



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**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**

**AUTORA**

**MARINA GAONA FLORES**

**CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5324-3968**

**ASESOR: MANUEL GERARDO MERINO HINOSTROZA**

**CÓDIGO ORCID: 0000-0003-4838-1706**

**PIURA \_ PERÚ**

**2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**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**

**AUTORA**

**MARINA GAONA FLORES**

**CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5324-3968**

**ASESOR: MANUEL GERARDO MERINO HINOSTROZA**

**CÓDIGO ORCID: 0000-0003-4838-1706**

**PIURA \_ PERÚ**

**2019**

**EQUIPO DE TRABAJO**  
**AUTORA**

**Marina Gaona Flores**

**Código ORCID: 0000-0002-5324-3968**

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de pregrado, Piura,  
Perú**

**ASESOR**

**Merino Hinostroza Manuel Gerardo**

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

**JURADO**

**Vilela Vargas, Víctor Hugo**

**ORCID: 0000-0003-2027-6920**

**Guzmán Castro, Iván Arturo**

**ORCID: 0000-0002-4650-4322**

**Chumacero Ancajima Maritza Zelideth**

**ORCID: 0000-0001-7372-741X**

## **JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA**

---

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

**Presidente**

---

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

**Secretario**

---

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

**Miembro**

---

Lic. Merino Hinostroza Manuel Gerardo

**Asesor**

## AGRADECIMIENTO

A Dios por concederme vida, salud, sabiduría que me viene dando día a día para seguir adelante

A mis padres por darme la vida, buenos principios y valores y ser una persona de bien.

A la universidad Uladech y docentes por brindarme sus enseñanzas y llenarme de conocimientos.

## DEDICATORIA

A Dios por guiarme y protegerme en todo momento y darme esa fortaleza para vencer cualquier obstáculo que Presente y seguir adelante

A mis padres y hermanos por su apoyo incondicional en todo momento de alegrías y dificultades siempre presentes.

### **Resumen**

El desarrollo del taller de investigación denominado: Caracterización de la competitividad y servicio al cliente de las MYPE rubro Hospedajes, Urb. Ignacio Merino I etapa. Piura 2017, Determinar las principales características de competitividad y atención al cliente MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa de Piura, año 2017. Metodología fue de tipo descriptiva, nivel - cuantitativo, diseño no experimental - corte transversal. La población se consideró tres unidades con 11 trabajadores, la población infinita desconocida para las dos variables, la muestra arrojó 138 utilizando la técnica encuesta, instrumento cuestionario. Una vez determinados los estudios de análisis de resultados se concluyó: que las estrategias genéricas que se desarrollan en las MYPES, se consiguió el 63.8% como resultado en relación al liderazgo de costos considera que los precios son económicos, por otra parte, los tipos de competitividad se determinó el 68.8% como resultado en relación a la competitividad. Siguiendo con la variable atención En cuanto a la importancia del servicio al cliente se determina el 61.60%. En cuanto a las estrategias del servicio al cliente se determinó 61.6% en relación a la satisfacción del cliente.

Palabra claves: competitividad, servicio al cliente, MYPE

### **Summary**

The development of the research workshop called: Characterization of competitiveness and customer service of the MYPE item lodgings, Urb. Ignacio Merino I stage. Piura 2017, Determine the main features of competitiveness and customer service MYPE lodging category Urb. Ignacio Merino I Stage of Piura, year 2017. Methodology was descriptive, level - quantitative, non- experimental design - cross section. The population was considered three units with 11 workers, the infinite population unknown for the two variables, the sample showed 138 using the survey technique, instrument questionnaire. Once the results analysis studies were determined, it was concluded: that the generic strategies developed in the MYPES, 63.8% were obtained as a result in relation to the cost leadership considers that the prices are economic, on the other hand, the types of competitiveness were determined 68.8% as a result in relation to competitiveness. Continuing with the variable attention Regarding the importance of customer service, 61.60% is determined. in terms of customer service strategies, 61.6% was determined in relation to customer satisfaction.

Keyword: competitiveness, customer service, MYPE



## Contenido

<b>EQUIPO DE TRABAJO</b> .....	3
<b>JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA</b> .....	4
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	5
<b>DEDICATORIA</b> .....	6
<b>Resumen</b> .....	7
<b>Summary</b> .....	8
<b>Contenido</b> .....	9
<b>Índice de las tablas</b> .....	11
<b>1. Introducción</b> .....	12
<b>2. Revisión de la literatura</b> .....	24
<b>2.1. Antecedentes</b> .....	24
<b>2.1.1. Variable: Competitividad</b> .....	24
<b>2.1.2. Variable Servicio al cliente</b> .....	32
<b>2.2. Bases teóricas de la investigación</b> .....	40
<b>2.2.1. competitividad</b> .....	40
<b>2.2.1.1. Estrategias competitivas</b> .....	43
<b>2.2.1.2. Tipos de competitividad</b> .....	45
<b>2.2.2. Atención al cliente</b> .....	47
<b>2.2.2.1 Conocer la importancia del servicio al cliente</b> .....	49
<b>2.2.2.2 Conocer las estrategias del servicio al cliente</b> .....	51
<b>2.3 Hipótesis</b> .....	54
<b>3. Metodología</b> .....	55
<b>3.1. Tipo de la investigación</b> .....	55
<b>3.2. Población y muestra</b> .....	56
<b>3.3. Definición y Operacionalización de variables</b> .....	58
<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	60
<b>3.5 Plan de análisis</b> .....	60
<b>3.6. Matriz de consistencia</b> .....	61
<b>3.7. Principios éticos</b> .....	63
<b>4. Resultados</b> .....	64
<b>4.1. Análisis de resultados</b> .....	84
<b>5. Conclusiones</b> .....	89
<b>6. Recomendaciones</b> .....	90
<b>7.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	91

<b>ANEXOS</b> .....	<b>98</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>96</b>

## Índice de las tablas

<b>Tabla 1</b> .....	64
<b>Tabla 2</b> .....	65
<b>Tabla 3</b> .....	66
<b>Tabla 4</b> .....	67
<b>Tabla 5</b> .....	68
<b>Tabla 6</b> .....	69
<b>Tabla 7</b> .....	70
<b>Tabla 8</b> .....	71
<b>Tabla 9</b> .....	72
<b>Tabla 10</b> .....	73
<b>Tabla 11</b> .....	74
<b>Tabla 12</b> .....	75
<b>Tabla 13</b> .....	76
<b>Tabla 14</b> .....	77
<b>Tabla 15</b> .....	78
<b>Tabla 16</b> .....	79
<b>Tabla 17</b> .....	80
<b>Tabla 18</b> .....	81
<b>Tabla 19</b> .....	82
<b>Tabla 20</b> .....	83

## 1. Introducción

La presente investigación se basa en obtener información acerca de la situación en que se encuentra las MYE rubro hospedajes, Urb. Ignacio Merino I etapa. Piura. Teniendo en cuenta las variables competitividad y servicio al cliente.

En la fecha 02 de julio del 2013, el congreso de la republica promulgo la ley N° 30056 “ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial” lo cual tiene como objetivo establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de la micro, pequeñas y medianas empresas. (Ramos, 2016)

Es de gran importancia y juegan un papel fundamental en la economía peruana Contribuyen con el 40% del PBI, fomentando el crecimiento económico del Perú cabe resaltar que las MYPE fomentan acciones de producción En el Perú actualmente existen casi 6 millones ,93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores), solo 0.2% pequeñas (1 a 100 trabajadores), las demás 5.9% son medianas y grandes empresas. Las MYPE aparecen por falta de empleo, la gente del campo migra a las grandes ciudades para tener mejores oportunidades. Las MYPE elaboran productos y ofrecen servicios, dándole un valor agregado al producto o servicio. (Castillo, 2019)

El estado peruano busca la promoción de la MYPE, de tal modo que la economía se mueva, proporcionando la inversión y promoviendo la generación de puestos de trabajo. Además, busca desarrollar programas con los jóvenes relacionado con la generación de nuevos empresarios.

La estabilidad del gobierno de Venezuela ha desviado volumen de negocios hacia destinos más seguros, como puede ser en este caso o nuestro país de Perú donde

en la actualidad en el Perú hay más de 750,000 ciudadanos venezolanos, cifra que se ha incrementado año tras año esto favorece el aumento de turistas para la provincia de Piura (Gestión, 2019)

Por otro lado, La republica (2016) la superintendencia nacional de registros públicos (SUNARP) ofrece los servicios de inscripción de actos y derechos que cumplen los requisitos de ley y publicidad registral. Al registrar una propiedad se acredita el derecho sobre ella, protegiéndola de cualquier acto que atente contra el derecho de propiedad. Asimismo, al inscribir la propiedad se está sujeto a crédito bancario, pudiendo así gestionar préstamos o créditos personales para mejorar la casa o emprender el negocio.

Bardales (2015) indica que la autorización y funcionamiento de estos establecimientos deberán estar inscritos en el Registro Único del Contribuyentes (RUC) para adquirir los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales. Además, deberán contar con la licencia de Funcionamiento. Los datos presentados por los titulares estarán sujetos a la presunción de veracidad. La mayoría de las MYPE cuentan con su respectiva licencia de funcionamiento y apertura de local y a menudo son supervisadas por la Municipalidad provincial de Piura.

Asimismo, López (2014) infiere en las maneras de conseguir financiación que pueden adaptarse o no a las diferentes situaciones de cada emprendedor. Las entidades financieras que existen son: Caja Municipal de Sullana, Caja Piura, Mi Banco, Scotiabank, Interbank, Banco del Crédito del Perú, Banco de la Nación, Banco Financiero, Caja Trujillo, Caja Paita, Financiera Confianza. Sin contar que existe un sinnúmero de usureros que pueden brindar financiamiento, de acuerdo al estudio se puede

Observar que estas MYPE si hacen uso de créditos de acuerdo a las necesidades que presenten en la entidad financiera que le brinde tasa de interés baja y crédito inmediato, así mismo en algunos casos recurren a familiares o amigos para ser financiados

según El Banco Central de Reservas (2019) en lo que respeta a la actividad económica peruana estaría creciendo 4,0%, sustentada en la evolución positiva de la inversión privada minera y en el sostenido crecimiento del consumo privado, lo cual quiere decir que no esta tan mala a economía peruana, los mercados laborales todavía van en un buen camino. Esta mantendría un ritmo de crecimiento de Producto Bruto Interno (PBI) DE 4% Para los años 2019 y 2020. Por lo tanto, esto repercute en las MYPE a causa de que la economía crece, los ingresos de la población aumentaran y las necesidades de viajar es frecuente, por ello los hospedajes tendrán mayor demanda. es importante considerar, que la industria turística está tomando cada vez un papel sobresaliente en el movimiento de productos y servicios, uno de los rubros que sobresale más en la economía de Ignacio Merino; esto se ha dado a causa de la competencia que existe en Ignacio Merino.

Por otro lado, El B lugar, el banco central de nuestro país acordó mantener la tasa de interés de referencia en 2.75%, dado que en enero último la tasa interanual de inflación y los indicadores de tendencia inflacionaria se ubicaron dentro del rango meta. Además, la autoridad monetaria peruana añadió que también se mantienen los riesgos respecto a la actividad económica mundial asociados a las tensiones comerciales, aunque se ha venido observando una menor volatilidad en los mercados financieros internacionales. (BCRP, 2019)

La inflación interanual pasó de 2,2 por ciento en noviembre de 2018 a 2,0 por ciento en febrero de 2019, ubicándose en el punto medio del rango meta. Las expectativas de inflación, que desde marzo de 2017 se mantienen dentro del rango meta, se ubicaron en 2,4 por ciento en febrero y se estima que disminuirán gradualmente hacia 2,0 por ciento en el horizonte de proyección. Esto beneficia a las MYPE de rubro hospedaje lo que les permite tener una mejor economía actuar de acuerdo al reglamento establecido (BCRP, 2019)

En el año 2018, la tasa de desempleo en Perú fue de 3.9%, menor a la del 2017, que fue de 4.1%, según señala el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Sin embargo, muchos de los puestos laborales ocupados no son formales, por lo que los trabajadores obtienen menos protección y beneficios en comparación con puestos formales, Con datos de 2017, se da a conocer tiene que Huancavelica y Cajamarca son las regiones con el mayor índice de informalidad en el país, con cifras de 91.29% y 90.12%, respectivamente y la región Piura se encuentra en el puesto treceavo de informalidad laboral, algunas MYPE se encuentran todavía en la informalidad laboral lo (mercados & regiones, 2019)

En cuanto, en lo **sociocultural** existe una Aparición de un mayor número de segmentos turísticos ligados al conocimiento (turismo cultural, religioso, ecológico) o a nuevas experiencias (gastronómico, de aventuras, náutico, etc.).

En primer lugar, las MYPE de investigación mantienen perseveran mucho los valores de su empresa, personas con formación, lo cual permite mantener su nivel de calidad, es Importante tener Amabilidad al momento de atender al cliente ya que el

horario de atención es las 24 horas del día sobretodo tener un buen equipo de trabajadores capacitados

El departamento de Piura se encuentra en el segundo lugar más poblado según el censo 2017 existen 1 millón 856 mil 809 habitantes una población muy numerosa donde debe existir mayor seguridad. (República, 2018)

En Piura encontramos la plaza de armas siendo el centro histórico de la ciudad teniendo a Asus costados la municipalidad y la iglesia catedral construida en la época colonial. Asimismo, tenemos a la casa de nuestro héroe Miguel Grau. Piura tiene una cultura de gran calidad con muchos lugares turísticos donde muchos turistas llegan de visita, tenemos las playas que también son muy visitadas por muchos turistas.

Piura es una zona muy turística cuenta con muchos lugares turísticos una de ellas y la más conocida es la ciudad de Catacaos, es un distrito que cuenta con una excelente gastronomía y principalmente con una artesanía de varios materiales

Según la Encuesta Nacional de Empresas (ENE), el 60% de las MYPE utiliza la tecnología de la información con un propósito de que su negocio se vaya mucho más mejor la cual les pueden ganar el doble a las otras MYPES que no lo utilizan (40%), por diferentes motivos ya sean negocios antiguos que no están acostumbrados a usar la tecnología o simplemente no les parece necesario utilizarla. (Exitosa, 2017)

Es muy importante ser uso de la tecnología en las MYPE, de esa manera el negocio será más competitivo, debemos estar al tanto y aprovechar las herramientas tecnológicas que ofrece el mercado, a través de distintas aplicaciones, de esta manera podrá mejorar los procesos, reducir tiempos de producción de la misma manera poder



llevar un mejor control financiero y sistemático la relación de los clientes. Hacer uso de la tecnología ayudara a dar el primer paso para el crecimiento empresarial.

Las unidades de investigación si hacen uso de la tecnología ya que esto les ayudara a que puedan duplicar sus ventas, están invirtiendo en televisores modernos, teléfono, cable, wifi, lo que hoy en día a mayoría de las personas hacen uso de estos servicios, asimismo la mayoría de ellas utiliza las redes sociales como el Facebook red muy común que la mayoría de personas lo utiliza, las MYPE más innovadoras dan una mejor calidad a sus clientes.

La ciencia, la innovación, la tecnología y el conocimiento son elementos fundamentales del crecimiento económico y social, para alcanzar un desarrollo sostenible que procure aumentar la competitividad y erradicar la pobreza.

El reglamento de los hospedajes es aprobado mediante Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, que establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje. Asimismo, Por esta razón las empresas de hospedajes cuentan con todos sus reglamentos establecidos como también su licencia de funcionamiento, Del mismo modo cabe mencionar los esfuerzos de la municipalidad provincial pe Piura en inversiones para la mejora, renovación y potenciación turística de la misma. (El peruano 2015)

El salario mínimo es la remuneración mínima de cada mes que debe recibir un trabajador en la actividad privada por una jornada laboral de ocho horas diarias. De acuerdo con la Constitución Política en su artículo 24, “las remuneraciones mínimas se regulan por el Estado con participación de las organizaciones representativas de los

trabajadores y los empleadores” Esto significa que la determinación no depende del mercado, sino de una decisión política, aunque se supone con sustento técnico. Los convenios de la Organización internacional del Trabajo (OIT), señalan que corresponde al Estado fijar la remuneración mínima de los trabajadores que laboran en la actividad privada. (Gestion, 2017)

A nivel de microambiente, podemos localizar las cinco fuerzas de Porter, esta herramienta accederá a las MYPE desarrollar nuevas oportunidades e realizar estrategias de desarrollo alcanzando ventajas competitivas el Poder de negociación de los proveedores hace referencia a la capacidad negociadora por parte de los proveedores en lo que consiste a los precios de un producto o servicio trayendo la depreciación de la rentabilidad en la industria debido a que los proveedores lograran un mayor valor. Este análisis permitirá a las MYPE desarrollar estrategias para lograr mejores acuerdo y condiciones favorables con los proveedores (Magretta, 2014)

En cuanto a las MYPE rubro hospedajes, hoy en día las están creciendo y siendo más competitivos, pero son pocos los que brindan servicios adicionales a sus huéspedes, las unidades de estudio cuentan con personal calificado para asumir su labor, también cuenta con cochera para responder la seguridad del vehículo del cliente, por otro lado, estos hospedajes brindan servicios de agua permanente, espacio de lavandería, TV, cable, asimismo la atención es las 24 horas.

Por otro lado, el personal de las unidades en estudio su mayoría son mayor de edad, asimismo se pudo identificar que en algunos de los hospedajes no brindan los beneficios de acuerdo a la ley a sus empleados, lo que les causa disconformidad. Es por este motivo es que algunos trabajadores no brindan adecuadamente un buen

servicio al cliente, lo que genera que el huésped no quede totalmente satisfecho y en otros casos han tenido la necesidad de dejar su trabajo, otro punto importante es que los empleados no cuentan con un uniforme adecuado por parte de los hospedajes dentro de su trabajo, lo que genera que los clientes tengan alguna desconfianza.

En cuanto a las amenazas de nuevos entrantes, en Ignacio Merino existen hospedajes que tiene años desempeñándose en el mercado, pero se puede dar la posibilidad de que entren otras unidades al mercado ya que en esta zona hay bastante competencia del rubro hospedaje, pero cada hospedaje cuenta con diferentes beneficios lo cual marca la diferencia. Algunos cuentan con aire acondicionado, teléfono privado, cable, wifi, sala de reuniones, sala de espera, seguridad interna en el establecimiento. Sin embargo, a las Hospedajes en estudio les falta innovar en lo que respecta a infraestructura, tecnología, atención al cliente, entre otros puntos importantes que se deberían tomar en cuenta en dichos establecimientos.

Asimismo, relación a la competencia de las MYPE en estudio se tiene a sus demás competidores de la misma urb. Ignacio Merino en la segunda etapa que también se conoce que en esta zona hay bastantes hospedajes. Estos hospedajes presentan una amenaza a las MYPE en estudio ya que se encuentran cerca del lugar, algunos con mejor tecnología lo que permite atraer a los clientes a su establecimiento. El grado de rivalidad existe, pero hay que hacer frente a ello.

Asimismo, el poder de negociaciones de los compradores, es un punto importante lo cual se debe tener en cuenta, en este punto se debe negociar con el cliente, ofreciéndole habitaciones con precio alto, pero siempre y cuando cubra su necesidad; o económico de acuerdo a su situación que se encuentre. Estas MYPE

ofrecen precios cómodos de acuerdo a su posición social o tipo de persona que requiera el servicio, al mismo tiempo estos clientes tendrán opción a escoger que habitación le conviene, también sucede que el huésped solicite habitación por varios días pidiendo que se le haga una merma al precio y el propietario o administrador del establecimiento acceda, entonces se observa que si existe el poder de negociaciones, ya que en algunos casos el propietario aceptado a bajar la tarifa de la habitación, por motivo que el cliente se quedaría varios días de alojamiento.

En cuanto a las amenazas productos sustitutos viene hacer un aspecto importante porque es ahí la clave donde se va estudiar la competencia, dado que ellos ofrecen un servicio similar. En este sector es muy rentable pero siempre y cuando sepan administrar adecuadamente para no fracasar. Analizando la herramienta de las fortalezas oportunidades, debilidades, amenazas (FODA) internas y externas de la organización, creando estrategias y de esa forma llegar al éxito. La competencia debatirá la rentabilidad de su empresa de acuerdo a muchos factores ya sea el precio, servicio al cliente, lo que permite determinar el nivel de competencia. De la misma forma se encuentran las casas, que suelen ofrecer espacios de alojamiento, en este punto los propietarios alquilan a un precio cómodo para el cliente, con sus respectivos servicios básicos. (Torres, 2016).

Por otro lado, el poder de los proveedores: en este punto se debe estudiar bien con que proveedor se va a trabajar, un proveedor es un organismo o persona que proporciona un producto, un proveedor puede ser interno o externo a la organización que se responsable de entregar el producto. Los hospedajes utilizan camas, sábanas, frazadas, almohadas, ventiladores, televisores, útiles de aseo, entre otros objetos, se debe contar con elementos de calidad para brindar un buen servicio y satisfacción al

cliente. Al adquirir estos artículos, el sector de hospedajes está caracterizado por tener una gran cantidad de proveedores, los principales proveedores de los hospedajes son: telefonía, ferretería, artículos de iluminación, alfombras, mueblerías, artículos de limpieza, televisor por cable, internet, es ahí donde se da el poder negociador de los proveedores, ya que los dueños acudirán a empresas que les ofrezcan precios por mayor y cómodos para obtenerlos, sin generar pérdidas en el negocio. (ISO 9001, 2015).

Según MINCCETUR (2018). El reglamento de los hospedajes es aprobado mediante Decreto Supremo N° 170-2018-MINCCETUR, que establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje.

En el capítulo III establecimiento de hospedaje, artículo 6 consiste la exigencia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) y licencia de funcionamiento, donde los propietarios de los establecimientos de hospedajes deben contar obligatoriamente con estos dos requisitos indispensables para el inicio de sus actividades, asimismo en el artículo 10 indica que los establecimientos de hospedajes que no cuenten con certificado de clasificación pueden identificarse utilizando los términos “establecimiento de hospedaje” u “Hospedaje”

En el capítulo IV, clasificación y/o categorización de establecimiento de hospedajes, en el artículo 12, menciona la forma en que se clasifican y/o caracterizan los establecimientos de hospedajes: clase hotel, apart – hotel, hostel, albergue, su categoría para el hotel es de una a cinco estrellas, para apart – hotel tres a cinco estrellas, hostel de una a tres estrellas.

Por otro parte, existe la ley 30802 que prohíbe el ingreso de menores sin la compañía de sus padres o tutores. La norma busca proteger la integridad de los niños y adolescentes, los establecimientos que no cumplan con lo señalado en la ley se cancelara la licencia de funcionamiento.

Algunas MYPE cuentan con las características antes mencionadas, sin embargo, otras la calidad de servicio que brindan a sus clientes, entre otros factores importantes carecen de ellas. Asimismo, la competencia juega un papel importante en este rubro, puesto que si el servicio es mejor obtendrán mayor afición de público y por lo consiguiente la rentabilidad será mejor. Es por esta razón que las MYPE en estudio si cumplen con la mayoría de requisitos establecidos de acuerdo a ley

Está presente investigación descende de las líneas de investigación denominadas: “caracterización de la capacitación competitividad y financiamiento y la rentabilidad en las MYPE”, línea que han sido asignada por la universidad y comprende el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

Conforme a la situación antes mencionada, se puede enunciar el problema como:

¿Qué características tiene la competitividad y servicio al cliente en las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa Piura, año 2017?

Este problema accede señalar como objetivo general: Determinar las características de competitividad y atención al cliente MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa de Piura, año 2017. Además, los objetivos específicos son: (a) identificar las estrategias de competitividad que aplican las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I etapa Piura, año 2017 (b) conocer los tipos de competitividad que emplean las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa de Piura, año

2017; (c) conocer la importancia del servicio al cliente que aplican las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I etapa Piura, año 2017 (d) determinar las estrategias del servicio al cliente que usan las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I etapa Piura, año 2017.

Se empleará la investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleará la técnica de recojo de datos encuesta, teniendo como instrumento el cuestionario estructurado que contiene preguntas de escala nominal para la variable competitividad y servicio al cliente. Asimismo, la presente justificación se realiza

La presente investigación se **justifica** porque permite determinar las características de las MYPE rubro hospedajes, asimismo para realizar esta investigación, la universidad debe cumplir de acuerdo a la ley universitaria N° 30220, artículo 45° inciso 45.1 SUNEDU (2016); para la obtención del grado de Bachiller, se requiere haber aprobado los estudios de pregrado.

Teórica: Esta investigación se realizó porque sirve de información a la comunidad y les permita ampliar el conocimiento en lo relacionado a mejorar la competitividad y servicio al cliente de las MYPE rubro hospedaje, ya que es muy conveniente que se sigan el proceso hacia un mejor crecimiento de alta calidad contribuyendo a mejorar la competitividad de su negocio aplicando estrategias modernas.

Metodológico: La investigación aplicará la metodología científica para la recolección de los datos se emplean fuentes primarias y secundarias, como también buscando información de diferentes fuentes y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información de las empresas rubro hospedajes.

## **2. Revisión de la literatura**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Variable: Competitividad**

Para realizar esta presente investigación se tomó como fuentes de estudio diferentes tesis Internacionales, Nacionales y Regionales a lo largo del tiempo, que han sido desarrolladas en diferentes bibliotecas especializadas en administración y/o otras carreras afines, se logró encontrar los siguientes estudios similares que tienen vinculación con el tema central de la investigación, a fin de fundamentar teóricamente las siguientes investigaciones:

Salazar, (2016). En su investigación denomina “Ventajas competitivas en los Hoteles de Empresa Familiar en el Eje Cafetero de Colombia” De la universidad de Manizales (Colombia). La metodología utilizada fue descriptiva.

Concluyó que las ventajas competitivas en el sector hotelero de empresas de familia, depende de las condiciones dadas por el desarrollo de los factores propios del destino donde está localizada. Esto permite su nacimiento y su expansión, destacando que la capacidad tiene que ver con: el territorio, los recursos naturales; las condiciones socioeconómicas de la región y las políticas públicas utilizadas para el mejoramiento del sector hotelero, conocidas como las ventajas comparativas que permiten su innovación y emprendimiento de los empresarios, para impulsar el crecimiento, establecimiento y desarrollo de una empresa familiar.

Las ventajas competitivas basada en los recursos, han centrado en las empresas, que mientras el paradigma del análisis estratégico que de forma tradicional se aplica,



se ha tenido un enfoque en el medio ambiente y en la industria. Se calcula que la tecnología de la información se duplica cada año y medio, bien sea en cantidad o en velocidad, lo que, en forma directamente proporcional, genera oportunidades de nuevos negocios o al menos el mejoramiento y variedad para efectuar los ya existentes. Se concibe casi como un pecado estar por fuera de las prerrogativas que ofrece el Internet, por ejemplo, el no contar con una página web, desconocer el comercio electrónico y demás opciones que la red ofrece, con una cobertura universal y a costos mucho más favorables que los que tradicionalmente maneja la organización en áreas como la publicidad; sumando a lo anterior el que dicha red funciona 24 horas al día durante todos los días del año.

Calderón (2015), realiza una investigación denominada “análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano, trabajo presentado en la Universidad Nacional, (Colombia.) La metodología es de tipo cualitativa.

El autor concluyó que en hallazgos importantes que sostienen la hipótesis inicial del estudio: la capacitación formal del capital humano en diferentes áreas del conocimiento, así como el tipo de contratación influye de una manera significativa en la competitividad de las PYMES de estas organizaciones.

Para complementar el análisis del impacto del capital humano en los niveles de competitividad de las PYMES del calzado ubicadas en el barrio el Restrepo y sugerir propuestas de mejora de esta competitividad, se remitió a revisar las políticas y planes de competitividad para las PYMES, formuladas en los gobiernos presidenciales de los

Últimos tres mandatos presidenciales, es decir entre los años 2006-2014, correspondiente a las dos administraciones de Álvaro Uribe Vélez y la primera administración de Juan Manuel Santos Calderón. De igual forma se revisó el plan regional de competitividad para Cundinamarca y Bogotá para los años 2010 – 2019.

Icaza, (2016) en su trabajo de titulación, “Análisis del turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil” de la universidad católica de Santiago de Guayaquil (Ecuador).

Concluyó que estudio fue limitado debido a que no existe un registro oficial de los establecimientos informales que se encuentran registrados en la plataforma Airbnb. Investigación primaria, entrevistas y comparación de comentarios formaron parte de esta investigación. Por último, las conclusiones emitidas en este documento se basan exclusivamente en la información obtenida durante este proceso.

La tendencia del turismo colaborativo no es una situación nueva del siglo XXI, debido a su historia en donde existen registros desde la segunda guerra mundial. Sin embargo, a partir del 2008, Airbnb se ha convertido en el intermediario para que esta tendencia sea conocida a nivel mundial. Debido a su rápida expansión, en ciudades de Europa y Estados Unidos han establecido regulaciones que permiten operar de manera legal la actividad de alojamiento en casas, apartamentos y habitaciones compartidas o privadas.

En el contexto económico, el turismo colaborativo puede contribuir como una fuente de trabajo permanente para las personas. Por tanto, les permite aumentar sus ingresos y mejorar su calidad de vida. Incluso, la economía del país también se ve

beneficiada debido a que los turistas consumen los productos y servicios que se ofertan dentro del territorio.

Vásquez, A, M. & Maldonado, P, F. (2017). En su Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para el Grado Académico de Magíster en Administración Estratégica de Negocios Con Mención en Gestión Empresarial. “Responsabilidad social interna y ventaja competitiva del capital humano en el sector hotelero de 3 y 4 estrellas de la ciudad de Cajamarca. De la escuela de posgrado UPAGU.

Concluyó que las gestiones de los hoteles de 4 y 3 estrellas de Cajamarca deben reforzar más las gestiones que impliquen buscar fortalecer su organización desde la competitividad del capital humano que permita cumplir con los objetivos estratégicos como posicionamiento, ingreso a nuevos mercados etc.

La gestión pública no solo debe cumplir un marco regulatorio de la actividad hotelera en Cajamarca, se sugiere fomentar capacitaciones sobre responsabilidad social interna que signifique modelos exitosos, los cuales deben ser replicables a futuros negocios hoteleros como componentes de mejora, para ello esta información debe ser tomada por gremios e instituciones públicas del sector hotelero en Cajamarca para futuras decisiones.

Vargas (2018). En su investigación 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” La Metodología de investigación, es de tipo descriptiva de nivel cuantitativo, Diseño no experimental transversal.

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.

Namuche. K. A, (2018). En su tesis para optar el título de licenciado en administración titulada “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE en el sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017” La metodología fue de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte trasversal, teniendo en cuenta la población de 79 trabajadores de los hospedajes.

concluyó que las MYPE del rubro hospedaje se identificó que están tomando mucho énfasis en la atención al cliente, porque es lo más importante al momento de ofrecer el servicio, en donde cuentan con personal de buena presencia, limpio, que trabajan con sus materiales y equipos idóneos y en buen estado para resolver cualquier necesidad que el usuario tenga, además de crear una decoración y ambiente agradable para que los usuarios se sientan como en su casa y así poder dar un mayor placer, contando con buenas ubicaciones estratégicas para el usuario y así disfrutar de la ciudad; así mismo cuentan con sistema de seguridad para salvaguardar la vida de los usuarios.

Se pudo identificar que las estrategias que utilizan las MYPE del rubro hospedaje en tumbes es de estar en constante observación hacia la competencia para poder desarrollar planes que ayuden a mejorar cada día el servicio, y al mismo tiempo de que los emprendedores están demostrando tener compromiso por brindar servicio de calidad, teniendo capacitado al máximo al trabajador porque ellos son los que están en constante contacto con los usuarios, identificando cada cambio que suceden en nuestro entorno, para desarrollar ideas que ayuden a crecer el negocio, hacia un tener impacto social y participación importante dentro de la globalización, y cada plan que desarrollen, sus trabajadores logren adaptarse para una mejor dirección hacia el éxito, para poder contrarrestar los bajos precios que ofrecen la competencia.

Se pudo conocer que las MYPE del rubro hospedaje desean implementar en su mayoría el servicio alimentación a la habitación, además de los paquetes de tours que son la sensación y la base del servicio de los usuarios, identificando los hábitos de cada consumidor para innovar y mejorar el servicio, en el cual los emprendedores utilizan las redes sociales para poder interactuar y así poder manifestar el servicio, teniendo unas tarifas de pago por el servicio moderadas y competitivas, que los ayuda a tener un valor agregado y ser diferente a la competencia.

Bances (2018) en u investigación titulada Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPEs de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018. La Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal.

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. Las necesidades identificadas para el desarrollo de la gestión de calidad a través de la transacción comercial al requerir un hospedaje, el desempeño del personal del hotel siendo cumplidor de sus tareas y atender con amabilidad a los clientes.

En relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped.

Castillo, G, C. (2019) En su tesis denominada “caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019”. De la Universidad Católica los Ángeles Chimbote filial (Piura). La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, corte transversal.

concluyó que, en cuanto a los factores determinantes de la competitividad sistémica, se identificó a los más importantes, como la innovación, la cual es fundamental en las MYPE, y la política fiscal responsable que el gobierno debe manejar. Por otro lado, se identificó, que la mayoría de propietarios, invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios.

Con respecto a las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro hospedajes, se identificó a las más relevantes que genera la competitividad; se encuentran ubicadas en un lugar clave, los trabajadores poseen atributos para atender al público, y además el servicio de hospedaje satisface los requerimientos de los clientes.

En conclusión, a las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE rubro hospedajes, se identificó que la capacitación genera calidad, motivación, comunicación, una mejor imagen, actitud. Asimismo, la competitividad genera innovación, el gobierno tiene que manejar una política fiscal responsable, las MYPE se encuentran ubica en un lugar clave, y los trabajadores poseen atributos.

Minga J. (2018). En su tesis para optar el título profesional de licenciada en administración titulada “capacitación y competitividad de las MYPE del servicio rubro hoteles de Chulucanas año 2018”. Se empleó la metodología nivel de investigación descriptiva, el tipo de investigación cuantitativa, diseño no experimental, con corte transversal.

Concluyó que uno de los beneficios de la capacitación es que genera a su personal un alto rendimiento dentro de sus funciones en el área competente, mejoras las habilidades y actitudes para atender las distintas necesidades que el cliente requiera, proyectando una buena imagen tanto de la empresa como del personal que lo atendió.

Uno de los factores para lograr una buena competitividad dentro del rubro hotelero es la calidad del servicio, si la calidad brindada es competente tendremos una mayor demanda de clientes dentro del mercado ya sea nacional o internacional. Finalmente, los tipos de competitividad en las MYPES hoteleras serían las

implementaciones de servicios turísticos, ya que brindado adicionalmente estos servicios estaría siendo reconocida por clientes extranjeros ya que Chulucanas es conocida como la tierra de la cerámica, el mango y el limón, ya que es una ciudad exportadora de estos productos.

### **2.1.2. Variable Servicio al cliente**

Quiróa, D. (2015) En su tesis para optar el título de licenciado en administración de empresas denominado “Servicio Al Cliente En Hoteles De La Ciudad De San Marcos” en la Universidad Rafael Landívar – (Guatemala) El presente estudio de investigación es de diseño descriptivo

Concluyó que La conclusión más importante indicó que el servicio al cliente en las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos desde el punto de vista de los huéspedes, gerentes y colaboradores, menciona que es importante establecer correctamente el servicio al cliente, porque es un factor determinante en la imagen y prestigio de la empresa hotelera y con ello lograr la fidelización de los usuarios. A su vez, se realizó una propuesta titulada “Guía del Servicio al Cliente”, en hoteles de la ciudad de San Marcos. Se propusieron seis pasos para mejorar el servicio al cliente en empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos.

Gonzales, R. (2014) En su trabajo de investigación denominada La Calidad y la Satisfacción del Cliente en el hotelería low cost. De la Universidad de Valladolid (España). La metodología es de tipo descriptiva.

En el primer capítulo se ha visto la diferencia entre los conceptos de calidad y el de satisfacción del cliente. Es un capítulo de conceptualización dónde he podido comprender lo que es la calidad, los aspectos de su gestión y la importancia que tiene



para un hotel implantar Normas de Calidad, concretamente la Q de Calidad. La conclusión que saco es la importancia de satisfacer al consumidor. Un consumidor satisfecho repite de establecimiento ya sea el mismo hotel u otro de la misma cadena o grupo, entonces se generan clientes para otros hoteles del grupo. También se aprecia la importancia de que el cliente se vaya satisfecho de un hotel porque a la hora de expresar sus experiencias en las webs como Tripadvisor.com o Booking.com pueden condicionar a otros clientes con los comentarios que se escriben a la hora de elegir un hotel u otro en base a puntuaciones y comentarios. Esta situación post consumo es muy importante de controlar, puesto que, la opinión del cliente una vez abandona el hotel es muy difícil cambiarla.

Droguett. (2012) “Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes” trabajo presentado en la Universidad De (Chile) concluye que En un contexto donde la competencia dentro de la industria automotriz se hace cada vez más dura, las experiencias de servicio y, en consecuencia, las evaluaciones que los clientes hacen de las mismas, cobran gran relevancia. Gran parte de las actitudes de las personas hacia una marca de la industria tienen que ver con las experiencias de servicio que ha tenido con la misma, elevando el nivel de recomendación y recompra en las marcas que hacen un buen trabajo en los temas relacionados a servicio al cliente.

Ramos (2015) realizo una investigación titulada “caracterización de la calidad de servicios bajo el modelo servqual en MYPE del sector servicios – rubro hospedajes del distrito de Juliaca, 2015” de la universidad católica los Ángeles de Chimbote , En

cuanto al tipo de investigación es descriptivo y el nivel cuantitativo, concluyó que la calidad de servicio obtenida en la dimensión de elementos tangibles fue desacuerdo debido a que no se encontraron buenas instalaciones físicas, dentro de las habitaciones no se encontraron equipos y ni servicios necesarios para la comodidad durante su estancia, el personal si bien es limpio no cuenta con uniformes ni implementos necesarios. La Calidad de servicio obtenida en la dimensión de fiabilidad los clientes están en desacuerdo si alguien en el hospedaje se compromete a hacer algo por el cliente, así mismo los clientes están desacuerdo por la manera que los servicios que presta el hospedaje son no presentados correctamente, si el 85 cliente solicita algo al personal no le informan exactamente cuando se le proporcionarán, están en desacuerdo que no en todo momento a todas horas del día y en todos lugar reciba un servicio de calidad.

Trujillo, P. (2017) para obtener su título profesional de Licenciada En Administración en Turismo Y Hotelería realizo su tesis denominada Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017. De la Universidad Cesar Vallejo (Lima) La metodología que se utilizó en este presente trabajo tiene como relación el enfoque cuantitativo de diseño no experimental de nivel descriptivo con corte transversal o transaccional. Donde se encuestó a 180 huéspedes del hospedaje Anra en diferentes temporadas, es así que el instrumento que se utilizo fue el cuestionario.

concluyó que la calidad de servicio del hospedaje Anra es regular ya que los huéspedes mostraron un grado de aceptación en la atención recibida durante su estadía, por el cual, podemos optimizar el servicio de los colaboradores sin embargo, a pesar de que tienen buena atención, solo logra tener usuarios conformes con los servicios

recibidos, pero en gran parte de las encuestas realizadas y en los mismos resultados indican que los huéspedes están de acuerdo mas no totalmente satisfechos con los servicios recibidos, esto probablemente se debe a la falta de conocimiento de los estándares de calidad ya que no logran sobre pasar las expectativas que pudieron tener al momento de ingresar al hospedaje .

El personal es una dimensión de gran importancia en toda empresa de servicio; es así que debe estar preparado para brindar una atención especializada y profesional. Por ende, los usuarios del hospedaje Anra se encuentran en su mayoría conformes con el desempeño de los colaboradores puesto que muestran interés en resolver los problemas presentados de forma eficaz, pero sin antes recalcar que se debe trabajar en conjunto para un mejor servicio, así mismo se busca tener clientes fiables que puedan recomendar al hospedaje.

Referente a las instalaciones, se concluyó que la implementación de las habitaciones, en un ambiente higiénico y cómodo brinda confort a los huéspedes, más aún, si el área de recepción es cómoda y dinámica. Es así que el hospedaje cuenta con zonas seguras y todos los documentos en orden y fiscalizados por el municipio del distrito por otro lado uno de los problemas frecuentes en el hospedaje es la falta de redes de comunicación (wifi) por los cuales los huéspedes sienten un poco de molestia durante su estadía.

Ballón (2016) en su tesis de investigación denominada “Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay” tesis presentada de la universidad ESAN Abancay (Apurímac) la metodología es de tipo descriptiva. En conclusión, la variable

de “empatía” fue la que mayor influencia tuvo en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay, después le siguió la “capacidad de respuesta” y finalmente “elementos tangibles”. Así también se verificaron las hipótesis con el análisis de regresión múltiple y se afirmaron lo siguiente:

- Se afirmó la hipótesis 1: los "elementos tangibles" influyen en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Dicha afirmación fue debido a que el nivel de significancia fue menor a 5% ( $P < 0.05$ ).

Se afirmó la hipótesis 2: la "capacidad de respuesta" influye en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Dicha afirmación fue debido a que el nivel de significancia fue menor a 5% ( $P < 0.05$ ).

Se afirmó la hipótesis 3: la "empatía" influye en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Dicha afirmación fue debido a que el nivel de significancia fue menor a 5% ( $P < 0.05$ ).

Mariola, M. (2015). En su tesis denominada “Análisis de la calidad del servicio de empresas turísticas y la satisfacción del cliente para diseñar una propuesta de mejora. caso: Cancha que, Huancabamba, Piura-Perú. En la universidad Nacional de Piura. La metodología es descriptiva - correlacional – no experimental – transversal.

La presente investigación tiene como conclusión Se ha determinado el nivel de percepción de los clientes sobre la calidad del servicio que brindan las empresas turísticas y sobre la satisfacción del mismo en la ciudad de Canchaque, al año 2015. Existe correlación. En general respecto a si estoy satisfecho con el servicio recibido en la empresa turística que corresponde a la dimensión satisfacción global, la mayoría está medianamente de acuerdo con en general estoy satisfecho con el servicio recibido

en la empresa turística. Sobresale hospedajes. b) Se ha determinado el nivel de la percepción de los clientes sobre la confiabilidad del servicio que brindan las empresas turísticas en la ciudad de Canchaque. La mayoría está ni de acuerdo ni en desacuerdo con el cumplimiento de promesas de tiempo en los hospedajes. Respecto a solución de problemas que corresponde a la dimensión fiabilidad, la mayoría está ni de acuerdo ni en desacuerdo con solución de problemas en los hospedajes. Respecto a servicio confiable que corresponde a la dimensión fiabilidad, la mayoría está totalmente de acuerdo con servicio confiable en los hospedajes. Respecto a brinda información en tiempo pactado que corresponde a la dimensión fiabilidad, la mayoría está ni de acuerdo ni en desacuerdo y mediamente de acuerdo con brinda información en tiempo pactado en los hospedajes. Respecto a percepción de registro de muchos datos que corresponde a la dimensión fiabilidad, la mayoría está mediamente de acuerdo con percepción de registro de muchos datos en los hospedajes.

Calle, E. (2018). En su tesis para optar el título de licenciado en administración denominada “Análisis de la calidad del servicio de las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías, año 2016” De la universidad nacional de Piura. La metodología de investigación La metodología empleada es: descriptiva, cualitativa, cuantitativa, no experimental y transversal.

Concluyó que el análisis de la calidad del servicio de las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías, denota que el nivel de percepción de los clientes sobre la calidad del servicio que brindan las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías, año 2016; fue de 3.7337 equivalente a alta calidad del servicio. Dicho resultado es equivalente a 14.93 en sistema vigesimal que denota una calidad que debe mejorar sustancial y continuamente para lo cual se debe acudir al trabajo conjunto de las

empresas de servicio turístico con la Municipalidad de Frías, Fundaciones, ONG y entidades gubernamentales. Las dimensiones mejor evaluadas fueron elementos tangibles y seguridad, lo cual es compatible con la presencia rústica de la infraestructura de las empresas turísticas, así como la tranquilidad que se vive en la localidad.

El nivel de la percepción de los clientes sobre los elementos tangibles del servicio que brindan las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías; fue de 3.8587 equivalente a alta calidad del servicio. Dicho resultado es equivalente a 15.43 en sistema vigesimal y debe mejorarse. Se resalta la forma rural de la infraestructura de las empresas turísticas. El nivel de la percepción de los clientes sobre la fiabilidad del servicio que brindan las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías; fue de 3.5978 equivalente a alta calidad del servicio. Dicho resultado es equivalente a 14.39 en sistema vigesimal y debe seguir la mejora continua.

El nivel de la percepción de los clientes sobre la responsabilidad del servicio que brindan las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías; fue de 3.8098 equivalente a alta calidad del servicio. Dicho resultado es equivalente a 15.24 en sistema vigesimal y debe seguir la mejora continua.

Cueva (2015) en su estudio realizado sobre “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones” presentado en la Universidad de Piura año 2015 para obtener el Título de Ingeniero Industrial y de Sistemas, utilizó el modelo SERVQUAL, el cual define la calidad de servicio como la brecha existente entre las expectativas y percepciones que tiene el cliente antes y después de recibir el servicio.

Concluyó que la calidad de servicios se ha convertido en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas. De ella depende en gran medida la satisfacción de los clientes, de la cual se desprenden factores importantes como la frecuencia de compra, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio. Por ello, las empresas cada vez prestan más atención a estos aspectos, y buscan continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a los existentes. Dada la subjetividad de los servicios, es difícil determinar el nivel de calidad de un servicio y su impacto en los resultados de la empresa. Además, la calidad de servicio es un concepto abstracto, de naturaleza compleja, cuya evaluación incorpora dos componentes claramente subjetivos: las expectativas y percepciones de los clientes.

Permiten concluir acerca de la calidad de servicio que se ofrece a los clientes. Si el valor de la brecha es positivo, se puede concluir que las expectativas de los usuarios fueron superadas, y mientras más positiva sea la brecha, más sorpresa se generó en el cliente. En el caso contrario, en que la brecha tiene un valor negativo, se deduce que el cliente esperaba más acerca de su experiencia que lo que en realidad percibió o recibió.

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

### **2.2.1. Competitividad**

La competitividad para toda empresa u organización simboliza la capacidad de luchar exitosamente en los mercados mundiales y frente a las importaciones en su equipo territorial, la competencia también depende de la correspondencia entre el costo y la cantidad de los bienes o servicios a brindar y los insumos necesarios para adquirirlo, y la producción de los otros ofertantes del mercado. Cada una de las empresas u organizaciones que se cree triunfante ha conseguido una combinación óptima de experiencias, habilidades empresariales y política gubernamental, para que la empresa tenga mayor competitividad tiene que tener precios más cómodos o también ofertas que su otro rival competitivo para de esa manera poder ser más competente. (Estrada, & Sanabria, 2014).

Según Bances. E (2018) indica que es la capacidad de definir la competitividad a través de los recursos internos de la empresa con el objetivo de lograr una ventaja competitiva, dando mayor validez al modelo propuesto de la competitividad y lograr las metas establecida por la organización

Las compañías conservan ventajas competitiva cuando obtiene característica diferencial en relación de sus demás rivales que se encuentran cerca a la empresa competente, que le concede la extensión para así lograr unos beneficios superiores a ellos, de forma sostenible en el periodo. (Diaz , 2015).

Tenemos algunas características que cambian a las empresas u organizaciones hacer más competentes lo que permite destacase en la sociedad y en el todo lo que se relaciona con los negocios de todo el mundo,



1. Motivación a los empleados. – esta es considerada una característica importante para que las personas se mantengan activas y mantener una conducta adecuada, es importante o considerable que todas las organizaciones motiven de diferentes formas o métodos a su equipo de trabajo, de tal forma que se sientan apreciados, importantes y valiosos sin interesar su puesto o cargo, lo cual permite que el personal comience a considerarse pieza fundamental en la empresa y se interese por su éxito, contribuyendo con opiniones creativas e innovadoras a la empresa y de esa manera juntos poder lograr los objetivos planeados.

2. Cree en la innovación. Los especialistas en competitividad revelan que una organización no debe permanecer con estrategias antiguas, una empresa competitiva siempre debe estar cada día más renovada en toda forma de innovación. El encargado de la empresa es el que tiene la responsabilidad de innovar y mejorar cada día en las prácticas tecnológicas y relaciones humanas, lo que se tiene que hacer es analizar todo el proceso que ejecuta la organización y también estudiar lo que se puede reparar para la mejora de la empresa.

3. Es una figura líder. - en esta característica hace mención que cuando la empresa influye en cada persona que forma parte de la organización, hace que todo su equipo de trabajo le ponga dedicación sea cual sea su puesto que viene elaborando con el propósito de lograr con eficiencia y eficaz las metas y objetivos de la empresa. El líder busca como influir en las personas, ser honrado estar comprometido y ser el ejemplo de los demás, para James Hunter, experto en temas de liderazgo, da a conocer

que un verdadero líder no obliga a sus trabajadores, si no que hace que sus colaboradores hagan sus labores sin ellas darse cuenta.

4. comparte el conocimiento. Los dueños de las empresas o toda persona con mayor nivel o cargo en el que se desempeña no debe ocultar o limitar en colaborar sus conocimientos, instrucciones a sus trabajadores. Cuando una persona da a conocer y estar al y está al pendiente de los demás es una persona admirado y respetado, un empresario siempre debe ser compartido con sus demás colaboradores para que de esa manera la empresa sea mucho mayor competente. (Hernández, 2015)

5. Es realista Las empresas siempre deben ser realistas en muchos momentos, una organización o empresa competitiva debe de saber en qué situación se encuentra, luego de la información que se obtenga, puedan tomar medidas aptas para poder lograr los cambios. Durante los contratiempos ser siempre positivos, si hay problemas de liquidez debe ser realista y pensar que todo se solucionara lo más pronto posible. Si suceden criticas debe ser conscientes que es por algo, se realista y consiente que no todo va salir tan bien como tú te imaginabas, tu empresa no siempre le va gustar a todas las personas, pero debe estar atento ante las insuficiencias que te alertan los clientes y así poder subsanarlas. (Matesanz, 2014)

### **2.2.1.1. Estrategias competitivas**

**Según Porter, M. (2017) existen tres Estrategias competitivas genéricas.**

Estas estrategias toman acciones defensivas, aplican eficazmente fortalezas competitivas de esa manera consiguen un excelente rendimiento sobre la inversión para la compañía. Las empresas han descubierto muchas formas de hacerlo; la mejor estrategia es la que refleja sus circunstancias particulares. No obstante, en el nivel más general se identifican tres estrategias genéricas de compatibilidad interna (utilizable en forma individual o combinadas) para lograr la posición defendible a largo plazo y superar el desempeño de los rivales.

#### **Tres estrategias genéricas de una ventaja competitiva**

##### **El liderazgo en costos globales**

Esta estrategia consiste en vender los productos o servicios a un costo menor de los demás rivales, de tal forma que no exigen ser los mejores, lo importante tener una calidad aceptable, estos deben ser dirigidos a las clientelas orientados al precio. Esta estrategia se orienta en la creación de economías de escala en todos los movimientos de del proceso empresarial. Por esta razón, solo tiene sentido en los mercados grandes. El riesgo de esta estrategia viene hacer la imitación por parte de los demás competidores.

##### **Diferenciación**

Esta estrategia diferencia el producto o servicio que se ofrece, creando así algo que la industria entera se percibe como único. Un diferenciador no puede ignorar su posición de costos, ya que el valor adicional percibido por el consumidor debe ser

superior a la diferencia en precio respecto a otros productos de la competencia, por las características diferenciales, Las formas en que se logra son diversas: el diseño o la imagen de marca, tecnología, características, atención al cliente, redes de distribución, rapidez de entrega, oferta de servicios complementarios entre otros, en el mercado es muy recomendable que sean poco sensibles al precio.

Esta estrategia pueden tenerla varias compañías, sus riesgos son que la característica diferencial sea emitida por los competidores y los compradores no valoren en la medida suficiente

### **Enfoque o concentración**

Esta estrategia es muy diferente a las otras por que descansa en la elección de un panorama de competencia dentro de un sector industrial, Esta estrategia procura ante todo dar un servicio excelente diseñado para responder a sus necesidades y preferencias del consumidor a un segmento específico del mercado, está dirigida a un mercado más pequeño, pero su definición le permite ampliar su eficiencia. los principales riesgos son que los competidores dispongan desplazarse al mismo mercado, por otro lado, que la segmentación no esté bien realizada, como también que se pierdan oportunidades en otros segmentos del mercado.

### **2.2.1.2. Tipos de competitividad**

Para poder definir los tipos de competitividad existentes en la actualidad, se realiza un repaso por diferentes enfoques, este autor hace mención de los tipos de competitividad que podemos encontrar en el ámbito empresarial.

Según Namuche. K. A, (2018), la competencia de una empresa es la amplificación que posee para fabricar productos con estándares de calidad, utilizando eficazmente sus recursos, comparando con otros negocios del mismo rubro en un periodo.

#### **a) Competitividad sistémica**

Este tipo de competitividad enfatiza la importancia de aquellos factores que determina la evolución de los sistemas económicos y que son sistemáticamente tratados por los enfoques convenientes de la macro y la microeconomía. Adicionalmente el éxito de una empresa radica en parte de las estrategias y políticas en favor de su competitividad, las cuales deben ser de uso frecuente, además es indispensable que se incorporen en los posesos de innovación con el fin de mantenerse por encima de la competencia en el sector en el que pertenece la empresa. Uno de los requisitos para poder ampliar la competitividad sistemática es que entidades y personas que forman parte, sean aptos de coordinar tareas, conservando un diálogo activo. (UTOPIA, 2017)

#### **b) Competitividad Estática / Dinámica**

La competitividad estática se desarrolla en la competencia de precios, la oferta iguala a la demanda, y en algunos casos la supera al invertir en activos fijos, estos se cambian en obsoletos, en un entorno variable este tipo de competitividad no hace progresar la organización mientras que la dinámica se dedica a perseguir la innovación hoy en día

el marketing de las organizaciones es determinante, enfocándose a mejorar el servicio al consumidor. (Galeano, 2017)

**c) Competitividad auténtica.**

La competitividad autentica es la principal fuente de mejora en los niveles de productividad laboral, usa recursos naturales y el costo se realiza sobre las remuneraciones laborales así que su recorrido en el tiempo es muy limitado. Permite una mayor sección en los mercados internacionales de productos con elevado contenido tecnológico. Las ganancias de competitividad espurias, se aprecian con cierta facilidad y rapidez, pero no se mantienen en el tiempo. (Fernando, 2011)

**Bances, (2018)**

**Competitividad ambiental.**

Este tipo de competitividad ambiental se da comprobadamente como respuesta alguna precaria concientización ambiental dentro de las organizaciones, con el objetivo de contribuir con el desarrollo así mismas, manifestándole un conocimiento de los instrumentos ambientales adecuadas, una correcta adecuación la normativa nacional vigente, al mismo tiempo el acceso a los mercados.

**Competitividad estática**

Es un tipo de competitividad que hoy en día no es útil para esta época en la que según sectores la oferta iguala a la demanda, y en ocasiones hasta la supera. Al invertir en activos fijos, estos se convierten en obsoletos; en un entorno variable este tipo de competitividad no hace tener buenos resultados en la empresa.

## Competitividad dinámica

Este tipo de competitividad se ve reflejado en el “marketing” de las empresas es determinante; y los esfuerzos deben enfocarse continuamente al servicio del cliente, dando la mejor calidad para que de esa forma los clientes se sientan contentos y sobretodo satisfechos por el servicio brindado.

### **2.2.2. Atención al cliente**

#### **Características del servicio al cliente**

Según Quiróa. D,(2015) el servicio al cliente viene hacer un conjunto de actividades que se da siempre de naturaleza intangible lo cual se utiliza por medio de la interacción entre el cliente y el empleado, que ofrece un suministrador con el propósito de que el cliente obtenga el producto en el lugar y en el momento adecuado y se asegure un usos correcto del producto, el servicio del cliente también se encarga de conocer las necesidades actitudes y gustos de los clientes, buscando una manera más correcta y eficaz de satisfacer dichas necesidades .

Por otro lado ( Lorette, 2017) Para cualquier dueño de una empresa exitosa, el servicio al usuario es la pieza clave para el éxito de la empresa, deben tener un departamento de servicio donde pueda satisfacer a los clientes, logrando la lealtad y puedan regresar los clientes.

#### **✓ Atención rápida**

A las personas lo que les molesta es tener que esperar o sentirse que los ignoren. Si llega un cliente y estamos ocupados, tenemos que dirigirnos a esa persona de una forma muy respetuosa y decirle estaré con usted en un momento.

(schnaech,2011)

✓ **Amabilidad**

Tener un comportamiento o acto que resulte caritativo, solidario o afectuoso con las demás personas, por eso es que engloba diversas actitudes, como la simpatía, la generosidad, y la compasión. Y de esa forma el cliente de acuerdo a la amabilidad él decidirá si regresa otra vez o ya no, es obvio que si es atendido de la mejor manera regresara otra vez, pero si no es atendido de la forma que se lo merece el decidirá ya no regresar. (Pérez, 2014)

✓ **Conocimiento**

Explicar detalladamente sobre el producto o servicio como funciona y que servicios adicionales incluyen como las garantías, plazos de entrega, mantenimientos, etc. (delgado, 2011)

✓ **Comunicativos**

Una de las principales características de los trabajadores orientados al servicio al cliente, se encuentra en la comunicación la manera en que se deben comunicar hacia los clientes tiene que ser de la manera más adecuada para que así puedan regresar en otra ocasión. La comunicación entrelaza varias de las características mencionadas anteriormente, para presentar una capacidad general para interactuar positivamente con los clientes. Las habilidades de comunicación son la escucha activa, cualidades no verbales como contacto visual y agradable ambiente y la capacidad de articular claramente las opciones y la información para los clientes. Observar y escuchar a los solicitantes a través de la entrevista te dará una idea de si los candidatos son hábiles comunicadores. (Sánchez, 2015)



### ✓ **Información adecuada**

El cliente lo que espera del personal encargados es recibir un buen servicio obtener una información completa y segura sobre los productos que venden. Se deberá informar al cliente de las características de los productos, así como mostrar especial atención. (Sánchez, 2015)

#### **2.2.2.1 Conocer la importancia del servicio al cliente**

La eficacia y la calidad son la base y la clave del éxito de las empresas turísticas, pero desde una perspectiva hasta el momento un tanto relegada, el servicio es el trabajo realizado para otras personas, demandando que esta tenga la capacidad y disposición para pagar por la satisfacción de dicho servicio

Existe dos factores importantes que ayudan a precisar el servicio turístico de los clientes: el primero es desde el punto de vista de la empresa, el cual muestra que un producto o servicio es el que responde a las características para lo que fue establecido; y la otra es desde el punto de vista del turista que considera que la opinión de este es lo más importante para saber si existe calidad de servicio. Hoy en día existe un gran interés por conocer cómo se obtiene un óptimo servicio, lo más importante es que los clientes (turistas) son cada vez más calificadores con respecto a los servicios que reciben, un turista o cliente no solo desean un excelente servicio, sino que lo esperan.

Actualmente los turistas y los huéspedes de los hospedajes buscan repetir la experiencia en el mismo establecimiento ya que para la gran mayoría de ellos resulta importante al ser atendidos con familiaridad, que los reconozcan cada vez que hacen uso de las instalaciones y saber cuáles son sus gustos y preferencias sin estar mencionándolos cada vez. Por esta razón la teoría de Zeithaml. explica que la importancia del servicio produce beneficios por que crea verdaderos clientes. (Izaguirre, M. 2014).

#### Brindar un buen servicio al cliente

El servicio al cliente viene hacer un gran instrumento del marketing. Se conoce como un instrumento que puede ser muy eficiente y también poderoso en una empresa si se utiliza de la forma correcta. (Quiróa, 2015)

Para otorgar un buen servicio al cliente tenemos algunos aspectos importantes:

Comodidad: se refiere a al lugar disponible para los clientes.

Educación: Conforme la cortesía, además con alegría y entrega.

Perseverancia: Para ser perseverante se debe tener un objetivo claro o una meta que argumente el esfuerzo o entrega en un período de tiempo, Otorgar a los clientes prácticas parecidas en todo momento, Es por ello que se dice que la perseverancia es la clave del éxito en muchas situaciones

Puntualidad: Debe terminar en un plazo apropiado y prometido.

Servicio terminado: Realizado de acuerdo lo que se necesita.

Transparencia: debe estar presente en todo proceso de atención al cliente.

Atender correctamente con veracidad en cada ocasión ponte en su lugar y te será más fácil entenderle y resolver sus problemas. (Quiróa, 2015)

Hoy en día ha aumentado notablemente la suma de dinero que se gasta en servicios al cliente. Una de las razones de este aumento de servicio a clientes es que, cada vez, el usuario se hace más estricto.

Existen algunos cambios que justifican esta afirmación:

- Están mejor capacitados preparados y para satisfacer sus necesidades por encima de las básicas y se interesa por la calidad y variedad de los servicios que pueden obtener al hacer sus compras.
- Tienen los medios para gastar más en servicios como viajes, ropas, salud.
- Están mejor informados y tiene mayor poder de negociación.
- Son más receptivos a las innovaciones tecnológicas.
- Quieren saber cómo usar los productos
- Son más críticos y difíciles de complacer.

#### **2.2.2.2 Conocer las estrategias del servicio al cliente**

El historiador del mundo de negocios Chandler propuso que “estrategia” se defina como: la determinación de los objetivos y metas esenciales de cualquier empresa a largo plazo, la asignación de recursos necesarios para conseguir dichas metas. Esta idea de Chandler también nos sirve, para delimitar la posición teórica respecto a la estrategia del servicio al cliente.

El liderazgo de alta gerencia es la base de la cadena, esta cadena del servicio a la cliente acogida básicamente en este trabajo, la cual queremos confirmar con el modelo debe partir desde la gerencia y los niveles más altos de decisión.

La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados: Tiene que tomar en cuenta la propia visión empresarial que parte del seno mismo de la empresa. La calidad es definida por los clientes externos de la empresa, es importante que el clima interno fluya de manera satisfactoria para todos. La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio: son los mismos empleados de la empresa el que puede brindarle mayor valor al servicio que prestan a sus clientes, apoyándose en su propia motivación y su responsabilidad. Esta motivación será posible si el flujo de la comunicación interna dentro de la empresa es real y dinámica. (Peralta, 2009)

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes, son ellos los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios, la estrategia incluye las políticas o lineamientos generales de la empresa dirigidos hacia el cliente. Generalmente, es diseñada por el departamento de marketing y su principal función es orientar a toda la empresa hacia la calidad de la atención al cliente. (Silva , 2017)

Una de las muchas estrategias que tenemos hoy en día para ofrecer un buen servicio al cliente está los **canales de atención al cliente** estrategia más eficiente a través de la tecnología, las empresas no dejan de lado estos medios como son los correos, las redes sociales, teléfono, chat online esta estrategia ayuda las empresas a facilitar el contacto con los clientes y hace que el consumidor que se interesó por el producto o servicio, pero tiene alguna duda a cerca de ello por estos medios tendrá una respuesta más inmediata , la idea aquí, es agilizar el servicio.

Las estrategias son guía para que las empresas alcancen el conocimiento de los clientes y la excelencia en la prestación del servicio, las estrategias de orientación al

cliente por la preocupación y el esfuerzo en adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente para satisfacerlos

Deben consolidarse las políticas y los procedimientos de las distintas áreas de la empresa y enfocarlas a ayudar las prácticas de calidad del servicio. Este punto es muy importante dado que debe favorecer la agilidad de respuesta y el adecuado control de los recursos.

De esta forma, el objetivo primordial de la estrategia debe ser la causa de una impresión favorable en el cliente cada vez que entre en contacto con algún sector de la empresa. (Ongallo, 2012)

Por otro lado, Mauriola, M. (2015). Indica que la Medición y administración de la satisfacción del cliente y de la calidad en el servicio. La estrategia clave aquí consiste en medir la satisfacción y la de gestión para influir sobre las personas. Mientras que la calidad en el servicio se refiere a varios aspectos: infraestructura, variedad de servicios.

### **Los Niveles de Satisfacción**

Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción

Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: se ocasiona cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: el cliente satisfecho por lo general, vuelve a comprar por lo que

la empresa obtiene como beneficio su lealtad. se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas de los clientes. El cliente satisfecho comunica a otros sus expectativas positivas acerca del servicio

- Complacencia: se ocasiona cuando el desempeño percibido excede a las expectativas de los clientes. (Rossy, 2011)

### **2.3 Hipótesis**

Dado que la investigación es descriptiva esta no presenta ninguna hipótesis a formular; según el metodólogo Hernández, 2013 dice que cuando la investigación es descriptiva, buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refiere.

### **3. Metodología**

#### **3.1. Tipo de la investigación**

La investigación es de tipo descriptiva porque según el metodólogo Hernández, 2011 explica las propiedades, las características y los perfiles de persona, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En esta investigación se busca identificar los factores que caracterizan a la competitividad y servicio al cliente, MYPE rubro hospedajes Urb. Ignacio Merino I Etapa Piura, año 2017. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de una forma independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan éstas.

El nivel de la presente investigación es cuantitativo. Según Baptista (2010) se examinarán los datos de manera científica, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se presentarán utilizando procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

El diseño que se aplicara a la presente investigación será no experimental, porque se realizara sin manipular deliberadamente las variables, se basa en la observación de los hechos en pleno conocimiento sin alterar ni el entorno ni el fenómeno estudiado Según su prolongación en el tiempo será de corte transversal, porque se recolectarán los datos de estudio en un momento puntual y específico, un segmento de tiempo a fin de medir o caracterizar la situación en ese tiempo específico, se medirá a la vez la prevalencia de exposición y el efecto de una muestra poblacional en un solo momento temporal, es decir permite estimar la magnitud y características (Fernández, Hernández & baptista, 2010)

### 3.2. Población y muestra

El universo bajo estudio está constituido por las MYPE rubro hospedaje ubicado en la urb. Ignacio Merino I etapa, Piura. La población está conformada por las 3 MYPE prestadoras de servicios de hospedaje.

La población viene a ser un conjunto de individuos que la conforman, con respecto a las variable competitividad y servicio al cliente, se acudirán a los clientes que asisten a estas MYPE de estudio, cuyas características son varones que acuden regularmente a los hospedajes, por lo tanto, constituye una población infinita desconocida, dado que no se pueden contabilizar todos sus elementos así mismo

La muestra a determinar se aplica mediante una formula estadística para Bances, E. (2018) dice que la muestra es una parte del universo que se identifican de acuerdo a las propiedades, por ello se ha determinado que para la variable competitividad y servicio al cliente de esta investigación se aplica la formula infinita.

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

**Donde:**

Z= 1.645 Distribución normal

P= 0.1 Probabilidad a favor

q=0.09 Probabilidad en contra

e= 5% Margen de error



$$\square = \frac{(1.96)^2(0.90)(0.10)}{(0.05)^2}$$

$$\square = \frac{(3.8416) \cdot 0.90}{0.0025}$$

$$\square = \square\square\square.\square\square\square\square$$

Finalmente, la puesta para aplicar es de 138 clientes de los hospedajes de la ciudad de Ignacio Merino I etapa (Piura)

<b>NUMERO DE RUC:</b>	<b>NOMBRES HOSPEDAJES</b>	<b>NOMBRE PROPIETRIOS</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>N° DE TRABAJADORES</b>
10427641266	GALA	Salazar Chanduvi Lourdes	Urb. Ignacio Merino I Etapa, MZ U, Lot 1	4
10026220829	VENUS	Araujo rodríguez Carlos Alberto	Urb. Ignacio merino I Etapa MZ Z , Lot 22	3
10774929938	EROS	Jaramillo Flores Jessica Judith	Urb. Ignacio Merino I Etapa MZ, A1 Lot 28	4

**Fuente elaboración propia**

### 3.3. Definición y Operacionalización de variables

#### Matriz de Operacionalización de variables

Variab le	Definición	Dimens iones	Indicador	Pregunta	Esca la	Fuent e
Compet itividad	Es la capacidad de definir la competitividad a través de los recursos internos de la empresa con el objetivo de lograr una ventaja competitiva, dando mayor validez al modelo propuesto de la competitividad y lograr las metas establecida por la organización (Bances. E, 2018)	Estrate gias	Liderazgo de Costos	¿Los precios que ofrecen los hospedajes son económicos? Cree usted que ¿la publicidad influye en el servicio esperado? ¿Los hospedajes ofrecen valor agregado es más competitiva que otras?	Nom inal	Clien te
			Diferenciación	¿Los hospedajes están invirtiendo en nuevos productos para atraer a los clientes? ¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio merino I etapa cuentan con materiales de calidad?		
			Enfoque	¿Empleados cualificados hacen que una MYPE sea competitiva?		
		Tipos	Sistemática	¿El personal de los hospedajes se comunica de manera adecuada al momento atender al cliente?	Nom inal	
			Estática	Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino son realmente competitivos?		
			Dinámica	¿Considera que los propietarios tienen personal suficiente para atender a sus clientes?		
			Auténtica	¿Cree usted que los hospedajes tienen un sistema avanzado en Cuanto a la emisión de boletas?		

<b>Servicio al cliente</b>	Para cualquier dueño de una empresa exitosa, el servicio al cliente es la pieza clave para el éxito de la empresa ( Lorette, 2017)	Importancia	Calidad	¿Los servicios que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino I etapa son de calidad? ¿El personal que labora en los hospedajes es competitivo? Usted ¿considera importante la calidad en el servicio al cliente en los hospedajes?	Nominal	cliente
			Comodidad	¿Existe comodidad en las habitaciones de los hospedajes Ignacio Merino I etapa?		
			Transparencia	Cree usted que ¿los empleados y propietarios de los hospedajes generan confianza? ¿Considera importante que los hospedajes conozca las expectativas de sus clientes?		
		Estrategias	orientación	¿Los dueños de los hospedajes Se preocupan por adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente?¿Cree usted que es importante la motivación de los empleados para que su empresa sea exitosa?	Nominal	
			satisfacción del cliente	¿la infraestructura de los hospedajes Ignacio Merino I etapa están en óptimas condiciones? ¿Encontró satisfacción en el servicio ofrecido por parte de los hospedajes?		

**Elaboración propia**

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

Para Namuche, K, A. (2019) Se empleó la técnica de la encuesta lo cul fue aplicada a los clientes, conteniendo preguntas de escala nominal.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, que busco recaudar y obtener datos, por medio del instrumento, el cuestionario con diez preguntas para la variable competitividad y 10 para la variable servicio al cliente de escala nominal, la encuesta fue aplicada especia únicamente a los clientes, dirigidas a una muestra representativa

### **3.5 Plan de análisis**

MICROSOFT OFFICE WORD 2016: Es un programa que ayuda a digitar escritos. Se crea párrafos de textos, esto me ayuda a digitar toda la información adquirida y los resultados, además de las conclusiones es donde se desarrolla la mayoría de la investigación

MICROSOFT OFFICE EXCEL:

Es un programa que me permitirá desarrollar la contabilización de las encuestas realizadas, además de las grafías demostrando la realidad de la situación.

MICROSOFT OFFICE POWERPOINT: Es un sistema que ayuda a desarrollar la exposición, a través de diapositivas, que están formadas, información, graficas, entre otros

PROGRAMA TURNITIN: es un programa donde se detecta el plagio en caso de tenerlo

### 3.6. Matriz de consistencia

Titulo	Planteamiento del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensión	Metodología
Caracterización de la competitividad y servicio al cliente de las MYPE rubro Hospedajes, Urb. Ignacio Merino I etapa. Piura	¿Qué características tiene la competitividad y atención al cliente en las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa de Piura, año 2017?	Identificar las características que tienen la competitividad y servicio al cliente de las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa de Piura, año 2017.	Según Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, cuando una investigación es descriptiva no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.	<b>Variable 1: competitividad</b>	Estrategias	Tipo de investigación descriptiva Nivel de investigación cuantitativa Diseño de investigación no experimental corte transversal
		(a) identificar las estrategias de la competitividad de las MYPE, rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa Piura, año 2017. (b) conocer los tipos de competitividad de las MYPE, rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa Piura, año 2017.			Tipos	<b>muestra</b> para la variable competitividad y servicio al cliente está constituida por los 138 clientes

		(c) conocer la importancia del servicio al cliente de las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I etapa Piura, año 2018.		Servicio al cliente	Importancia	
		(c) determinar las estrategias del servicio al cliente que usan las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I etapa Piura, año 2018			Estrategias	

**Elaboración propia**

### **3.7. Principios éticos**

El trabajo de investigación se realizó con:

- Transparencia en la recolección de datos de la población en estudio.
- No se abusado de la confianza del empresario
- Honestidad al momento de realizar el análisis.
- Se ha respetado la propiedad intelectual.

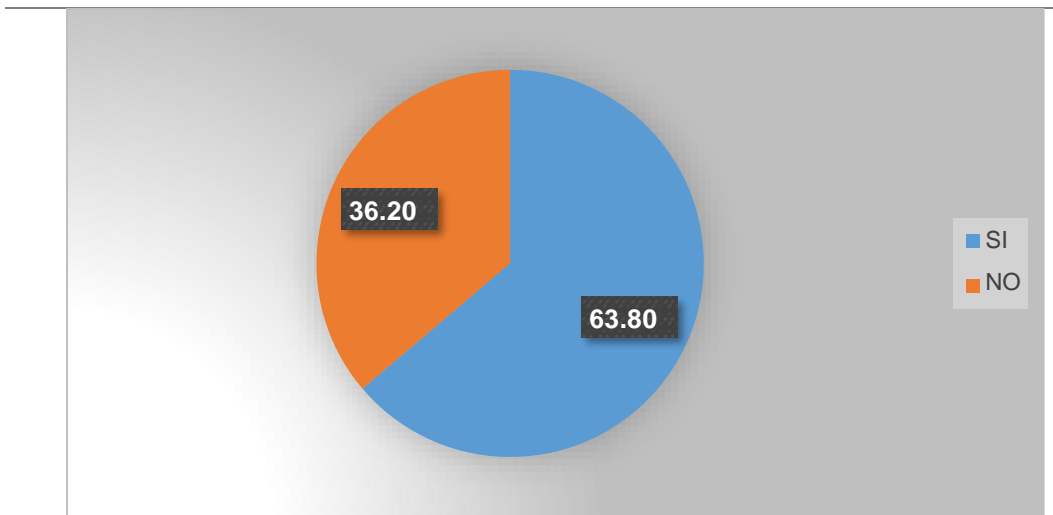
#### 4. Resultados

##### Variable competitividad

*Tabla 1*

¿Los precios que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino I etapa son económicos?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	88	63.8%
NO	50	36.2%
TOTAL	138	100%



Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

En la tabla y gráfico N°1 denominada: ¿Los precios que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino I etapa son económicos? Se determina que el 63.8% de los clientes consideran que los precios son económicos.



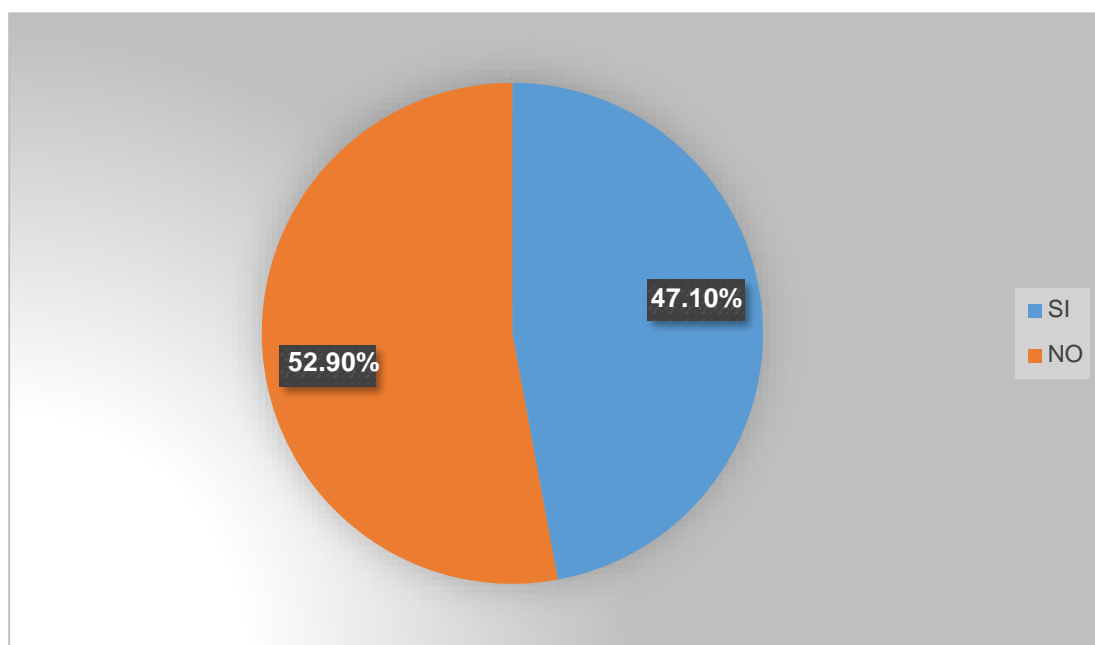
**Tabla 2**

¿Cree usted que la publicidad influye en el servicio esperado?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	65	47.1%
<b>NO</b>	73	52.9%
<b>TOTAL</b>	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



Elaboración propia

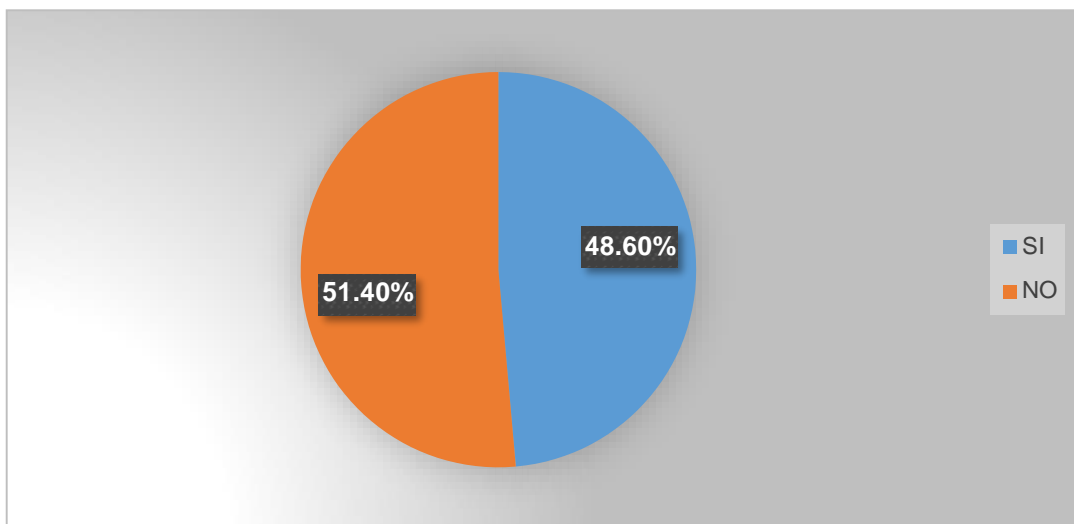
En la tabla N°2 denominada “Cree usted que la publicidad influye en el servicio esperado” se determina que el 52.90% de los clientes encuestados consideran que la publicidad si influye en el servicio esperado. Resultados cercanos con Salazar, (2016) indica que la tecnología se duplica cada año y medio, es importante la publicidad en las páginas web.

**Tabla 3**

¿Cree usted que los hospedajes que ofrece valor agregado son más competitivos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	48.6%
NO	71	51.4%
TOTAL	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia



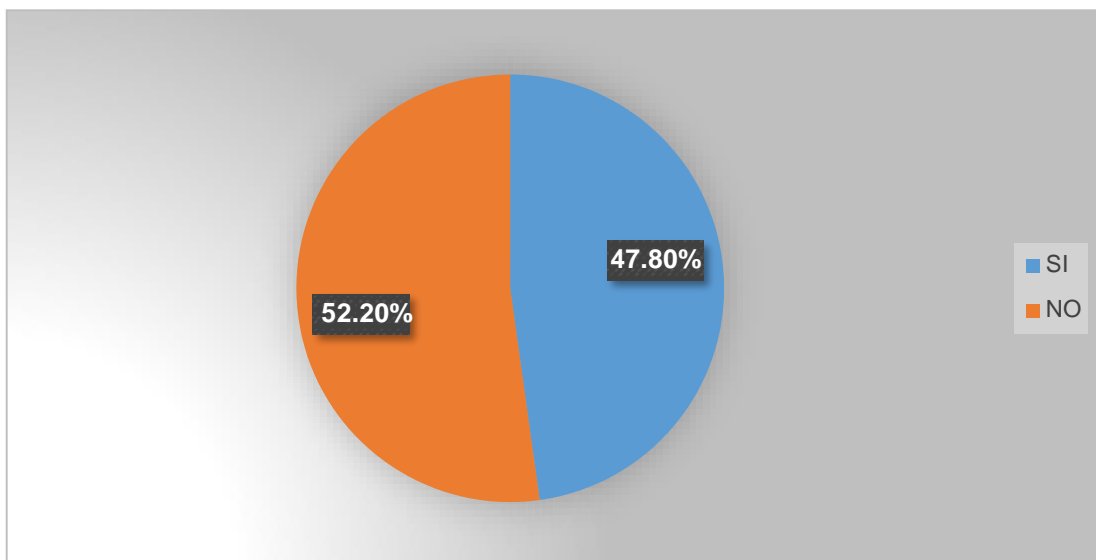
La tabla y gráfico N° 3. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes que ofrece valor agregado son más competitivos? Se determina que el 51.40% de los clientes consideran que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa no ofrecen valor agregado a sus clientes. Resultado contrario a Namuche. (2018). Cuenta con un sistema para salvaguardar la vida de los usuarios.

**Tabla 4**

¿Los hospedajes están invirtiendo en nuevos productos para atraer a los clientes?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	66	47.8%
NO	72	52.2%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia



Elaboración propia

En la tabla N° 4. denominada ¿Los hospedajes están invirtiendo en nuevos productos para atraer a los clientes? Se determina que el 52.20% de los clientes consideran que los hospedajes no están invirtiendo en nuevos productos. Resultado contrario a Bances (2018) indica que los hospedajes están en constante innovación. Por otra parte, porter (2017) es importante la diferenciación del producto o servicio que se ofrece.

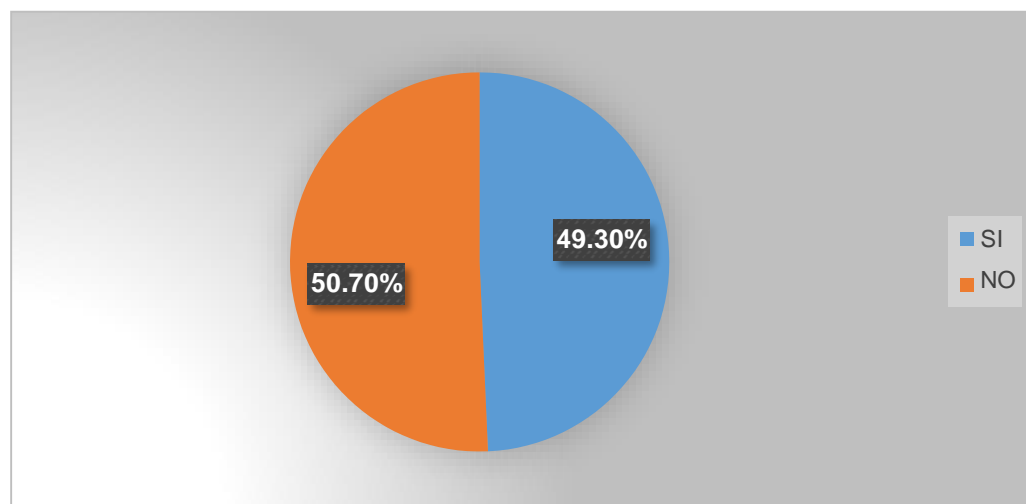
**Tabla 5**

¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio merino I etapa cuentan con materiales de calidad?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	68	49.3%
<b>NO</b>	70	50.7%
<b>TOTAL</b>	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N°5. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio merino I etapa cuentan con materiales de calidad? Se determina que el 50.70% de los clientes consideran que los hospedajes no cuentan con materiales de calidad. Resultado contrario con Castillo, (2019) quien dijo que invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios.

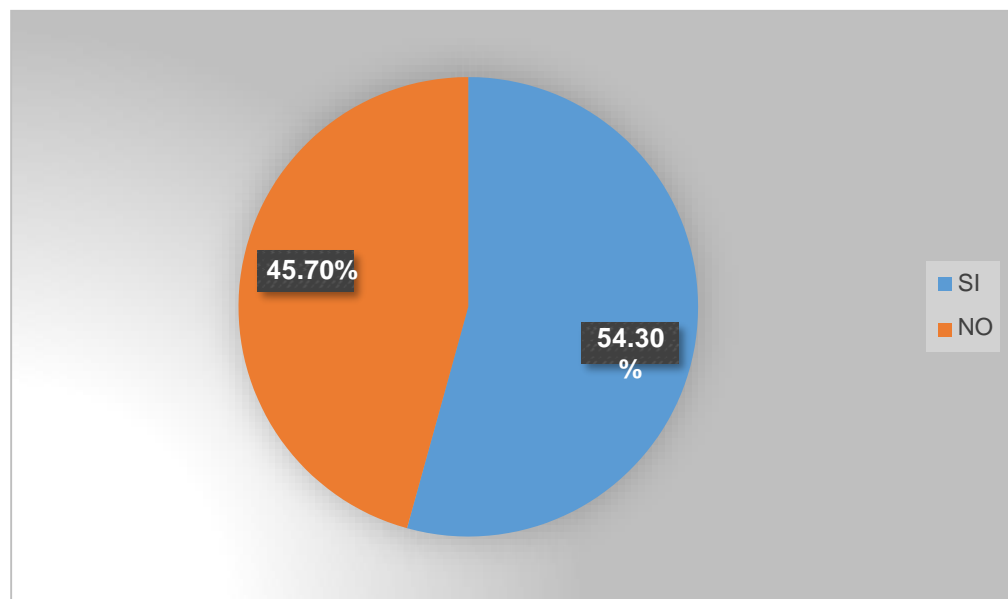
**Tabla 6**

¿Cree usted que Empleados cualificados hacen que los hospedajes sean competitivos?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	75	54.3%
<b>NO</b>	63	45.7%
<b>TOTAL</b>	138	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



Elaboración propia

En la tabla N° 6. Denominada ¿Cree usted que Empleados cualificados hacen que los hospedajes sean competitivos? Se determina que el 54.30% de los clientes encuestados consideran que empleados cualificados si hacen más competitivos los hospedajes. Resultado cercano a Vargas (2018) contar con personal que demuestre sus actitudes y habilidades generando ventaja competitiva

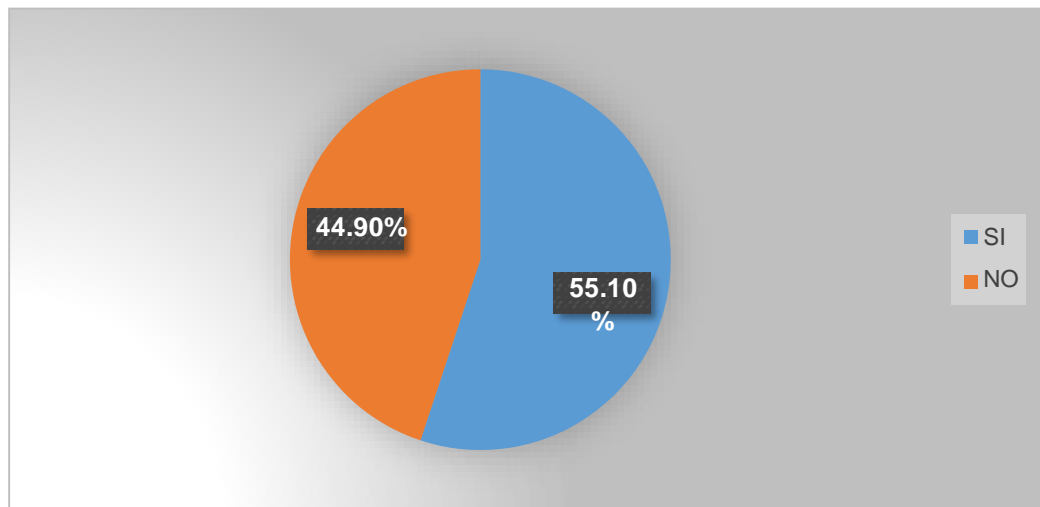
**Tabla 7**

¿El personal de los hospedajes se comunica de manera adecuada al momento atender al cliente?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	76	55.1%
<b>NO</b>	62	44.9%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



La tabla N°7. Denominada ¿El personal de los hospedajes se comunica de manera adecuada al momento atender al cliente? Se determina que el 55.10% considera si se comunican de manera adecuada al momento de atender al cliente

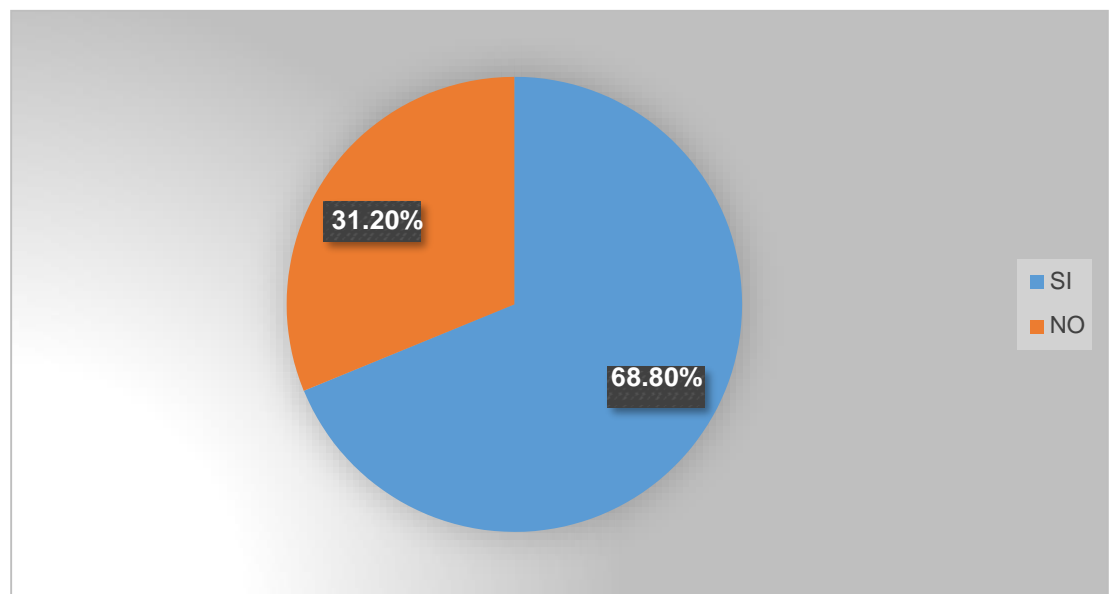
**Tabla 8**

¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino son realmente competitivos?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	95	68.8%
NO	43	31.2%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N°8. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino son realmente competitivos? Se determinó que el 68.80% de los clientes consideran que los hospedajes de Ignacio Merino si son competitivos. Resultado cercano a Minga J. (2018). La implementación de hospedajes si sería competitiva.por otra parte (Estrada, & Sanabria, 2014). Indica que La competencia depende los costos y los otros ofertantes del mercado

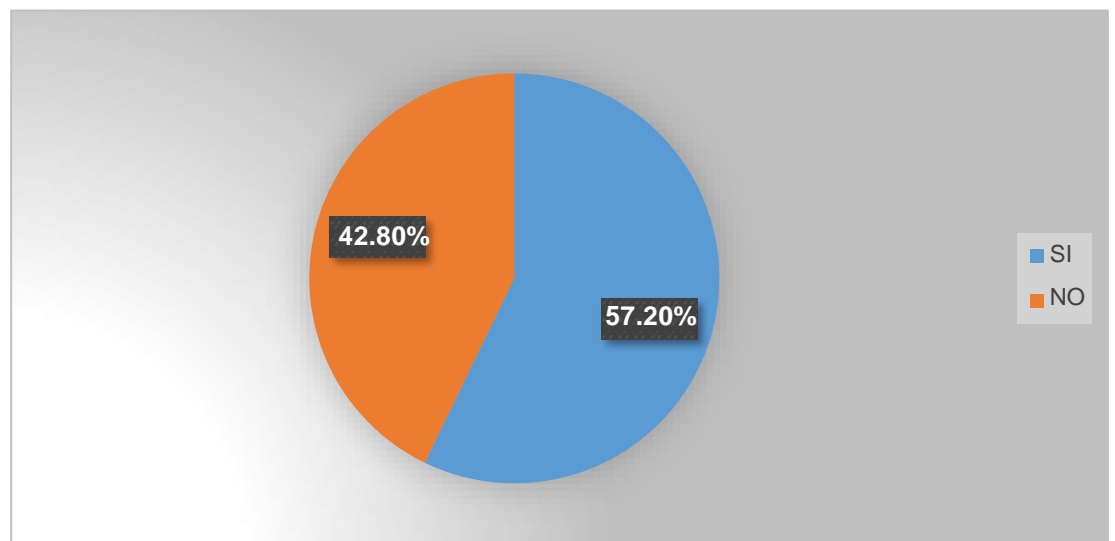
**Tabla 9**

¿Considera que los propietarios tienen personal suficiente para atender a sus clientes?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	79	57.2%
<b>NO</b>	59	42.8%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



Fuente: elaboración propia

En la tabla N°8. Denominada ¿Considera que los propietarios tienen personal suficiente para atender a sus clientes? Se determina que el 57.20% de los clientes consideran que los hospedajes si cuentan con personal suficiente.



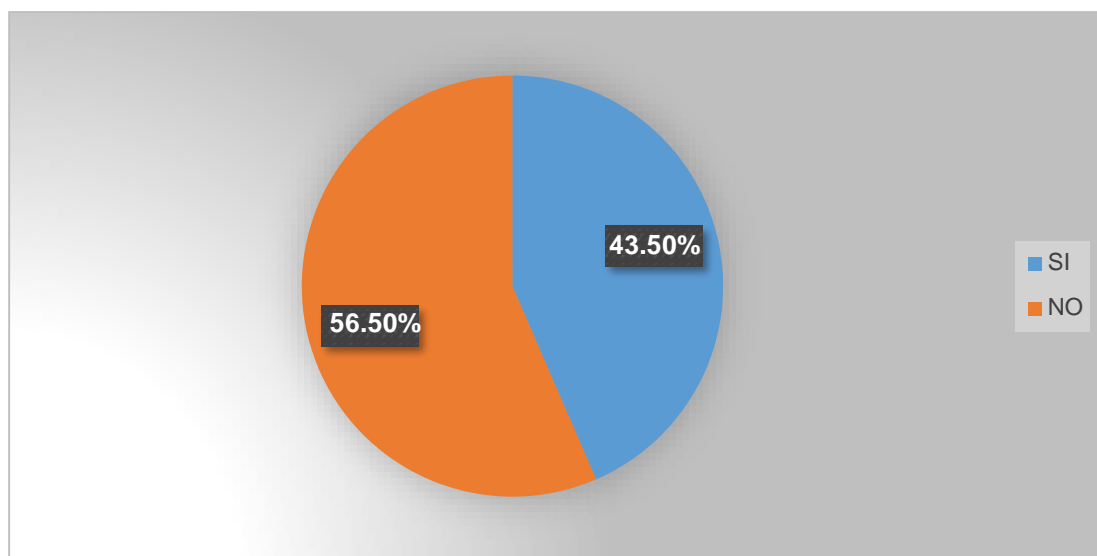
**Tabla 10**

¿Cree usted que los hospedajes tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	60	43.5%
<b>NO</b>	78	56.5%
<b>TOTAL</b>	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



Elaboración propia

En la tabla N° 10. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas? Se determinó que el 56.50% de los clientes consideran que no tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas.

**Variable servicio al cliente**

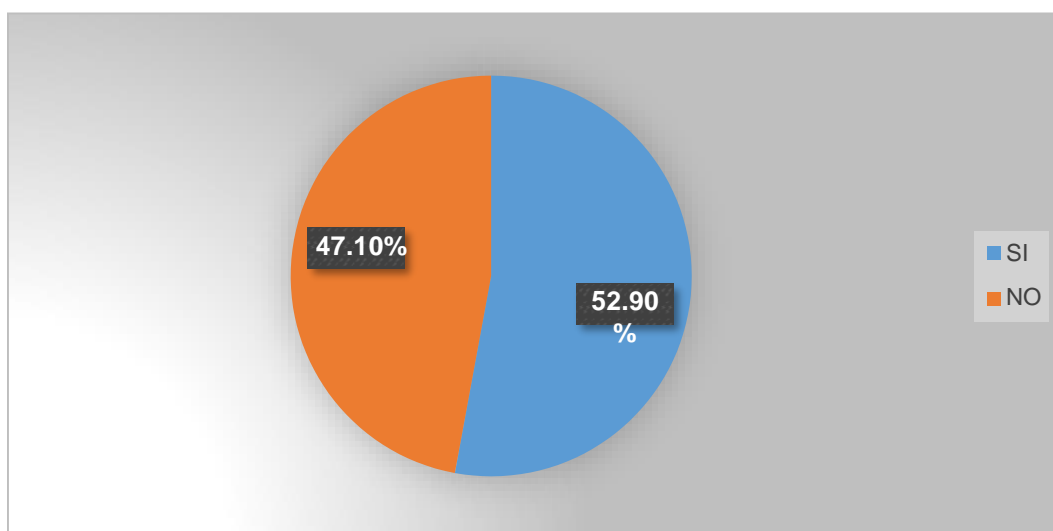
**Tabla 11**

¿El servicio que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino I etapa son de calidad?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	73	52.9%
NO	65	47.1%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



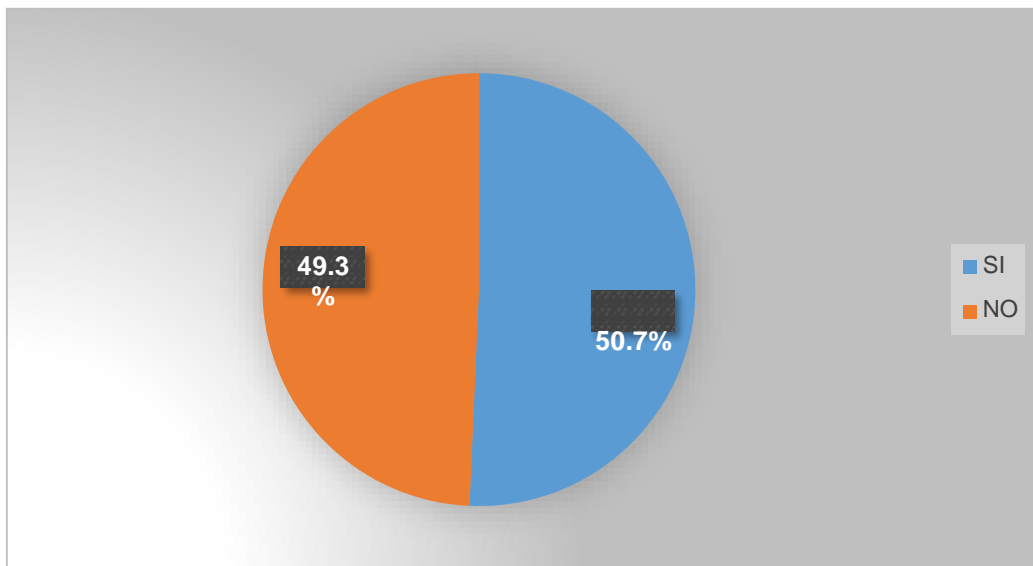
En la tabla N°11. Denominada “El servicio que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino I etapa son de calidad” se determina que el 52.9% de los clientes considera que los servicios que ofrecen los hospedajes si son de calidad. Resultados que coinciden con asimismo Izaguirre, M. (2014). La eficacia y la calidad son la base y la clave del éxito de las empresas turística

**Tabla 12**  
¿El personal que labora en los hospedajes es competitivo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	70	50.7%
NO	68	49.3%
<b>TOTAL</b>	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N°12. Denominada “personal que elabora en los hospedajes es competitivo” se determina que el 50.7% de ellos clientes encuestados considera que el personal si es competitivo. Resultados cercanos a Trujillo, (2017) en su investigación indica que El personal es una dimensión de gran importancia en toda empresa de servicio.

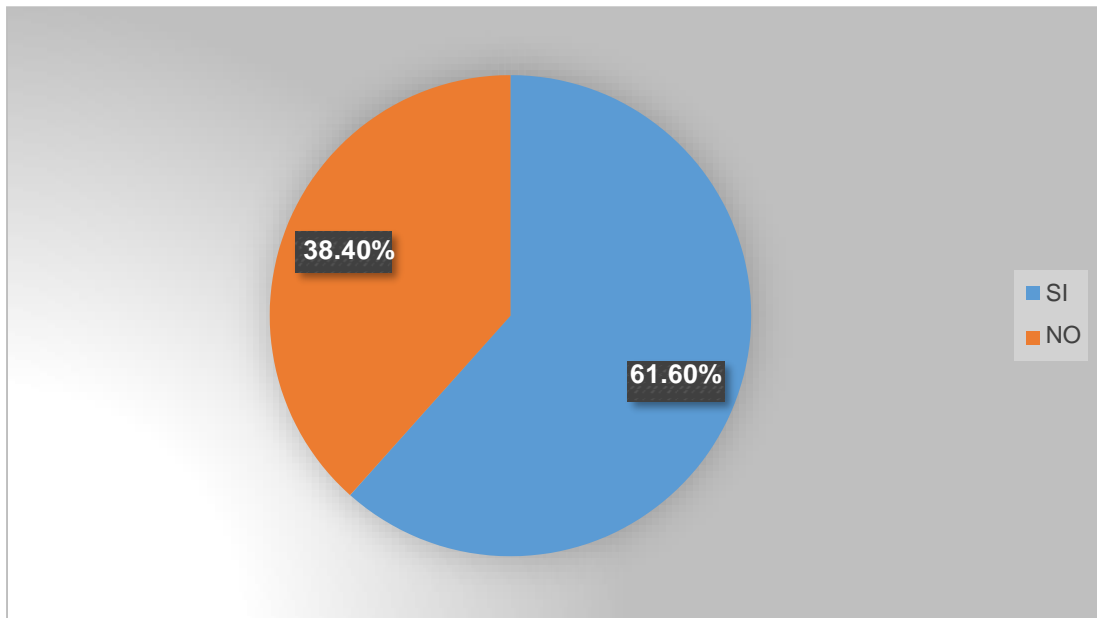
**Tabla 13**

Usted ¿considera importante la calidad del servicio al cliente en los hospedajes?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	85	61.6%
NO	53	38.4%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N°13 denominada “considera importante la calidad del servicio al cliente en los hospedajes” se determina que el 61.60% de los clientes consideran que si es importante la calidad del servicio al cliente. Resultado cercano con Gonzales, (2014) en su investigación la importancia del servicio al cliente hace que un consumidor satisfecho repite de establecimiento. Izaguirre, (2014). Explica que la importancia del servicio produce beneficios por que crea verdaderos clientes.

**Tabla 14**

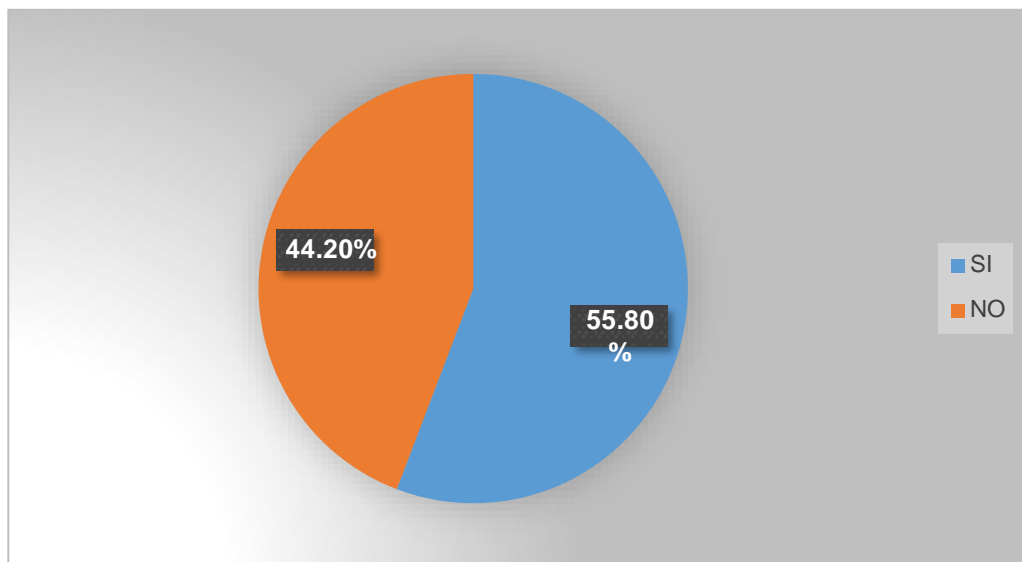
¿Cree usted que existe comodidad en las habitaciones de los hospedajes Ignacio

Merino I etapa?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	77	55.8%
<b>NO</b>	61	44.2%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



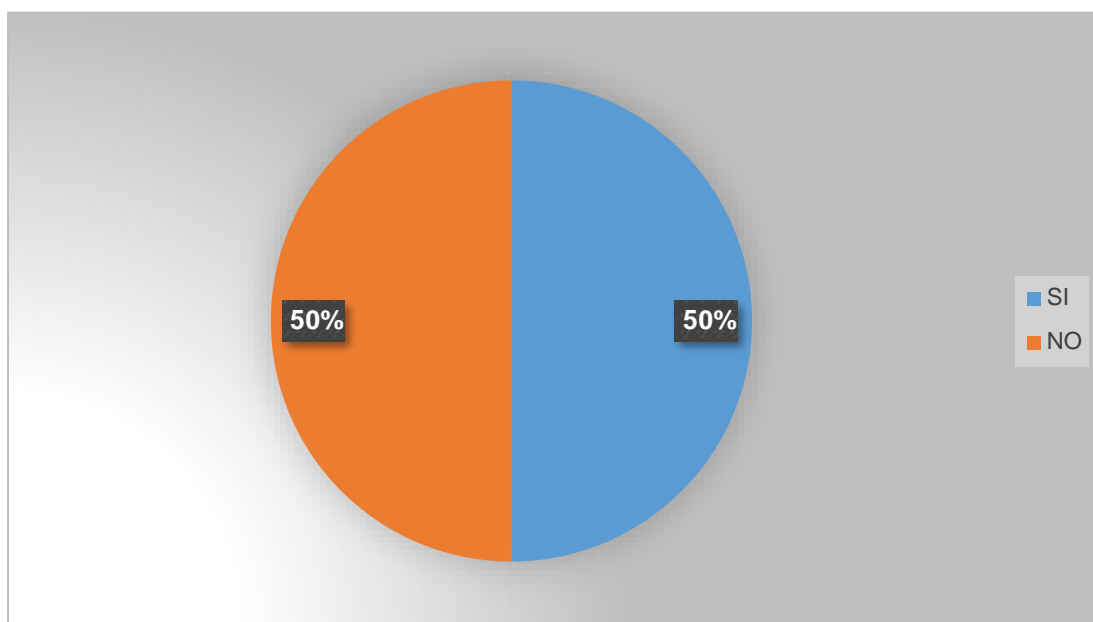
En la tabla N°14. Denominada “Cree usted que existe comodidad en las habitaciones de los hospedajes Ignacio” se determinó que el 55.80% de los clientes consideran que si existe comodidad en las habitaciones esto concuerda con Trujillo, P. (2017) concluye que la implementación de las habitaciones, en un ambiente higiénico y cómodo brinda confort a los huéspedes. Además (Quiróa, 2015). Se refiere a al lugar disponible para los clientes.

**Tabla 15**  
 ¿Cree usted que los empleados y  
 propietarios de los hospedajes generan confianza?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	69	50%
<b>NO</b>	69	50%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N°15. Denominada “Cree usted que los empleados y propietarios de los hospedajes generan confianza” se determinó que la mitad de los clientes considera que los empleados de los hospedajes generan confianza

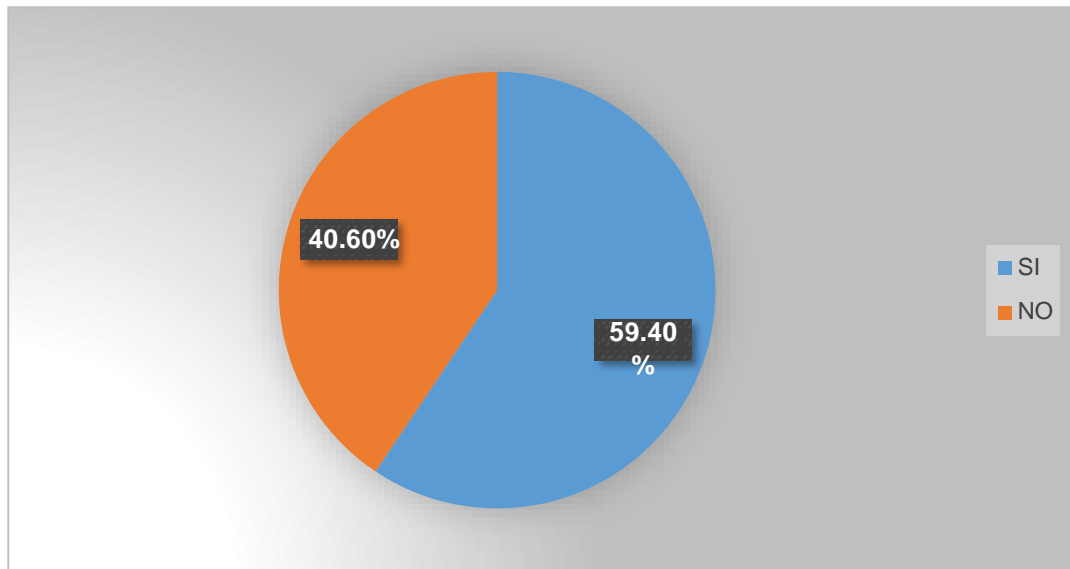
**Tabla 16**

¿Considera importante que los hospedajes conozcan las expectativas de sus clientes?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	82	59.4%
<b>NO</b>	56	40.6%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N°16. Denominada “Considera importante que los hospedajes conozca las expectativas de sus clientes”, se determina que el 59.4% de los clientes considera importante que los hospedajes conozcan sus expectativas. Mientras que Cueva (2015) indica que el cliente esperaba más acerca de su experiencia que lo que en realidad percibió o recibió. Asimismo, Quiróa, (2015) indica que debe estar presente en todo proceso de atención al cliente y así será más fácil entenderle y resolver sus problemas.

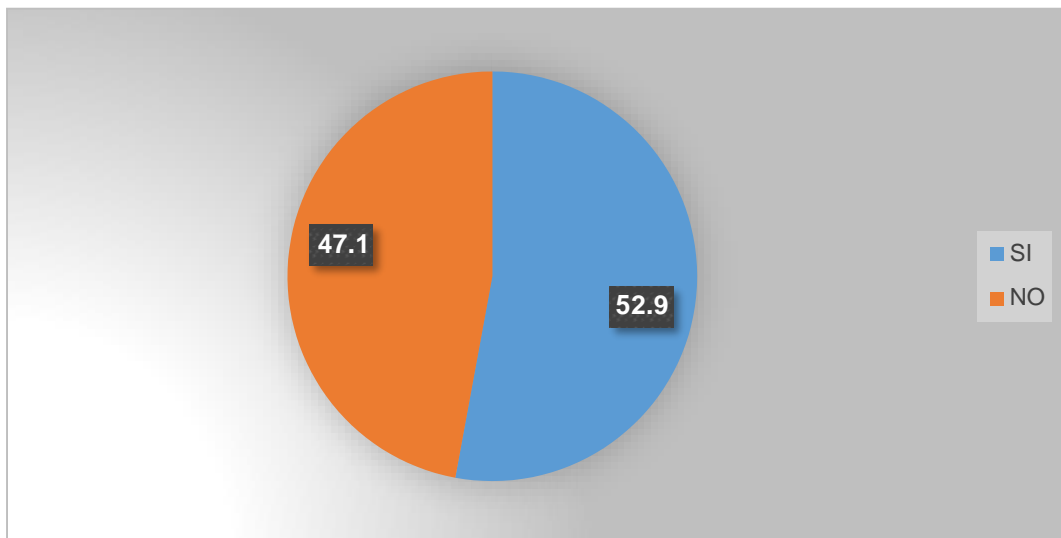
**Tabla 17**

¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa se preocupa por adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	73	52.9%
NO	65	47.1%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N°17. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa se preocupa por adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente? Se determina que el 52.9% de los clientes considera que los hospedajes se preocupan por adaptar la oferta a las necesidades de los clientes. Esto concuerda con Quiróa, D. (2015) quien dijo que es importante establecer correctamente el servicio al cliente, porque es un factor determinante en la imagen y prestigio de la empresa.



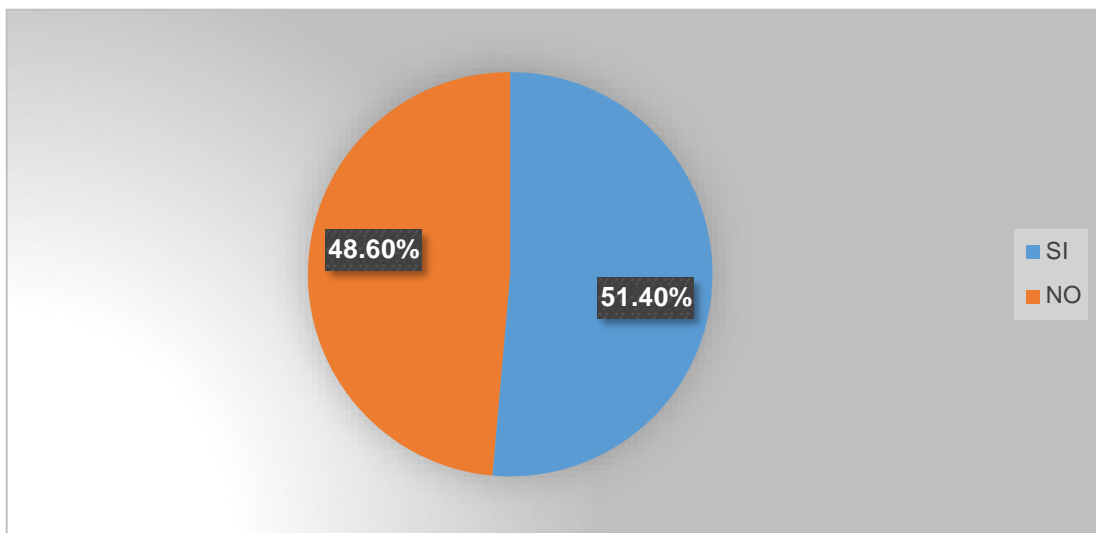
**Tabla 18**

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

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	71	51.4%
NO	67	48.6%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N° 18. Denominada ¿Cree usted que es importante la motivación de los empleados para que su empresa sea exitosa? Se determina que el 51.4% de los clientes considera que es importante la motivación para que las empresas sean competitivas...peralta. (2009) indica que son los mismos empleados, que pueden brindar mayor valor al servicio del cliente, apoyándose a su misma motivación y responsabilidad.

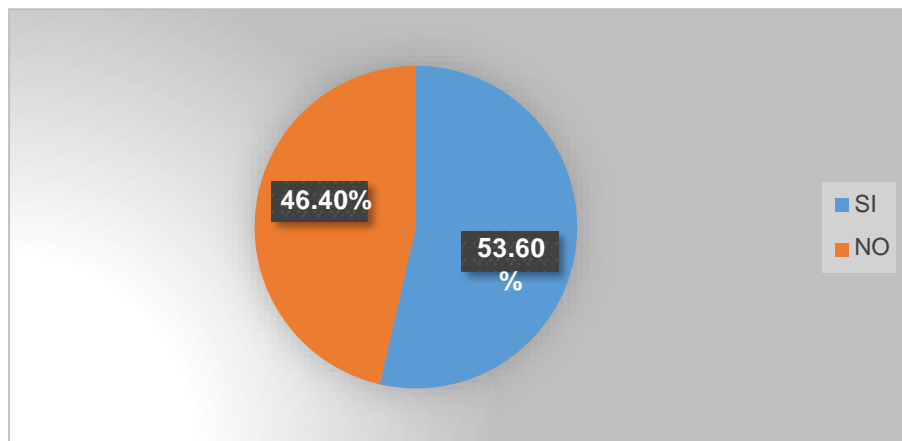
**Tabla 19**

¿Cree usted que la infraestructura de los hospedajes Ignacio Merino I etapa esta en óptimas condiciones?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	74	53.6%
NO	64	46.4%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N° 19. Denominada ¿Cree usted que la infraestructura de los hospedajes Ignacio Merino I etapa está en óptimas condiciones? Se determina que el 53% de los clientes considera que la infraestructura de los hospedajes está en óptimas condiciones. Resultado cercano con Calle, E. (2018). que indica 3.8587 equivalente a alta calidad del servicio. Dicho resultado es equivalente a 15.43 en sistema vigesimal y debe mejorarse. Se resalta la forma rural de la infraestructura de las empresas turísticas. Así mismo Mauriola, M. (2015). de la misma forma indica que la calidad del servicio se refiere a varios aspectos uno de ellos la infraestructura.

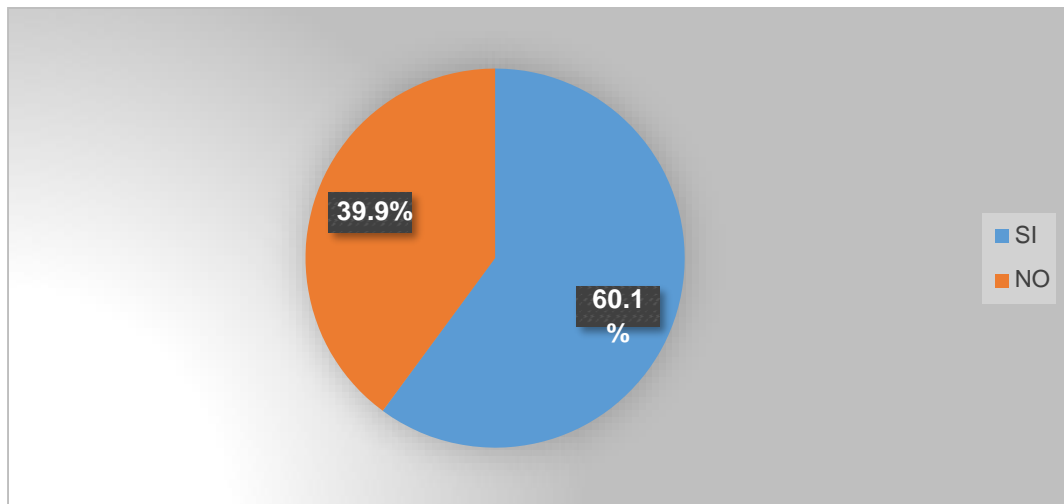
**Tabla 20**

¿Encontró satisfacción en el servicio ofrecido por parte de los hospedajes?

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	83	60.1%
<b>NO</b>	55	39.9%
<b>TOTAL</b>	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia



En la tabla N°20. Denominada: Encontró satisfacción en el servicio ofrecido por parte de los hospedajes. Se determina que el 60.1% de los clientes si quedo satisfecho por el servicio brindado por parte de los hospedajes. Resultado que concuerda con Mauriola, (2015). quien en su investigación concluye que la mayoría está satisfecha con el servicio en la empresa turística hospedajes. Así mismo indica que la estrategia clave para conocer el servicio al cliente es medir la satisfacción.

#### **4.1. Análisis de resultados**

En la tabla y figura N°1 denominada: ¿Los precios que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino I etapa son económicos? Se determina que el 63.8% de los clientes consideran que los precios son económicos. Esto concuerda Bances (2018) indica que los costos de los servicios son bajos. Por otro lado, Porter (2017). La estrategia consiste en vender los productos o servicios a un costo menor de los demás rivales.

En la tabla N°2 denominada “Cree usted que la publicidad influye en el servicio esperado” se determina que el 52.90% de los clientes encuestados consideran que la publicidad si influye en el servicio esperado. Resultados cercanos con Salazar, (2016) indica que la tecnología se duplica cada año y medio, es importante la publicidad en las páginas web.

La tabla y figura N° 3. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes que ofrece valor agregado son más competitivos? Se determina que el 51.40% de los clientes consideran que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa no ofrecen valor agregado a sus clientes. Resultado contrario a Namuche. (2018). Cuenta con un sistema para salvaguardar la vida de los usuarios.

En la tabla y figura N° 4. denominada ¿Los hospedajes están invirtiendo en nuevos productos para atraer a los clientes? Se determina que el 52.20% de los clientes consideran que los hospedajes no están invirtiendo en nuevos productos. Resultado contrario a Bances (2018) indica que los hospedajes están en constante innovación. Por otra parte, porter (2017) es importante la diferenciación del producto o servicio que se ofrece.

En la tabla y figura N°5. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa cuentan con materiales de calidad? Se determina que el 50.70% de los clientes consideran que los hospedajes no cuentan con materiales de calidad. Resultado contrario con Castillo, (2019) quien dijo que invierten constantemente en la infraestructura de sus negocios.

En la tabla y figura N° 6. Denominada ¿Cree usted que Empleados cualificados hacen que los hospedajes sean competitivos? Se determina que el 54.30% de los clientes encuestados consideran que empleados cualificados si hacen más competitivos los hospedajes. Resultado cercano a Vargas (2018) contar con personal que demuestre sus actitudes y habilidades generando ventaja competitiva

La tabla y figura N°7. Denominada ¿El personal de los hospedajes se comunica de manera adecuada al momento atender al cliente? Se determina que el 55.10% considera si se comunican de manera adecuada al momento de atender al cliente

En la tabla y figura N°8. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino son realmente competitivos? Se determinó que el 68.80% de los clientes consideran que los hospedajes de Ignacio Merino si son competitivos. Resultado cercano a Minga J. (2018). La implementación de hospedajes si sería competitiva.por otra parte (Estrada, & Sanabria, 2014). Indica que La competencia depende los costos y los otros ofertantes del mercado

En la tabla y figura N°8.Denominada ¿Considera que los propietarios tienen personal suficiente para atender a sus clientes? Se determina que el 57.20% de los clientes consideran que los hospedajes si cuentan con personal suficiente.

En la tabla y figura N° 10. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas? Se determinó que el 56.50% de los clientes consideran que no tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas.

En la tabla y figura N°11. Denominada “El servicio que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino I etapa son de calidad” se determina que el 52.9% de los clientes considera que los servicios que ofrecen los hospedajes si son de calidad. Resultados que coinciden con asimismo Izaguirre, M. (2014). La eficacia y la calidad son la base y la clave del éxito de las empresas turísticas.

En la tabla y figura N°12. Denominada “personal que elabora en los hospedajes es competitivo” se determina que el 50.7% de ellos clientes encuestados considera que el personal si es competitivo. Resultados cercanos a Trujillo, (2017) en su investigación indica que El personal es una dimensión de gran importancia en toda empresa de servicio; asimismo

En la tabla y figura N°13 denominada “considera importante la calidad del servicio al cliente en los hospedajes” se determina que el 61.60% de los clientes consideran que si es importante la calidad del servicio al cliente. Resultado cercano con Gonzales, (2014) en su investigación la importancia del servicio al cliente hace que un consumidor satisfecho repite de establecimiento. Izaguirre, (2014). Explica que la importancia del servicio produce beneficios por que crea verdaderos clientes.

En la tabla y figura N°14. Denominada “Cree usted que existe comodidad en las habitaciones de los hospedajes Ignacio” se determinó que el 55.80% de los clientes consideran que si existe comodidad en las habitaciones esto concuerda con Trujillo, P.

(2017) concluye que la implementación de las habitaciones, en un ambiente higiénico y cómodo brinda confort a los huéspedes. Además (Quiróa, 2015). Se refiere a al lugar disponible para los clientes.

En la tabla y grafico N°15. Denominada “Cree usted que los empleados y propietarios de los hospedajes generan confianza” se determinó que la mitad de los clientes considera que los empleados de los hospedajes generan confianza

En la tabla y figura N°16. Denominada “Considera importante que los hospedajes conozca las expectativas de sus clientes”, se determina que el 59.4% de los clientes considera importante que los hospedajes conozcan sus expectativas. Mientras que cueva (2015) indica que el cliente esperaba más acerca de su experiencia que lo que en realidad percibió o recibió. Asimismo, Quiróa, (2015) indica que debe estar presente en todo proceso de atención al cliente y así será más fácil entenderle y resolver sus problemas.

En la tabla y figura N°17. Denominada ¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa se preocupa por adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente? Se determina que el 52.9% de los clientes considera que los hospedajes se preocupan por adaptar la oferta a las necesidades de los clientes. Esto concuerda con Quiróa, D. (2015) quien dijo que es importante establecer correctamente el servicio al cliente, porque es un factor determinante en la imagen y prestigio de la empresa.

En la tabla y figura N° 18. Denominada ¿Cree usted que es importante la motivación de los empleados para que su empresa sea exitosa? Se determina que el 51.4% de los clientes considera que es importante la motivación para que las empresas sean competitivas...peralta. (2009) indica que son los mismos empleados, que pueden

brindar mayor valor al servicio del cliente, apoyándose a su misma motivación y responsabilidad.

En la tabla y figura N° 19. Denominada ¿Cree usted que la infraestructura de los hospedajes Ignacio Merino I etapa está en óptimas condiciones? Se determina que el 53% de los clientes considera que la infraestructura de los hospedajes está en óptimas condiciones. Resultado cercano con Calle, E. (2018). que indica 3.8587 equivalente a alta calidad del servicio. Dicho resultado es equivalente a 15.43 en sistema vigesimal y debe mejorarse. Se resalta la forma rural de la infraestructura de las empresas turísticas. Así mismo Mauriola, M. (2015). de la misma forma indica que la calidad del servicio se refiere a varios aspectos uno de ellos la infraestructura.

En la tabla y figura N°20. Denominada: Encontró satisfacción en el servicio ofrecido por parte de los hospedajes. Se determina que el 60.1% de los clientes si quedo satisfecho por el servicio brindado por parte de los hospedajes. Resultado que concuerda con Mauriola, (2015). quien en su investigación concluye que la mayoría está satisfecha con el servicio en la empresa turística hospedajes. Así mismo indica que la estrategia clave para conocer el servicio al cliente es medir la satisfacción.



## 5. Conclusiones

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

En relación a la importancia del servicio al cliente se dice que es muy importante brindar un servicio de calidad ya que es la base y la clave del éxito de las empresas turísticas, el servicio al cliente es el reflejo del compromiso quienes integran un negocio orientada al cliente. Por otro lado, los hospedajes coinciden en la forma de brindar en todo momento un buen servicio a la clientela.

Así mismo en cuanto a las estrategias de servicio al cliente, define el valor que se desea para los clientes, se caracteriza por la preocupación del esfuerzo en adaptar la oferta a la necesidades y deseos del cliente, la estrategia indispensable para poder lograr ganar un lugar en la mente de los clientes es manteniéndolos satisfechos, lo cual se determina que los hospedajes si estas satisfaciendo al cliente.

## **6. Recomendaciones**

Después de realizar un análisis de las MYPE seleccionadas, quienes nos ha llevado a la identificación de ciertas recomendaciones para poder llevar al éxito en las MYPE aplicando al servicio al cliente.

Los hospedajes son competitivos, pero podrían llegar hacerlo aún más si invierten en nuevos productos de calidad con el fin de mantener sus clientes satisfechos y atraer a más. Mantener los niveles de calidad de servicio actuales fortaleciendo las estrategias de la calidad del servicio al cliente, además se debe analizar la satisfacción de los clientes de forma mensual a través de la aplicación de encuestas de satisfacción.

7. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Bonales, V. J., & Sánchez, S. M. (2010). *Estrategias competitivas para las empresas exportadoras de aguacate: red empresarial del aguacate michoacano*. R  
atred from <https://ebookcentral.proquest.com>

BCRP (2019) *Reporte de inflación recuperado de*  
<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2019/marzo/reporte-de-inflacion-marzo-2019-sintesis.pdf>

Ballón, S. (2016). Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay. Recuperado de  
[http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016\\_ADYFI\\_16-2\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bances. E. (2018) Caracterización De Gestión De Calidad Y Competitividad En Las Mype De Servicios, Rubro Hoteles De Sechura (Piura), 2018. Obtenida de  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_BANCES\\_TUME\\_EIRA\\_JAHAYRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BANCES_TUME_EIRA_JAHAYRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Castillo, G,C.(2019) Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba-Piura), año 2019.Obtenido de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11381/CAPACITACION\\_COMPETITIVIDAD\\_CASTILLO\\_NUNEZ\\_GINA\\_CLORINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11381/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_CASTILLO_NUNEZ_GINA_CLORINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Calle, E. (2018). Análisis de la calidad del servicio de las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías, año 2016. RECUPERADO DE. <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1214/ADM-CAL-MON-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castillon E M (2016) *“la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio”*.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1086/COMPETITIVIDAD\\_MYPE\\_CASTILLON\\_GUTIERREZ\\_EDUARDO\\_MOISES.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1086/COMPETITIVIDAD_MYPE_CASTILLON_GUTIERREZ_EDUARDO_MOISES.pdf?sequence=1)

Corona, T. L. (2006). *Innovación y competitividad empresarial*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Colina, J. M. D. L. (2009). *Las estrategias competitivas genéricas de porter*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Cruzado. A (2014), *propuesta de modelo de gestión de mantenimiento enfocado en la gestión por procesos para la mejora de la productividad y la competitividad en una asociatividad de MYPES del sector textil*.  
[http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/346246/1/Tesis+Cruzado\\_SA.pdf](http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/346246/1/Tesis+Cruzado_SA.pdf)

Domínguez, R. (2006). *Perspectivas teóricas de la cooperación y asociación para la competitividad empresarial en México*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Cienfuentes, A. (2011). *uladech.edu.pe*. Obtenido de [uladech.edu.pe](http://uladech.edu.pe):  
<http://erp.uladech.edu.pe//bibliotecavirtual/?ejemplar=00000025207>

Droguett, F. (2012) *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz*. Obtenido de la universidad de Chile

Estrada, B., & Sanabria, A. (2014). *Qué hacemos con la competitividad*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

El Peruano, (2015) Informalidad laboral en Perú se mantiene, pese a menor tasa de desempleo. Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones\\_y\\_normatividad/normatividad/prestadores\\_servicios\\_turisticos/Decreto\\_Supremo\\_NRO\\_001\\_2015\\_MINCETUR\\_REH.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_NRO_001_2015_MINCETUR_REH.pdf)

EL peruano (9 de junio 2015) *Normas Legales*. Obtenido de <https://elperuano.pe/normaselperuano/2015/06/09/1248181-2.html>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*.

México: McGraw-Hill.

Ongallo, C. (2012). La atención al cliente y el servicio postventa. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com>

Mares, C. (2013). *Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú*. Universidad de Piura

Mauriola, M. (2015). Análisis de la calidad del servicio de empresas turísticas y la satisfacción del cliente para diseñar una propuesta de mejora. caso: canchaque,

Huancabamba, Piura-Perú. RECUPERADO DE.

<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/312/ADM-MAV-CAM-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(ISO 9001, 2015).<https://www.normas9000.com/content/Glosario.aspx>

Namuche. K. A, (2018). “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE en el sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017”.

RECUPERADO DE

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3940/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_DE\\_LAS\\_MYPES\\_NAMUCHE\\_ATOCHE\\_KEVIN\\_ALEXIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3940/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_MYPES_NAMUCHE_ATOCHE_KEVIN_ALEXIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

mercados & regiones, (2019) informalidad laboral en el Perú

<https://www.mercadosyregiones.com/2019/03/07/informalidad-laboral-en-peru-se-mantiene-pese-a-menor-tasa-de-desempleo/>

- Peralta, S. W. M. (2009). *Estrategia de servicio al cliente*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com> El Cid Editor | apuntes, 2009. ProQuest Ebook Central,
- Porter, M. (2013). *Ventaja Competitiva*. España: Ediciones Pirámide. <https://www.iberlibro.com/buscar-libro/titulo/ventaja-competitiva/autor/michael-porter/>
- Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva*. España: Ediciones Pirámide.
- Porter, M. (2017) *Las 3 estrategias competitivas genéricas de Michael Porter* Obtenido de <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter>
- Perú económico. (2017). *análisis de la economía peruana a setiembre de 2017* <http://blog.pucp.edu.pe/blog/competenciayconsumidor/2017/09/14/peru-economico-en-el-2017-analisis-de-la-economia-peruana-a-setiembre-de-2017/>
- Saavedra, Milla y Tapia (2013) *Determinación de la competitividad de las MYPE en el nivel Micro* <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4326/dcp.pdf?sequence=1>
- Sifuentes, K. (2014). *Tesis: Estrategias de distribución y venta competitiva en comercializadoras mayoristas de abarrotes, ciudad de Huánuco- año 2014*

Miranda. (5 de junio de 2011). *Miranda Lawyers Estudio Jurídico*. Obtenido de

Miranda Lawyers Estudio Jurídico:

INEI (15 de 01 de 2016). *empresas nuevas y recreativas, segun region, 2015*. Obtenido

de instituto nacional de estadística e informática:

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/mas-de-235-mil-empresas-se-crearon-en-el-2015-8817/>

Núñez. S (2012), “*valuación y mejoramiento del nivel de servicio a través de*

*indicadores de calidad de cafetería UDEP*”, obtenido de

[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2047/ING\\_513.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2047/ING_513.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

UTOPIA. (31 de enero de 2017). Tipos de Competitividad Empresarial. Obtenido de

<http://utopia-consultores.com/tipos-de-competitividad-empresarial-y-ejemplos-de-cada-una/>

Perú económico. (2017). *análisis de la economía peruana a setiembre de 2017*

<http://blog.pucp.edu.pe/blog/competenciayconsumidor/2017/09/14/peru-economico-en-el-2017-analisis-de-la-economia-peruana-a-setiembre-de-2017/>

Quiróa, D. (2015) Servicio Al Cliente En Hoteles De La Ciudad De San Marcos.

Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2015/01/01/Quiroa-Dorys.pdf>



Saavedra, Milla y Tapia (2013) “*Determinación de la competitividad de las PYPES*”  
obtenido de

<http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4326/dcp.pdf?sequence=1>

Ballón, S. (2016) Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente  
En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay. OBTENIDO DE

[http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016\\_ADYFI\\_16-2\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Izaguirre, M. (2014). Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros (2a. ed.).

Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Goodman, J. (2014). Atención estratégica al cliente. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com>

Peralta, S. W. M. (2009). Estrategia de servicio al cliente. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com>

Vásquez, A, M. & Maldonado, P, F. (2017).

<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/399/19.%20Tesis%20Vasquez%20%20Maldonado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres, Y. L. (2016). caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE  
turísticas-rubro hospedajes, Distrito Sullana, año 2016. RECUPERADO DE

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1077/FINANCIAMIENTO\\_CAPACITACION\\_TORRES\\_MIRANDA\\_YESENIA\\_LISET.pdf?sequence=](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1077/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_TORRES_MIRANDA_YESENIA_LISET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1077/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_TORRES_MIRANDA_YESENIA_LISET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# **ANEXOS**



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo,

\_\_\_\_\_ identificado

(a) con D.N.I \_\_\_\_\_ con grado de \_\_\_\_\_.

Por medio de la presente haga que he revisado con fines de validación el (los)  
instrumento

(s) de recolección de datos: \_\_\_\_\_ . Elaborado por

\_\_\_\_\_, a los efectos de su aplicación a los

elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

“Caracterización de la Competitividad y servicio al cliente en las MYPE Hospedajes,  
Urb. Ignacio Merino I Etapa Piura, Año 2017” 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 sus resultados.

Piura,

\_\_\_\_\_  
firma y sello del validador

Preguntas		Observaciones							
N°	Ítem	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Competitividad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Los precios que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino, son económicos?								
2	Cree usted. ¿Qué la publicidad influye en el servicio esperado								
3	¿Cree usted que las MYPE que ofrece valor agregado son más competitiva que otras?								
4	¿Los hospedajes están invirtiendo en nuevos productos para atraer a los clientes?								
5	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio merino I etapa cuentan con materiales de calidad?								
6	¿Cree usted que Empleados cualificados hacen que los hospedajes sea competitiva?								
7	¿El personal de los hospedajes se comunica de manera adecuada al momento atender al cliente?								
8	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino son realmente competitivos?								
9	¿Considera que los propietarios tienen personal suficiente para atender a sus clientes?								
10	¿Cree usted que los hospedajes tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas?								

Preguntas		Observaciones							
N°	Ítem	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Servicio al cliente	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿El servicio que ofrecen los hospedajes de Ignacio merino I etapa son de calidad?								
2	¿El personal que labora en los hospedajes es competitivo?								
3	Usted ¿considera importante la calidad del servicio al cliente en los hospedajes?								
4	¿Cree usted que existe comodidad en las habitaciones de los hospedajes Ignacio Merino I etapa?								
5	¿Cree usted que los empleados y propietarios de los hospedajes generan confianza?								
6	¿Considera importante que los hospedajes conozca las expectativas de sus clientes?								
7	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa se preocupa por adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente?								
8	¿Cree usted que ¿es importante la motivación de los empleados para que su empresa sea exitosa?								
9	¿Cree usted que la infraestructura de los hospedajes Ignacio Merino I etapa esta en óptimas condiciones?								
10	¿Encontró satisfacción en el servicio ofrecido por parte de los hospedajes?								

## TALLER IV

### INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1

janetpontex.blogspot.com

Fuente de Internet

9%

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía Activo





CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Hector Orlando Anca Bloujo identificado

(a) con D.N.I. 02786302 con grado de Magister.

Por medio de la presente hago que he revisado con fines de validación el (los) instrumento

(s) de recolección de datos: Encuesta. Elaborado por

GAONA FLORES MARINA, a los efectos de su aplicación a los

elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

"Caracterización de la Competitividad y servicio al cliente en las MYPE Hospedajes, Urb.

Ignacio Merino I Etapa Piura, Año 2017" Que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta

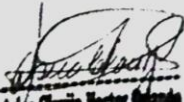
las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura,

  
Mg. Anca Clavijo Hector Oda.  
DNI. 02786302  
CLAD 06246

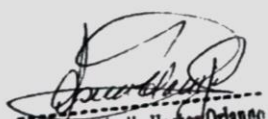
\_\_\_\_\_  
firma y sello del validador

Preguntas		Observaciones							
N°	Ítem	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Los precios que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino, son económicos?	✓			✓		✓		✓
2	Cree usted. ¿Qué la publicidad influye en el servicio esperado	✓			✓		✓		✓
3	¿Cree usted que las MYPE que ofrece valor agregado son más competitiva que otras?	✓			✓		✓		✓
4	¿Los hospedajes están invirtiendo en nuevos productos para atraer a los clientes?	✓			✓		✓		✓
5	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio merino I etapa cuentan con materiales de calidad?	✓			✓		✓		✓
6	¿Cree usted que Empleados cualificados hacen que los hospedajes sea competitiva?	✓			✓		✓		✓
7	¿El personal de los hospedajes se comunica de manera adecuada al momento atender al cliente?	✓			✓		✓		✓
8	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino son realmente competitivos?	✓			✓		✓		✓
9	¿Considera que los propietarios tienen personal suficiente para atender a sus clientes?	✓			✓		✓		✓
10	¿Cree usted que los hospedajes tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas?	✓			✓		✓		✓

  
 Mg. Andrea Charviño Escobar Espinoza  
 DNI. 02786302  
 CIAD 2011



Preguntas		Observaciones							
N°	Ítem	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	<b>Servicio al cliente</b>								
1	¿El servicio que ofrecen los hospedajes de Ignacio merino I etapa son de calidad?	✓			✓		✓		✓
2	¿El personal que labora en los hospedajes es competitivo?	✓			✓		✓		✓
3	Usted ¿considera importante la calidad del servicio al cliente en los hospedajes?	✓			✓		✓		✓
4	¿Cree usted que xiste comodidad en las habitaciones de los hospedajes Ignacio Merino I etapa?	✓			✓		✓		✓
5	¿Cree usted que los empleados y propietarios de los hospedajes generan confianza?	✓			✓		✓		✓
6	¿Considera importante que los hospedajes conozca las expectativas de sus clientes?	✓			✓		✓		✓
7	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa se preocupa por adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente?	✓			✓		✓		✓
8	¿Cree usted que ¿es importante la motivación de los empleados para que su empresa sea exitosa?	✓			✓		✓		✓
9	¿Cree usted que la infraestructura de los hospedajes Ignacio Merino I etapa esta en óptimas condiciones?	✓			✓		✓		✓
10	¿Encontró satisfacción en el servicio ofrecido por parte de los hospedajes?	✓			✓		✓		✓

  
 Mica Clavijo Hecceg Orlandeo  
 DNI. 02786302  
 CIAD 06214



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"**

**SOLICITO: EL PERMISO PARA REALIZAR MI ENCUESTA**

**Señor(a):** Jessica Judith Jaramillo Flores

Soy estudiante de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote, Filiar Piura, de la escuela profesional de Administración del VIII Ciclo, ante Ud. me dirijo con todo el respeto para la siguiente solicitud

Presento a mi estudiante del curso: Taller de Investigación IV del VIII ciclo, con lo cual presentará una herramienta de instrumento de cuestionario que contribuirá a obtener información real y coherente, de esa manera poder cumplir la meta y llegar a los objetivos de la asignatura. Por ello agradezco de antemano que nos permita realizar las encuestas.

Agradezco su colaboración

La información solicitada se usará exclusivamente con fines académicos de la cual se proporcionará una copia.

Quien se identificará con su documento de Identidad Nacional de Identificación D.N.I

**El estudiante:**

**D.N.I**

Marina Gaona Flores

76262728

Docente Tutor ULADECH - Sede Piura

Señor(a) Jessica Judith Jaramillo Flores

Mg. Lic. Manuel Gerardo Merino Hinostroza

Email. [mmerinoh@uladech.edu.pe](mailto:mmerinoh@uladech.edu.pe)

Piura, 11 de 05 del 2019

Preguntas		Observaciones							
Nº	Item	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, equívoco?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	<b>Competitividad</b>								
1	¿Los precios que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino, son económicos?	/			/		/		/
2	Cree usted, ¿Qué la publicidad influye en el servicio esperado	/			/		/		/
3	¿Cree usted que las MYPE que ofrece valor agregado son más competitiva que otras?	/			/		/		/
4	¿Los hospedajes están invirtiendo en nuevos productos para atraer a los clientes?	/			/		/		/
5	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio merino 1 etapa cuentan con materiales de calidad?	/			/		/		/
6	¿Cree usted que Empleados cualificados hacen que los hospedajes sea competitiva?	/			/		/		/
7	¿El personal de los hospedajes se comunica de manera adecuada al momento atender al cliente?	/			/		/		/
8	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino son realmente competitivos?	/			/		/		/
9	¿Considera que los propietarios tienen personal suficiente para atender a sus clientes?	/			/		/		/
10	¿Cree usted que los hospedajes tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas?	/			/		/		/

  
 Lic. Acm. Carlos M. Ordocchio Vey  
 CLAD. 0888

Preguntas		Observaciones							
Nº	Item	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Servicio al cliente								
1	¿El servicio que ofrecen los hospedajes de Ignacio merino I etapa son de calidad?	/	/	/	/	/	/	/	/
2	¿El personal que labora en los hospedajes es competitivo?	/	/	/	/	/	/	/	/
3	Usted ¿considera importante la calidad del servicio al cliente en los hospedajes?	/	/	/	/	/	/	/	/
4	¿Cree usted que existe comodidad en las habitaciones de los hospedajes Ignacio Merino I etapa?	/	/	/	/	/	/	/	/
5	¿Cree usted que los empleados y propietarios de los hospedajes generan confianza?	/	/	/	/	/	/	/	/
6	¿Considera importante que los hospedajes conozca las expectativas de sus clientes?	/	/	/	/	/	/	/	/
7	¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa se preocupa por adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente?	/	/	/	/	/	/	/	/
8	¿Cree usted que ¿es importante la motivación de los empleados para que su empresa sea exitosa?	/	/	/	/	/	/	/	/
9	¿Cree usted que la infraestructura de los hospedajes Ignacio Merino I etapa esta en óptimas condiciones?	/	/	/	/	/	/	/	/
10	¿Encontró satisfacción en el servicio ofrecido por parte de los hospedajes?	/	/	/	/	/	/	/	/

  
 Lic. Adm. Carlos M. Ghinocchio V.  
 CLAD. 9888



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"**

**SOLICITO: EL PERMISO PARA REALIZAR MI ENCUESTA**

**Señor(a):** Jessica Judith Jaramillo Flores

Soy estudiante de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote, Filiar Piura, de la escuela profesional de Administración del VIII Ciclo, ante Ud. me dirijo con todo el respeto para la siguiente solicitud

Presento a mi estudiante del curso: Taller de Investigación IV del VIII ciclo, con lo cual presentará una herramienta de instrumento de cuestionario que contribuirá a obtener información real y coherente, de esa manera poder cumplir la meta y llegar a los objetivos de la asignatura. Por ello agradezco de antemano que nos permita realizar las encuestas.

Agradezco su colaboración

La información solicitada se usará exclusivamente con fines académicos de la cual se proporcionará una copia.

Quien se identificará con su documento de Identidad Nacional de Identificación D.N.I

**El estudiante:**

**D.N.I**

Marina Gaona Flores

76262728

Docente Tutor ULADECH - Sede Piura

Señor(a) Jessica Judith Jaramillo Flores

Mg. Lic. Manuel Gerardo Merino Hinostraza

Email: [mmerinoh@uladech.edu.pe](mailto:mmerinoh@uladech.edu.pe)

Piura, 11 de 05 del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"**

**SOLICITO: EL PERMISO PARA REALIZAR MI ENCUESTA**

**Señor(a):** Lourdes Salazar Chanduvi.

Soy estudiante de la Universidad Católica Ángeles de Chimbote, Filiar Piura, de la escuela profesional de Administración del VIII Ciclo, ante Ud. me dirijo con todo el respeto para la siguiente solicitud

Presento a mi estudiante del curso: Taller de Investigación IV del VIII ciclo, con lo cual presentará una herramienta de instrumento de cuestionario que contribuirá a obtener información real y coherente, de esa manera poder cumplir la meta y llegar a los objetivos de la asignatura. Por ello agradezco de antemano que nos permita realizar las encuestas.

Agradezco su colaboración

La información solicitada se usará exclusivamente con fines académicos de la cual se proporcionará una copia.

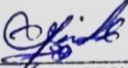
Quien se identificará con su documento de Identidad Nacional de Identificación D.N.I

**El estudiante:**

**D.N.I**

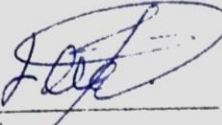
Marina Gaona Flores

76262728

  
Docente Tutor - ULADECH - Sede Piura

Mg. Lic. Manuel Gerardo Merino Hinostraza

Email: [mmerinoh@uladech.edu.pe](mailto:mmerinoh@uladech.edu.pe)

  
Señor(a):

Piura, 11 de 09 del 2019









FIRMANDO EL PERMISO PARA ENCUESTAR A LOS CLIENTES

Variable	Definición	Dimensiones	Indicador	Pregunta	Escala	Fuente
Competitividad	Es competir exitosamente en mercados internacionales y frente a las importaciones en su propio territorio. Para muchos políticos y comentaristas, la competitividad se mide por un conjunto de índices cuantitativos, como los niveles de empleo y desempleo (Rubió & Baz, 2015)	Estrategias	Liderazgo de Costos	¿Los precios que ofrecen los hospedajes son económicos? Cree usted que ¿la publicidad influye en el servicio esperado? ¿los hospedajes ofrecen valor agregado es más competitiva que otras?	Nominal	Cliente
			Diferenciación	¿Los hospedajes están invirtiendo en nuevos productos para atraer a los clientes? ¿Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino I etapa cuentan con materiales de calidad?		
			Enfoque	¿Empleados cualificados hacen que una MYPE sea competitiva?		
		Tipos	Sistemática	¿El personal de los hospedajes se comunica de manera adecuada al momento atender al cliente?	Nominal	
			Estática	Cree usted que los hospedajes de Ignacio Merino son realmente competitivos?		
			Dinámica	¿Considera que los propietarios tiene personal suficiente para atender a sus clientes?		
			Auténtica	¿Cree usted que los hospedajes tienen un sistema avanzado en cuanto a la emisión de boletas?		

<b>Servicio al cliente</b>		Importancia	Calidad	¿Los servicio que ofrecen los hospedajes de Ignacio Merino I etapa son de calidad? ¿El personal que labora en los hospedajes es competitivo? Usted ¿considera importante la calidad en el servicio al cliente en los hospedajes?	Nominal	cliente
			Comodidad	¿existe comodidad en las habitaciones de los Hospedajes Ignacio Merino I etapa?		
			Transparencia	Cree usted que ¿los empleados y propietarios de los hospedajes generan confianza? ¿Considera importante que los hospedajes conozca las expectativas de sus clientes?		
		Estrategias	orientación	¿los dueños de los hospedajes Se preocupan por adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente?¿Cree usted que es importante la motivación de los empleados para que su empresa sea exitosa?	Nominal	
			satisfacción del cliente	¿la infraestructura de los hospedajes Ignacio Merino I etapa están en óptimas condiciones? ¿Encontró satisfacción en el servicio ofrecido por parte de los hospedajes?		

**PORCENTAJE DE RESULTADOS**

O.E.1. identificar las estrategias de la competitividad que emplean las MYPE, rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa Piura, año 2017	T1	T2	T3	T4	T5	T6
RESPUESTA						
SI	63.8%	47.1%	48.6%	47.8%	49.3%	54.3%
NO	36.2%	52.1%	51.4%	52.2%	50.7%	45.7%
O.E.2. conocer los tipos de la competitividad que aplican MYPE, rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino I Etapa Piura, año 2017						
Respuesta	T7	T8	T9	710		
SI	55.1%	68.8%	57.2%	43.5%		
NO	44.9%	31.2%	42.8%	56.5%		
O.E.3 conocer la importancia del servicio al cliente que aplican las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino Piura, año 2017.						
Respuesta	T11	T12	T13	T14	T15	T16
SI	52.9%	50.7%	61.6%	55.8%	50%	59.4%
NO	47.1%	49.3%	38.4%	44.2%	50%	40.6%
O.E.4. Determinar las estrategias del servicio al cliente que usan las MYPE rubro hospedaje Urb. Ignacio Merino Piura, año 2017´.						
Respuesta	T17	T18	T19	T20		
SI	52.9%	51.4%	53.6%	60.1%		
NO	47.1%	48.6%	49.4%	39.9%		

Elaboración propia