 closed questions, using the survey technique was used. With the following results: it is observed that 50% of respondents category service- hospitality industry between the ages of 45-65 years. 80% of respondents are mostly male in the sector service- hospitality field. 40% of respondents have secondary study and 1% have university higher study. It shows that 100% of the service sectors surveyed hotels are formal. It was determined that 40% of the service sector, hotels mypes remain in the market for 0-6 years. It was determined that 80% of service sector mypes category of hotels have 1-5 workers. It shows that 100% of MSEs hotels service industry category was created to generate profits. 100% of the surveyed MSEs are competitive. It was determined that 100% of workers in MSEs are competitive. It shows that 100% of employees are motivated by the owners d mypes. Se shows that 50% of MSEs develop new services for competitive sr. It was determined that 80% of MSEs in category hotels know their competitors.

Keywords: Competitiveness

<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
1. Título.....	i
2. Hoja de firma de jurado.....	ii
3. Agradecimiento/Dedicatoria.....	iii - iv
4. Resumen / Abstract.....	v- vi
5. Contenido.....	vii
6. Índice de tablas y figuras.....	viii
I.    Introducción.....	1
II.   Revisión de la Literatura.....	4
III.  Metodología.....	13
3.1 Diseño de la Investigación.....	13
3.2 Población y Muestra.....	13
3.3 Definición y operacionalizacion de variables e indicadores.....	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5 Plan de análisis.....	15
3.6 Matriz de consistencia.....	16
3.7 Principios éticos.....	19
IV.  Resultados.....	19
4.1 Resultados.....	19
4.2 Análisis de Resultados.....	22
V.   Conclusiones.....	23
Referencias Bibliográficas.....	25

Anexos.....26 **INDICE DE TABLAS**  
**FIGURAS**

**Tabla N° 01:** Características generales del representante en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote; año 2014.....19 **Tabla**

**N° 02:** Características en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014.....20

**Tabla N° 03:** Características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014.....21

### **Referente a los Representantes en la micro y pequeñas empresas**

Figura N° 1: Edad.....23

Figura N° 2: Sexo.....23

Figura N° 3: Grado de instrucción.....23

Figura N° 4: Cargo que desempeña.....23

Figura N° 5: Tiempo en el cargo.....23

### **Referente a las micro y pequeñas empresas**

Figura N° 6: Formalidad.....24

Figura N° 7: Tiempo de existencia.....24

Figura N° 8: Número de empleados.....25

Figura N° 9: Empresa creada.....25

### **Referente a la competitividad**

Figura N° 10: Empresa competitiva.....25

Figura N° 11: Personal competitivo.....25

Figura N° 12: Importancia de la motivación a los empleados.....25

Figura N° 13: Factores importantes que permiten desarrollar la competitividad.....25



Figura N° 14: Principales competidores.....25

## I. INTRODUCCION

Actualmente en la actividad hotelera, el factor que más preocupa a los huéspedes es el servicio y la calidad con que este es ofrecido, es importante señalar que entre más variedad de servicios haya de mejor calidad, más oportunidades de satisfacción alcanzará un huésped. En este estudio se tendrá en cuenta brindar un buen servicio y sobre todo, que este se ofrezca con mayor calidad y buena atención, que se merece el cliente, preocuparse de cada una de las personas que labore en el rubro hotelero.

Según (Gómez, 2006) En el caso de México, las variables externas que afectan a la competitividad de las firmas, dictan mucho de ser las necesarias para que las empresas que radican en nuestro país no desaparezcan o simplemente decidan instalarse en países más idóneos a sus necesidades para tener éxito, mismos que en muchos casos resultan ser competidores de nuestro país. Este nuevo fenómeno no sólo afecta a México y a las empresas que en el radican, al contrario, este proceso mundial provoca que, de forma paulatina, se produzca una reubicación de empresas en las regiones del mundo que más les convenga, bien sea por circunstancias políticas, culturales, geográficas o de otra índole. Ya no hay barreras para que México pueda retener empresas y capitales por otras razones que no sean las de ser el lugar ideal para su desarrollo. Tampoco las hay para que, de ser el lugar ideal, nuestro país pudiera intensificar la llegada de un mayor número de empresas.

Según (Ortiz, 2012) Para mantener la competitividad en el mercado es necesario diferenciarse por una propuesta de valor (combinación de atributos tangibles e intangibles que crean en el cliente una percepción del valor total recibido) constituida por atributos de valor identificados para cada grupo de clientes, desarrollada por procesos internos capaces de entregar los atributos esperados y orientada a una política de investigación, desarrollo y marketing que permita ofrecer constantemente valor deseado e imprevisto para los clientes, Las expectativas del cliente evolucionan continuamente y nos obligan a subir constantemente el nivel para poder seguir sorprendiéndolo. **La vocación de superar las expectativas de valor del cliente es el motor de la mejora continua.**

Según (Echeverri, 2007) actualmente la mayoría de los estudios señalan que la empresa para ser competitiva, necesita establecer, desarrollar y perfeccionar sistemas propios de Planeación, Organización, Dirección y Control dirigidos a lograr altos niveles de satisfacción entre los individuos que en ella confluyen, cimentados en un eficaz sistema de información interna y externa que le permita anticipar y profundizar en los cambios que se vienen dando en su medio ambiente. ¿Qué demandan nuestros usuarios?, ¿Cómo estamos respondiendo nosotros y nuestra competencia a las nuevas necesidades? Estas son algunas de las muchas preguntas que la empresa deberá ser capaz de contestar. De poco o nada serviría generar productos o servicios a un bajo costo si no se toman en consideración estos aspectos.

El Perú, vive un momento muy expectante en su historia, considerada una de las economías más emergentes. De hecho, los innegables avances en tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas peruanas. Actualmente las micro y pequeñas empresas de la región Ancash presentan una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económico y administrativos, que impiden el desarrollo de experiencias asociativas de tipo gremial y empresarial. Así mismo la escasa capacitación competitiva frente a sus competidores, estas limitantes en la mayoría de los casos porque los mismos microempresarios tienen poca valoración al desarrollo empresarial.

Las empresas de hoy en día se enfocan en incluir en sus modelos administrativos estrategias de productividad, calidad total, ventajas competitivas, cadenas de valor e innovación, que estén a la vanguardia diario de la competitividad. Estos factores o estrategias ayudan a medir que tan competitiva puede ser una organización o empresa frente a un mercado nacional e internacional. Las empresas están en constantes cambios para así poder enfrentar el mundo de la globalización y determinar qué tan competitiva o no puede ser en el mercado.

En Nuevo Chimbote donde se realizó el presente estudio, se presentaran problemas de atención al cliente donde se ponen en riesgo su permanencia dentro del mercado por la falta de conocimientos de aquellas características de la competitividad, es por eso que se plantea la siguiente pregunta de investigación.

En tal manera el enunciado del problema es el siguiente: ¿Cuáles son las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en la ciudad de Nuevo Chimbote año 2014?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:

Describir las principales características de la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014.

Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características de los representantes de la micro y pequeña empresas del sector servicio rubro hotelería en la ciudad de nuevo Chimbote, año2014.
- Determinar las características de la micro y pequeña empresa del sector servicio-rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014
- Determinar las principales característica de la competitividad de la micro y pequeña empresa del sector servicio-rubro hotelería en la ciudad de nuevo Chimbote, año 2014

Finalmente la investigación de la tesis que se realizó se justifica porque permitirá conocer las principales características de la competitividad en las micro pequeñas empresas (MYPES) del ámbito de estudio para que los representantes tomen decisiones ante cualquier adversidad con la finalidad de mejorar la calidad y servicio de gestión con el cliente y sus competidores.

La importancia de la investigación será que dará a conocer que los servicios brindados y que deberán dar ciertos hoteles con el fin de mejorar los Procesos de Servicios y de Atención al Cliente, donde será la satisfacción de los clientes alcanzando así un alto nivel de calidad y de compromiso total con el mismo. Además el estudio se realizó con el fin de proporcionar información válida, confiable y oportuna a los investigadores, a los estudiantes y a la sociedad, de tal manera el estudio se justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en diferentes sectores y ámbitos geográficos de la región y del país.

## II. REVISION DE LITERTURA

### 2.1.- Antecedentes:

**López, (2013)** en su tesis Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, casco urbano del distrito de Chimbote 2013 obtuvo como resultado que: Según se observa que el 67% de las personas encuestadas del sector servicio - rubro hoteles, oscilan entre las edades de 45 a 65 años, con los resultados donde también se manifiesta que el 63% están dirigidas por personas mayores de 40 años, por lo cual se indica que hay un potencial de personas adultas para poder liderar, y no llevarlas a un fracaso.

-El 83% de los encuestados la mayoría son del sexo masculino en el micro y pequeñas Empresas del sector servicio – rubro hoteles. Se, manifiesta que el 88% son dirigidas de género masculino, esto indica que los hombres están más a la vanguardia como para este tipo de negocio.

-El 50% de las personas encuestadas tienen estudio superior no universitario, el 33% superior universitaria y el 17% secundaria. Esto muestra que la mayoría de personas que laboran en el sector servicio – rubro hoteles, cuentan con estudio superior no universitario, de tal manera siendo técnico, obtienen conocimientos para poder administrar.

**Bernuy, (2013)** en su tesis Caracterización de la competitividad empresarial y rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz 2013 obtuvo como resultado que la mayoría de los encuestados afirmaron la eficiencia es de nivel muy bajo en las empresas hoteleras de la ciudad de Huaraz. Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros encuestados manifiestan que la innovación de los servicios es de nivel bajo estos resultados afirman que los hoteles de Huaraz no están en constate innovación o no son creativos con los servicios que brinda. Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros afirman que la diferenciación de los servicios prestados es bajo estos resultados nos indican que existen deficiencias en cuanto a diferenciación. El nivel de competitividad empresarial en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz en el año 2013, es bajo. Cerca de la mitad de los empresarios hoteleros encuestados manifestaron que la rentabilidad económica no ha mejorado en el rendimiento de los activos de la empresas por lo tanto los encuestados calificaron que es de nivel bajo. Aproximadamente la mitad de los empresarios hoteleros encuestados dijeron que la rentabilidad financiera tenía muchas deficiencias es por eso que se encontraba en nivel bajo.

A partir de las contrataciones se da por concluir de que la competitividad empresarial y rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz es de nivel bajo. La competitividad empresarial y la rentabilidad en las empresas hoteleras en el año 2013 se relacionan significativamente.

## 2.2.- Bases teóricas

- **Competitividad:**

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

## LEY N° 30056

LEY QUE MODIFICA DIVERSAS LEYES PARA FACILITAR LA INVERSIÓN, IMPULSAR EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

**El capítulo I del Título II** de la norma, referido a las medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial, ha establecido varias modificaciones de la legislación laboral de las Mype:

➤ Cambio de denominación.

La denominación “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE”, aprobado mediante D.S. 0072008-TR (30.09.2008) ha sido cambiado por la de “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”.

Modificación del D.S. N° 007-2008-TR

- **Artículo 1°, Objeto de la Ley**

Se ha ampliado el objeto social de la norma.

- **Artículo 5°, características de las micro, pequeñas y medianas empresas** ha eliminado el número máximo de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización; además, se ha creado un nuevo nivel de empresas:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT. - Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permitirá dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

- **Artículo 14°**, promoción de la actividad privada

No solo se ha incorporado a las medianas empresas como las receptoras de la promoción de las acciones de capacitación y asistencia técnica, sino, también se ha ampliado la regulación de la capacitación que se brindarán a estas empresas, mediante la actuación conjunta del Ministerio de Trabajo, de la Producción y de Educación.

- **Artículo 42°**, naturaleza y permanencia en el régimen laboral especial

Se ratifica el carácter permanente del régimen laboral, precisando que es únicamente para las micro y pequeñas empresas, excluyéndose a las medianas empresas.

En cuanto a las causales de pérdida del régimen especial, se ha retirado el hecho de superar un número determinado de trabajadores como causal de pérdida, puesto que la pertenencia al régimen especial ahora solo depende del volumen de ventas. Además, en caso de superar los límites para permanecer en el régimen de las

pequeñas empresas, se ha ampliado a 3 años el período adicional durante el que se puede mantener dicho régimen, antes de pasar al régimen general.

▪ **Mype: (Micro y Pequeña empresa)**

- **Importancia:** Las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación del empleo.

La competitividad de una empresa dependerá de la gestión propia y la administración de sus servicios al exterior. Aun así, en una empresa existen dos tipos de competitividad: la interna y externa. Internamente, los trabajadores deben estar cualificados y preparados para su posición a fin de hacer su trabajo lo mejor posible, pero también es importante la innovación destinada a una competitividad exterior, a un mercado saturado y que cada vez es más completo en su cualificación y también en su servicio.

Una empresa, para ser competitiva, siempre debe tener en mente la renovación, ajustarse a lo que el mercado necesita en ese momento y mantenerse informada de los cambios del mismo.

Se pueden distinguir cuatro tipos de competitividad en las empresas:

- La incipiente, donde la competitividad es muy escasa y a menudo la empresa es forzada a seguir los patrones del mercado de valores

La aceptable, ya no es tan fácilmente manipulable, reacciona mejor a las innovaciones

La superior, en la que la empresa empieza a ser más relevante e innovadora en el sector

La sobresaliente, última fase en la que la empresa pasa de adaptarse a los mercados a ser ella quien los establece.



•  
**Que fomenta la competitividad**

Algunos • de los factores claves que fomentan la competitividad son:  
productividad, actitud mental general positiva, gestión efectiva de  
todas las • organizaciones, normativa institucional y legal propia, factor humano,  
infraestructura física y de servicios, información, desarrollo equilibrado y armónico  
de los distintos eslabones de la cadena productiva, los gremios debe ser activos en la  
capacitación de la productividad, calidad y planeación estratégica, generadores de  
información que permita comparación entre los afiliados.

• **Ciente:**

Un cliente es tanto para los negocio y el marketing como para la informática un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra. Para los negocios, el cliente es aquel individuo que, mediante una transacción financiera o un trueque, adquiere un producto y/o servicio de cualquier tipo (tecnológico, gastronómico, decorativo, mueble o inmueble, etcétera).

- **Atención al cliente:** Es aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus
- clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores, los clientes de una empresa deberán comunicarse con este servicio.

- **-Servicio:** Stanton, Etzel y Walker, definen los **servicios** "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" [1] (en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores ésta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia).

Los servicios son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes".

- **- Hotel:** Un hotel es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.

Los hoteles se clasifican de la siguiente manera:

- Hoteles de una estrella, por lo general, son establecimientos tipo casero o posado, en donde sus dueños entregan todos los servicios, en estos hoteles puede que sirva comida, eso sí, casi siempre se entrega desayuno, al menos asimismo, no siempre cuentan con baño o ducha, n todos los dormitorios las instalaciones son bastante limitadas en cuanto a la comodidad de las habitaciones, esta es mínima (no es esperable televisión o radio), y la limpieza es aceptable.

- Los hoteles de dos estrellas tendrán mejores instalaciones, que los de una estrella. Estos hoteles, son muy utilizados por personas en viajes de negocios de bajo perfil, que no desean pagar un precio muy alto, por una habitación. Todas las piezas cuentan con un baño y una ducha.

El servicio será más profesional, ya que no será manejado por una familia, sino por personas calificadas. Estos hoteles de dos estrellas, por lo general entregan alimentación completa al gusto del cliente.

- Los hoteles de tres estrellas, poseen instalaciones mayores, mejor servicio y una mayor gama de los mismos, que los dos casos anteriores. El tamaño de los restaurantes será mayor y otorgarán una amplia gama de alimentos y bebidas. Asimismo, los restaurantes de estos hoteles, también atenderán al público externo al hotel. Osean personas que no se hospedan en el mismo. Las habitaciones serán más grandes y contarán con baño y ducha, así mismo, ofrecerán servicio de pelo, artículos de baño y tocador. Por último, estos en su mayoría cuentan con televisores y conexión al sistema de cable pagado.
- Los hoteles de cuatro estrellas, tendrán un mayor lujo que los ya mencionados. Tanto en el mobiliario, como el inmueble mismo. Las habitaciones sean mayores que en los hoteles, con mejor decoración y más equipadas. El servicio será más profesional aun como asimismo, contarán con servicio las 24 horas. De igual manera, estos hoteles cuentan con lavandería y limpieza, el restaurante contará con productos más refinados y elaborados.
- Por último tenemos los hoteles de cinco estrellas. Estos hoteles contarán con espacios sumamente amplios y extremadamente lujosos. La idea de ellos es que los clientes, quienes son personas con una alta capacidad de consumo, se sientan como en su casa. Que no han salido de ella. Todo lo relacionado con el inmueble y mobiliario, no se deja al azar. Todo refleja elegancia y sofisticación. El servicio en sí, es de la máxima calidad. Siempre debe estar tendiente a satisfacer todas las necesidades de los clientes. El restaurante tendrá calidad internacional, por lo general

tendrá tres restaurantes distintos, las habitaciones contarán con toda las comodidades posibles. Equipos de música, jacuzzis en los baños, tv-cable, entre otras comodidades. Asimismo contarán con gimnasios muy completos, incluso peluquerías. La ubicación de estos hoteles, es de las mejores en todas las ciudades en que se centran. Es así como se clasifican los hoteles.

<http://www.leirelarriza.com/calidad/clasificacion-de-hoteles/>

- **Satisfacción del cliente:** satisfacción de cliente es un concepto inherente al ámbito del marketing y que implica como su denominación nos lo anticipa ya, a la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el al momento de adquirirlo. Es decir, es la conformidad del cliente con el producto o servicio que compro ya que el mismo cumplió satisfactoriamente con la promesa de venta oportuna.

### III.- METODOLOGIA

#### 3.1. Diseño de la investigación

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin.

Fue descriptivo porque solo se describirá las características más relevantes en las micro pequeñas empresas, representantes y la variable del estudio.

### 3.2.- Población y Muestra

La población del presente estudio está constituida de 10 micro y pequeñas empresas del servicio – rubro hoteles de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014.

La muestra fue dirigida a 10 micro y pequeñas empresas las cuales fueron en las que estuvieron disponibles a proporcionar datos para realizar dicha tesis.

### 3.3.- Definición y operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICION
Perfil de los representantes	Personas naturales o jurídicas las cuales tienen en mente una idea de negocio, en donde estas deciden invertir en ello, a pesar de los riesgos que	Edad	De 18 a 25 años De 25 a 45 años De 45 a 65 años De 65 a mas	Razon

Perfil de las Mypes	pueda traer consigo, pero siempre estará orientándose a una estabilidad.	Sexo	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin instrucción Primaria Secundaria Superior no universitaria Superior universitaria	Nominal
	Tiempo en el cargo	De 1 a 3 años De 4 a 6 años De 7 a mas	Razón	
	Formalidad	Si No	Razón	
	Tiempo	De 0 a 3 años De 4 a 6 años De 7 a mas	Nominal	
	Trabajadores	De 1 a 5 años De 6 a 10 años De 11 a 20 años	Nominal	
	Finalidad	Generar ganancias Subsistencia	Nominal	
	Unidad económica constituida por una persona natural y jurídica en cualquier forma de organización o gestión empresarial.			

Perfil de la Competitividad	La competitividad es la habilidad y capacidad que tiene una empresa de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.	Empresa competitiva	Si No	Nominal
		Motivación de los empleados	Si No	Nominal
		Principales competidores	Si No	Razón
		Factores de la competitividad	Imagen de la marca Desarrollo de nuevos servicios Posicionamiento en el mercado	Nominal

### 3.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue: la encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

El instrumento, que se utilizó para registrar la información fue: El Cuestionario, porque es instrumento que consta de es un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación.

El uso Microsoft Word y Excel que permitió crear tanto el proyecto, el trabajo en campo así como el informe de tesis, que permitió crear tablas, calcular y analizar los datos, además de crear gráficos simples.

### 3.5.- Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboran tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

El procesamiento de los datos se realizó con el programa informático Microsoft Excel 2013.

### 3.6.- Matriz de consistencia

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Población y Muestra</b>	<b>Métodos y Diseños</b>	<b>Instrumentos y Procedimientos</b>
<p><b>Central</b></p> <p>¿Cuáles son las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro – hoteles, en la ciudad de Nuevo</p>	<p><b>General</b></p> <p>Describir las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro – hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote,</p>	<p><b>Competitividad</b></p>	<p><b>Población</b></p> <p>La población de estudio estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles en la ciudad de Nuevo Chimbote,</p>	<p><b>Diseño de investigación</b></p> <p>Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo</p> <p>-Fue no experimental porque realizó sin</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <p>La técnica que se utilizó para recopilar la información fue: la encuesta, ya que es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan para</p>



<p>Chimbote, año 2014?</p> <p><b>Secundarios</b></p> <p>¿Cuáles son las principales características en las las micro pequeñas empresas del sector servicio rubro – hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014?</p>	<p>año 2014?</p> <p><b>Específicos -</b></p> <p>Describir las principales características de los representant es en las micro pequeñas empresas del sector servicio rubro – hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014? -</p>		<p>año 2014.</p> <p><b>Muestra</b> La muestra dirigida fue de 10 micro empresas las cuales estuvieron disponible s a brindar la informaci ón necesaria para poder realizar el estudio.</p>	<p>manipular deliberadame nte las variables, es decir se observó el fenómeno tal como se entra de su contexto. Conforme a la realidad. -Fue transversal porque el estudio realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. -Fue descriptivo porque solo se describió las características mas relevantes en las micro</p>	<p>el estudio.</p> <p><b>Instrumentos</b></p> <p>:</p> <p>El instrumento que se utilizó para registrar l información fue: el cuestionario, porque consta de preguntas preparadas para poder hacer la investigación.</p> <p>El uso de Microsoft Word y Excel que permitió crear tanto el proyecto, el trabajo en campo asi como el informe de tesis, la cual permitio crear tablas, graficos y</p>
<p>¿Cuáles son las principales características de los representant es en las micro pequeñas empresas del sector</p>	<p>Describir las principales características en la micro pequeñas empresas del sector servicio</p>				

<p>servicio rubro – hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014?</p> <p>¿Cuáles son las principales características de la competitividad en las micro pequeñas empresas del sector servicio rubro – hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014?</p>	<p>rubro – hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014? -</p> <p>Describir las principales características de la competitividad en las micro pequeñas empresas del sector servicio rubro – hoteles, en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014?</p>			<p>pequeñas empresa, representantes, y la variable en estudio.</p>	<p>calcular los datos.</p>
--	---	--	--	--	----------------------------

### 3.7.- Principios Éticos

El presente proyecto tendrá como principio la confiabilidad ya que todos los datos recaudados serán reales teniendo así una mayor información acerca del presente trabajo, en la cual nos mostraron la voluntad de las empresas en querer brindarnos su información.

## IV.- RESULTADOS:

### 4.1 Resultados

**Tabla 01.-** Características generales del Representantes en la micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hotelería, de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014.

Datos Generales	Numero de Mypes	Porcentaje
<b>Edad (años)</b>		
18 – 25 años	0	0.0
25 – 45 años	5	50.0
45 – 65 años	3	30.0
65 años a más	2	20.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Sexo</b>		
Masculino	8	80.0
Femenino	2	20.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	2	20.0
Secundaria	4	40.0
Superior no universitaria	3	30.0
Superior universitaria	1	10.0

<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Cargo</b>		
Dueño	6	60.0
Administrador	3	30.0
Gerente	1	10.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Tiempo en su cargo</b>		
1 - 3 años	2	20.0
4 – 6 años	4	40.0
7 – a más	4	40.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes en la micro y pequeñas empresas, del sector- rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014

**Tabla 02.-** Características de las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro hotelería, de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014.

Datos de empresa	Numero Mypes	Porcentaje
<b>Formalidad</b>		
Si	10	100.0
No	0	0.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Permanencia en el mercado</b>		
0 - 3 años	4	40.0
4 – 6 años	4	40.0
7 – a mas	2	20.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Número de empleados</b>		
1- 5	8	80.0
6 – 10	2	20.0
11 – 20	0	0.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Se creó para</b>		

Generar ganancias	10	100.0
Subsistencia	0	0.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas, del sector- rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014

**Tabla 03.-** Características de la competitividad de la micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro hotelería, de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014.

Competitividad	Numero Mypes	Porcentaje
<b>Cree que su empresa es competitiva</b>		
Si	10	100.0
No	0	00.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Su personal es competitivo</b>		
Si	10	100.0
No	0	00.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Motiva a su personal</b>		
Si	10	100.0
No	0	00.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>De qué forma es competitiva su empresa</b>		
Imagen de la marca	3	30.0
Desarrollo de nuevo servicio	5	50.0
Posicionamiento en el mercado	2	20.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Conoce a sus competidores</b>		
Si	8	80.0
No	2	20.0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas, del sector- rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014.

#### 4.2 Análisis de resultados.

##### CARACTERISTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

###### a) Discusión

- ✓ se observa que el 50% de las personas encuestadas del sector servicio- rubro hotelería oscila entre las edades de 45 a 65 años (tabla 01).
- ✓ El 80% de los encuestados la mayoría son del sexo masculino en el sector servicio- rubro hotelería. (tabla 01).
- ✓ El 40% de las personas encuestadas tienen estudio secundaria y el 10% tienen estudio superior universitaria. . (tabla 01).
- ✓ Se observa que el 60% de las personas son dueños ya ellos mismo vieron que era un buen negocio en la ciudad de Nuevo Chimbote. .(tabla 01).
- ✓ Se observa que el 40% de las personas encuestadas tienen un promedio entre 4 a 6 años a más desempeñándose en su cargo. .(tabla 01).

##### CARACTERISTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

- ✓ Se muestra que el 100% de los encuestado del sector servicio hoteles son formales (tabla 02)
- ✓ Se determinó que el 40 % de las mypes del sector servicio hoteles permanecen en el mercado de 0 a 6 años. (tabla 02)
- ✓ Se determinó que el 80% de las mypes del sector servicio rubro hoteles tienen de 1 a 5 trabajadores. (tabla 02)
- ✓ Se muestra que el 100% de las mypes del sector servicio rubro hoteles se creó para generar ganancias. (tabla 02)

## CARACTERISTICAS DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

- ✓ EL 100% de la mypes encuestadas son competitivas. (tabla 03)
- ✓ Se determinó que el 100% de los trabajadores de las mypes son competitivos. (tabla 03)
- ✓ Se muestra que el 100% de los empleados son motivados por los dueños de la mypes. (tabla 03)
- ✓ Se muestra que el 50% de las mypes desarrollan nuevos servicios para ser competitivos. (tabla 03)
- ✓ Se determinó que el 80% de las mypes en rubro hoteles conocen a sus competidores. (tabla 03)

## V.- CONCLUSIONES

### **Referente a los Representantes de la micro y pequeña empresa**

En conclusión se refleja que la mayoría de los representantes en las micro y pequeñas del sector servicio – rubro hotelería de la ciudad de Nuevo Chimbote, son personas adultas, de sexo masculino, donde solo tienen estudios secundarios, la cuales son ellos los mismos dueños de su negocio teniendo años desempeñándose en él.

### **Referente a las Micro y Pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hotelería de la ciudad de Nuevo Chimbote, se determina que son formales, teniendo en cuenta que ya tienen entre 4 a 6 años



en el mercado competitivo, teniendo como empleados a 8 personas que laboran en dichas empresas, las cuales la mayoría se crearon para generar ganancias para ellos mismos.

### **Referente a la Competitividad**

Concluyendo que en las micro y pequeñas empresas del servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote determinan que son competitivas, teniendo dentro de ellas a personal sumamente capacitados , los cuales son motivados , dando como resultado que las empresas sean competitivas y puedan enfrentarse a los competidores las cuales son conocidas por las mismas.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Mintzberg, Henry: “El Proceso Estratégico: Conceptos, Contextos y Casos”. Editora Prentice Hall Hispanoamericana. 1997.





- Bernuy (2013). “Caracterización de la competitividad empresarial y rentabilidad en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz, año 2013”. Pregrado Huaraz, Perú.
- Oropeza, (2014). Caracterización de la Competitividad y la Rentabilidad de las Mypes Del Sector Servicio – Rubro Transporte de Mototaxis de la Ciudad de Chimbote, Año 2012. Pregrado. Chimbote, Perú.
- Ortiz Forero Juan Gabriel.(2012,agosto 6). Competitividad y optimización basadas en la creación de valor. “los clientes no compran productos, compran soluciones”.
- Diana Carrollina Echeverri Sevilla (Marzo 2007). La competitiva en el desarrollo empresarial.
- <http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/4027/1/propuestamejorahotel.pdf>.
- <http://www.cepal.org/mexico/capacidadescomerciales/tallerbasesdedatosrep.dom/documentosypresentaciones/2definiendolacompetitividad.pdf>

## ANEXOS

### ANEXOS 01.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**CRONOGRAMA 2015**

ACTIVIDADES PROGRAMADAS	MAYO		JUNIO				JULIO				AGOSTO		
	SEMANAS												
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Línea de investigación y planteamiento de la investigación	x	x											
Planteamiento del problema			x										
Determinación de objetivos y justificación de la investigación				x									
Revisión de literatura					x								
Marco teórico y conceptual de antecedentes						x	x						
Marco teórico conceptual de bases teóricas								x	x				
Revisión metodológica de la investigación										x			
Redacción de la referencias bibliográficas											x		
Presentación del proyecto de investigación para su evaluación												x	x

## ANEXOS 02.- PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DE INVESTIGACION	
Asesoramiento	1500.00
Inscripción	300.00
Pasajes	60.00



Internet	80.00
Impresión y empastado	70.00
<b>TOTAL</b>	<b>2010.00</b>

### **ANEXOS 03.- ENCUESTA: NOMBRE DE MYPES ENCUESTADOS**

- ✓ **HOTEL ARCO IRIS: Jr. Huaraz b-7 1era Etapa Urb. Buenos Aires – Nuevo Chimbote.**
  - ✓ **HOTEL EL DORADO: Av. Las Palmeras Mz. X2 LT. 19 2da Etapa – Las Casuarinas.**
  - ✓ **HOTEL MARESTA LODGE: Jr. Huaraz B- 7 1era Etapa Urb. Buenos Aires – Nuevo Chimbote**
  - ✓ **HOTEL REMANSO: Av. Anchoqueta W2 – 32 Nuevo Chimbote**
  - ✓ **HOTEL BUENOS AIRES: Jr. Huambacho 296 Urb. Buenos Aires, Nuevo Chimbote**
  - ✓ **GRAN HOTEL CHELSEA: Urb. Buenos Aires A – 1 1era Etapa Nuevo Chimbote**
  - ✓ **HOTEL AGUILA REAL: Av. Anchoqueta Mz. F3 Lt. 15 Nvo Chimbote a una cuadra de la Carretera Panamericana.**
  - ✓ **HOTEL CAALE: Urb. El Bosque, Mz E . LTE 25, Av Argentina, Nuevo Chimbote.**
  - ✓ **HOTEL AQUARIUS: Av Pacifico 572 frente al Colegio Argentino, Urbanizacion Buenos Aires**
  - ✓ **HOTEL TABU GOLDEN: M2 F3 LT. 22 Urb. Miguel Grau Av. Anchoqueta.**
- ANEXO 04.- ENCUESTA**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**El presente cuestionario tiene por finalidad recopilar la información necesaria para desarrollar el trabajo de investigación denominado “LA COMPETITIVIDAD EN LA ATENCION AL CLIENTE DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DE SERVICIO DE HOTELERIA DE LA CIUDAD DE NUEVO CHIMBOTE 2014.**

**CUESTIONARIO**

**DATOS GENERALES**

**REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES**

**1.- ¿Su edad es?**

- a)De 18 a 25 años
- b)De 25a 45 años
- c)De 45 a 65 años
- d)De 65 a mas

**2.- ¿Su sexo es?**

- a)Masculino
- b)Femenino

**3.- ¿Su grado de instrucción es?**

a)sin instrucción

- a)Primaria
- b)Secundaria
- c)Superior no universitaria
- d)Superior universitaria

**4.- ¿Cuál es su cargo que desempeña?**



- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Gerente

**5.- ¿Cuál es el tiempo que desempeña en su cargo? a) 1**

- a) 3
- b) 4 a 6
- c) 7 a mas

### **REFERENTE A LAS MYPES**

**6.- ¿Su empresa es formal?**

- a) Si
- b) No

**7.- ¿Que tiempo tiene la empresa en el mercado?**

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a mas

**8.- ¿Cantidad de empleados que laboran en su empresa?**

- a) 1 a 5
- b) 6 a 10
- c) 11 a 20

**9.- ¿Su empresa se creó para?**

- a) Generar ganancias
- b) subsistencia

### **REFERENTE A LA COMPETIVIDAD EN LA MYPES**

**10.- ¿Cree que su empresa es competitiva?**



- a) Si
- B) No

**11.- ¿El personal que labora en su empresa es competitiva?**

- a) Si
- b) No

**12.- ¿Cree usted que es importante la motivación de los empleados para que su empresa sea exitosa?**

- a) Si
- b) No

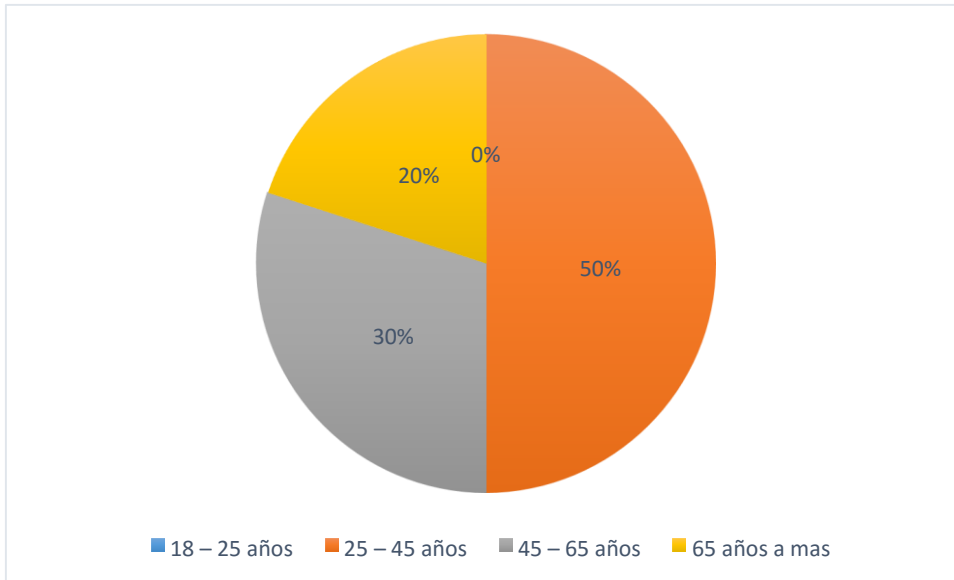
**13.- ¿Qué factores son importantes para que su empresa sea competitiva?**

- a) Imagen de la marca
- b) Desarrollo de nuevos servicios
- c) Posicionamiento en el mercado

**14.- ¿Conoce a usted a sus principales competidores?**

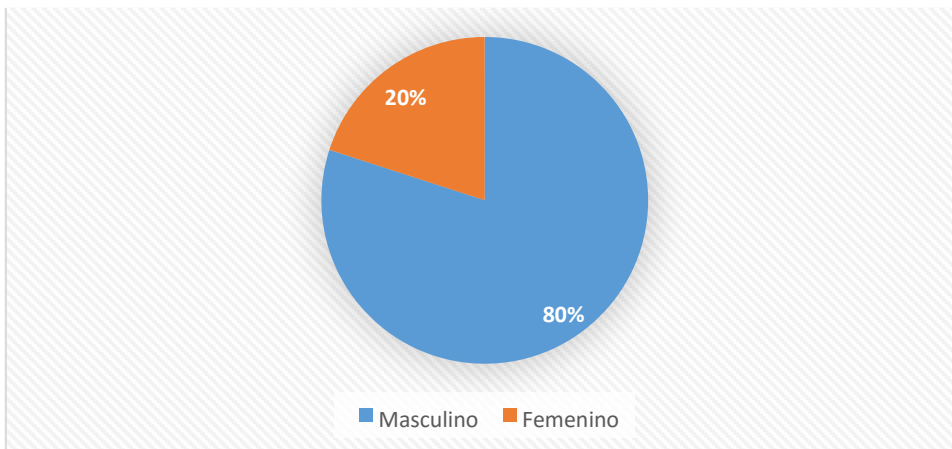
- a) Si
- b) No

**ANEXO 05: FIGURAS**



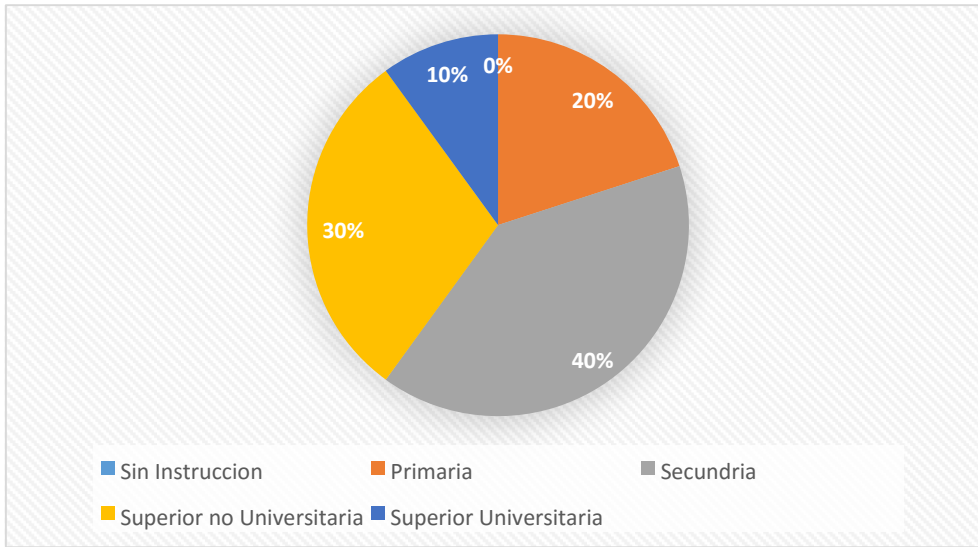
**FIGURA 01: Edad de los representantes**

**FUENTE: Tabla 01**



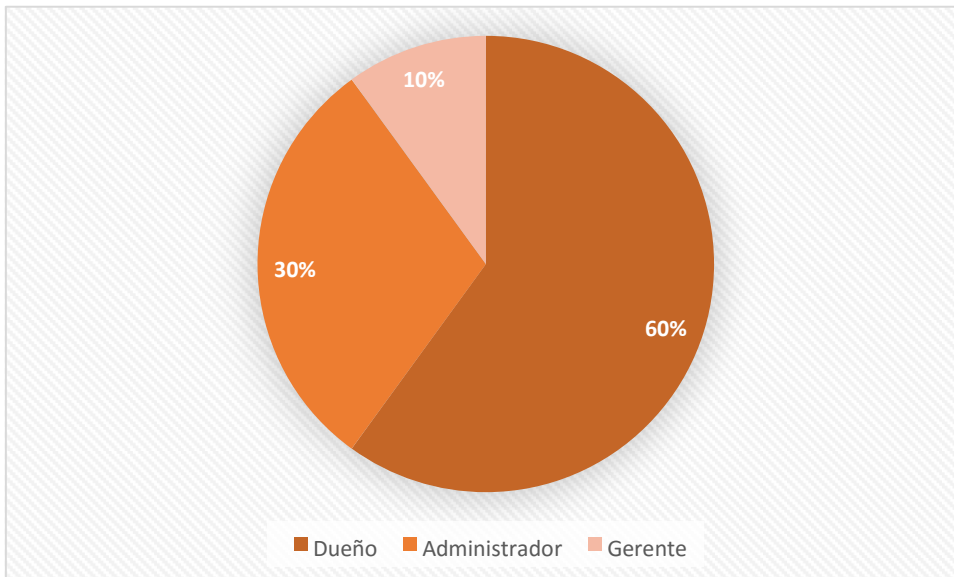
**FIGURA 02 : GENERO**

**FUENTE: Tabla 01**



**FIGURA 03: GRADO DE INSTRUCCIÓN**

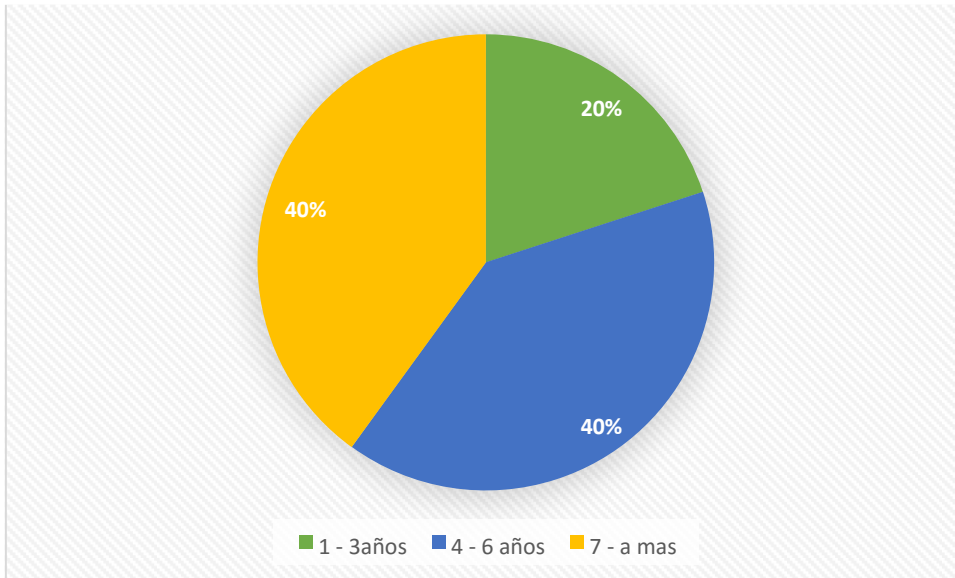
**FUENTE: Tabla 01**



**FIGURA 04: CARGO QUE DESEMPEÑA**

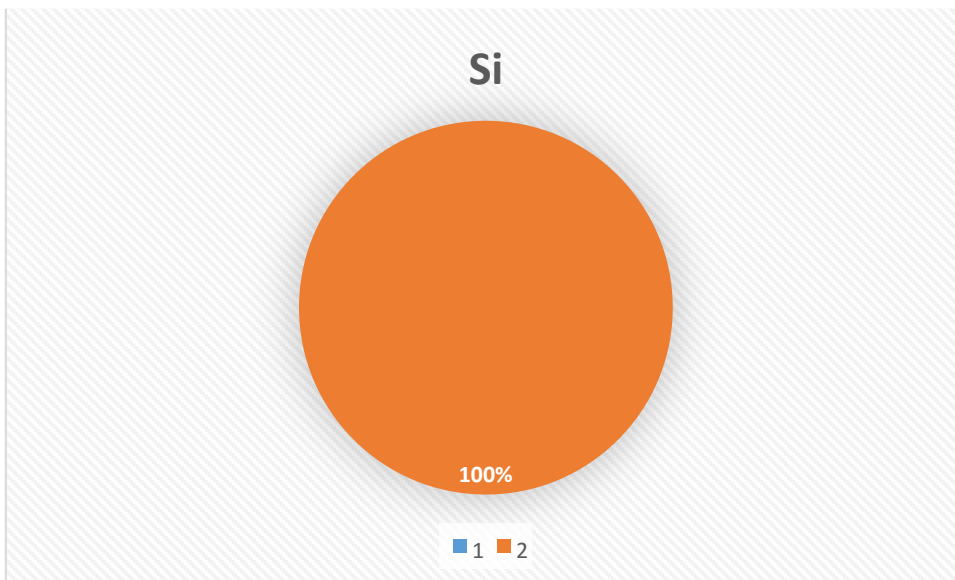
**FUENTE: Tabla 01**





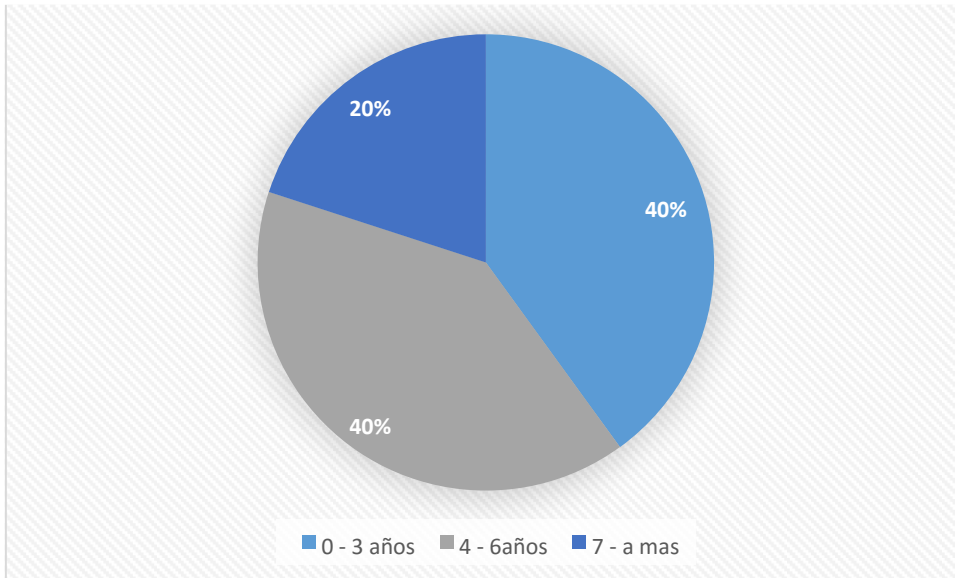
**FIGURA 05: TIEMPO EN EL CARGO**

**FUENTE: Tabla 01**



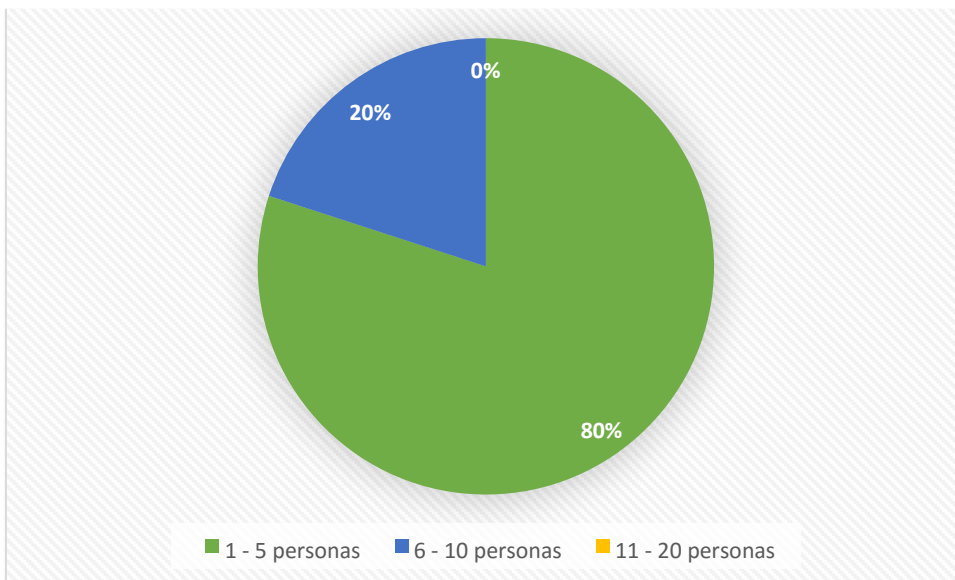
**FIGURA 06: FORMALIDAD DE LA EMPRESA**

**FUENTE: Tabla 02**



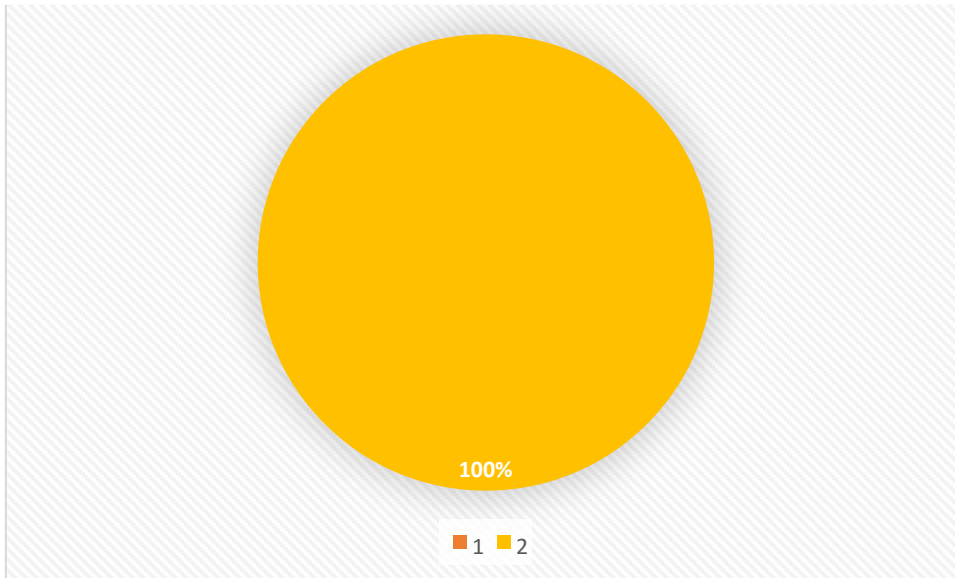
**FIGURA 07: TIEMPO EN EL MERCADO**

**FUENTE: Tabla 02**



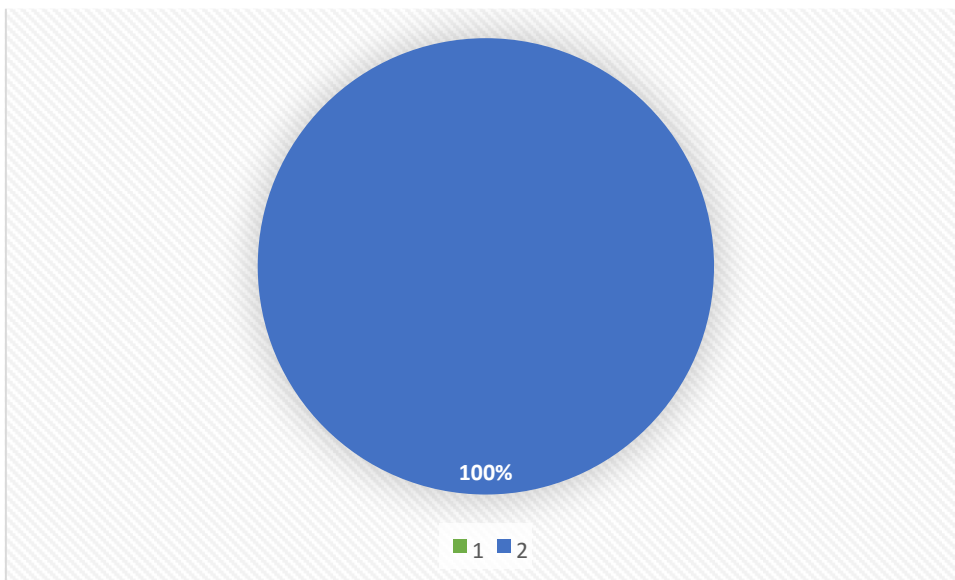
**FIGURA 08: CANTIDAD DE EMPLEADOS**

**FUENTE: Tabla 02**



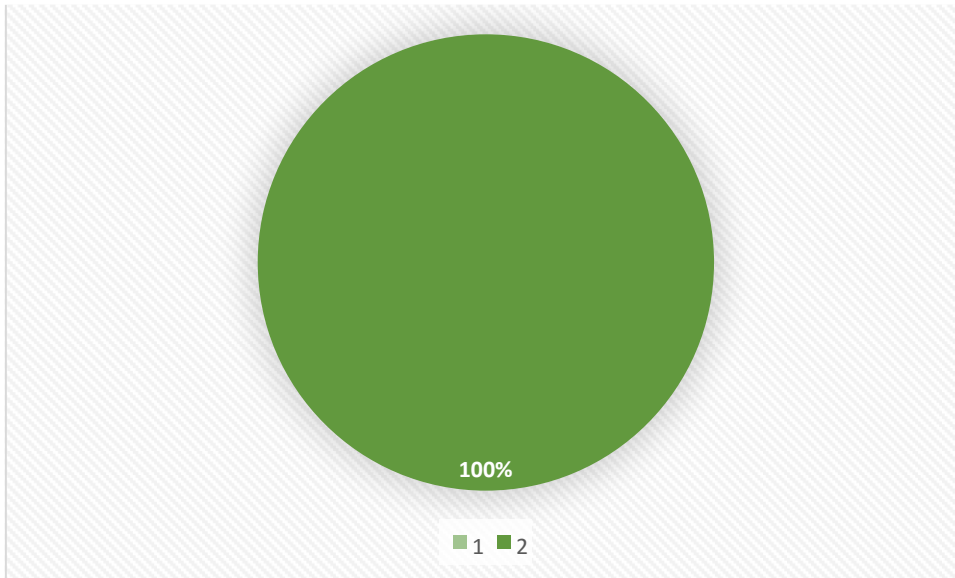
**FIGURA 09: FINALIDAD DE LA EMPRESA**

**FUENTE: Tabla 02**



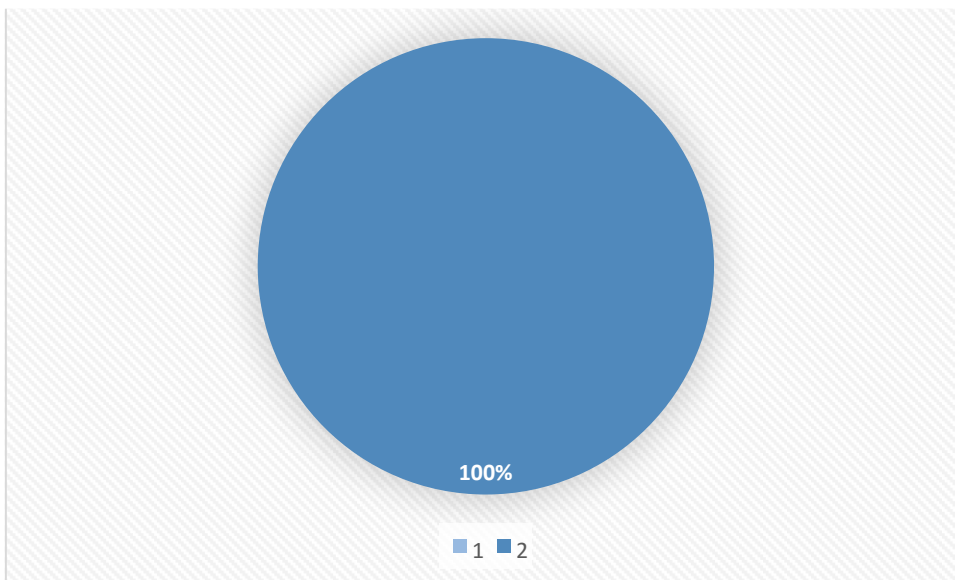
**FIGURA 10: EMPRESA COMPETITIVA**

**FUENTE: Tabla 03**



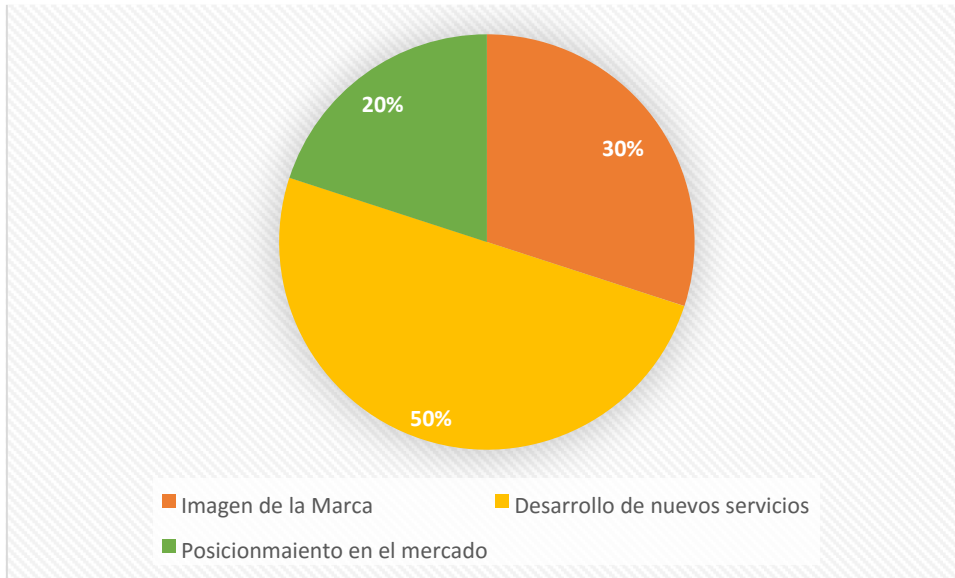
**FIGURA 11: PERSONAL COMPETITIVO**

**FUENTE: Tabla 03**



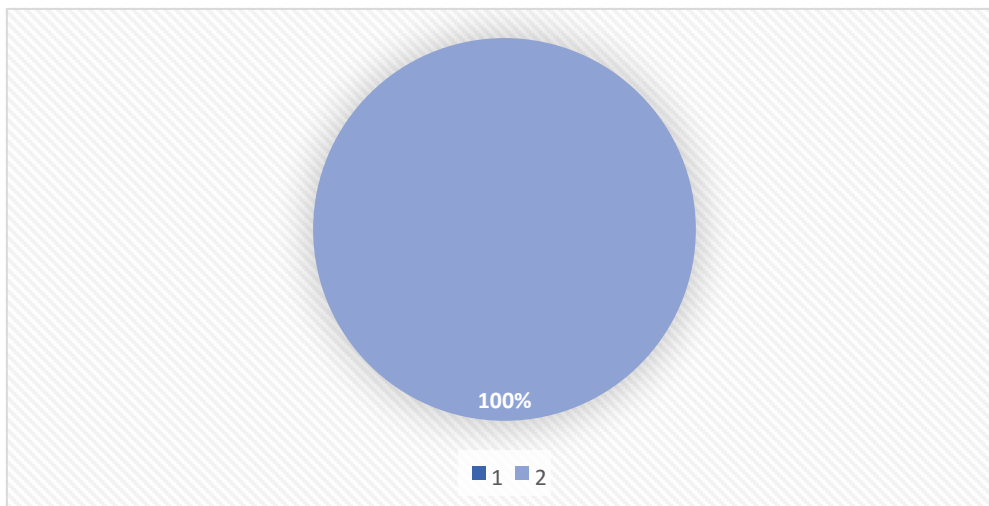
**FIGURA 12: MOTIVACION AL PERSONAL**

**FUENTE: Tabla 03**



**FIGURA 13: FACTORES PARA SER COMPETITIVA**

**FUENTE: Tabla 03**



**FIGURA 14: CONOCIMIENTO DE LOS COMPETIDORES**

**FUENTE: Tabla 03**