



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y  
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR  
SERVICIO, RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE  
TUMBES, 2017”**

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

**AUTOR**

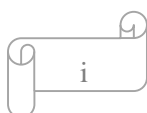
**NAMUCHE ATOCHE, KEVIN ALEXIS**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO**

**TUMBES – PERU**

**2018**



**HOJA DE FIRMA DEL JURADO**



---

**Mgtr. Lic. Adm. VICTOR HUGO VILELA VARGAS**  
**PRESIDENTE**




---

**Mgtr. Lic. Adm. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO**  
**SECRETARIO**



---

**Lic. Adm. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA**  
**VOCAL**



---

**Mgtr. Lic. Adm. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ**  
**ASESOR**

## AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Los Ángeles de  
Chimbote, la cual abrió sus puertas a jóvenes, para formarnos  
profesionalmente para un futuro  
competitivo.

A mi Docente, el Mgtr. José Fernando Escobedo  
Gálvez, quien gracias a sus  
conocimientos y orientación brindada en cada  
sesión de clases han sido fundamentales para  
culminar mi informe.

Y por último y no menos importante a todos  
aquellos familiares y amigos que con su  
incondicional apoyo hicieron posible la  
realización de este trabajo.

## **DEDICATORIA**

Los resultados de este informe, están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de mi culminación.

En primer lugar este trabajo le dedico a Dios, por darme la oportunidad de vivir y estar conmigo en cada paso que doy, por darme salud y fuerzas para lograr mis objetivos, por poner en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía.

A mis padres, por darme la vida y creyeron en mí, por el apoyo constante en cada momento de mi vida para cumplir con los objetivos de mi carrera profesional.

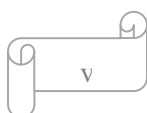
## RESUMEN

El presente estudio de investigación denominado **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO, RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017**. Teniendo como problema: ¿Cuáles son las principales características de la

Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017? Y realizar los Objetivos de la Investigación.

**Objetivo General:** Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes del sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017. El estudio de investigación es de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte transversal, teniendo en cuenta la población de 79 trabajadores de los hospedajes; a quienes en el transcurso de la investigación se les aplicara un cuestionario estructurado directamente sobre el tema de investigación a través de la técnica de la encuesta. En conclusión se identificó que los usuarios de las MyPes encuestadas manifiestan experimenta una buena sensación pero que existe inconveniente para contactarse con la persona idónea, brindado un servicio lento, con un lenguaje poco claro, y no promueve un servicio de calidad, así mismo le toman en cuenta a la competencia para mejorar el servicio e instalaciones, desarrollan capacitaciones que ayude a mejorar el servicio, considerando los jefes la empatía como la más importante, para brindar el servicio.

**Palabras claves:** *Gestión de Calidad, Competitividad de las MyPes.*



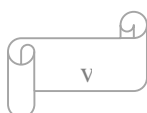
## ABSTRACT

The present research study called CHARACTERIZATION OF QUALITY AND COMPETITIVENESS MANAGEMENT IN THE MYPES IN THE SERVICE SECTOR, I REFER TO HOSPEDAJES IN THE DISTRICT OF TUMBES, 2017.

Having as problem: What are the main characteristics of the Quality and Competitiveness Management in the MyPes in the Service sector, heading Lodgings in the District of Tumbes, 2017? And realize the Research Objectives. General Objective: Determine the main characteristics of the Quality and Competitiveness Management in the MyPes of the Service sector, heading Lodgings in the District of Tumbes, 2017. The research study is of a descriptive type, the research level is qualitative and the design is not experimental, taking into account the population of 79 workers of the lodgings; to those who in the course of the investigation will be applied a questionnaire structured directly on the subject of research through the technique of the survey.

In conclusion it was identified that the users of the surveyed MyPes say they experience a good feeling but that there is an inconvenience to contact the right person, provided a slow service, with unclear language, and does not promote a quality service. in account of the competition to improve the service and facilities, develop training to help improve the service, considering the heads empathy as the most important, to provide the service.

Keywords: Quality Management, Competitiveness of the MyPes.



## ÍNDICE

HOJA DE FIRMA DEL JURADO .....	ii
ii AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE .....	vii
INDICE DE CUADROS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	17
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES .....	31
2.2.1. GESTIÓN DE CALIDAD .....	31
A. DEFINICIÓN .....	31
B. IMPORTANCIA .....	32
C. DESVENTAJAS.....	32
D. VENTAJAS.....	33
E. TIPOS O CLASIFICACIÓN .....	33
F. TEORÍAS.....	34
2.2.2. COMPETITIVIDAD .....	36
A. DEFINICIÓN .....	36
B. IMPORTANCIA .....	37
C. DESVENTAJAS.....	38
D. VENTAJAS.....	38
E. TIPOS O CLASIFICACIÓN .....	38
F. TEORÍAS.....	39
2.2.3. MYPES (LEY DE PROMOCIÓN DE LAS MYPES) .....	40
2.2.4. HOSPEDAJES .....	41
III. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	42
IV. METODOLOGÍA.....	43
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	43
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	43
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	43
4.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	44
4.4.1. Variables:.....	44
4.4.2. Operacionalización.....	44

<b>4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....</b>	<b>46</b>
<b>4.5.1. Población: .....</b>	<b>46</b>
<b>4.5.2. Muestra:.....</b>	<b>47</b>
<b>4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....</b>	<b>48</b>
<b>4.6.1. TÉCNICAS.....</b>	<b>48</b>
<b>4.6.2. INSTRUMENTOS .....</b>	<b>49</b>
<b>4.7. PLAN DE ANÁLISIS .....</b>	<b>49</b>
<b>4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....</b>	<b>52</b>
<b>4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS.....</b>	<b>53</b>
<b>V. RESULTADOS.....</b>	<b>54</b>
<b>5.1. RESULTADO.....</b>	<b>54</b>
<b>5.1.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 01: .....</b>	<b>54</b>
<b>5.1.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02: .....</b>	<b>56</b>
<b>5.1.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03: .....</b>	<b>60</b>
<b>5.1.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04: .....</b>	<b>62</b>
<b>5.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>66</b>
<b>5.2.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 01.....</b>	<b>66</b>
<b>5.2.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02.....</b>	<b>68</b>
<b>5.2.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03.....</b>	<b>70</b>
<b>5.2.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04.....</b>	<b>72</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>73</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>75</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>82</b>
<b>ANEXO 02: PRESUPUESTO.....</b>	<b>84</b>
<b>ANEXO 03: ENCUESTA .....</b>	<b>85</b>
<b>CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN DE CALIDAD .....</b>	<b>85</b>
<b>CUESTIONARIO SOBRE COMPETITIVIDAD .....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXO 04: CONSTANCIA DE VALIDACION DE JUCIO DE EXPERTO.....</b>	<b>91</b>
<b>ANEXO 05: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXO 06: LIBRO DE CODIGOS.....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXO 07: ÁLBUM FOTOGRÁFICO.....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXO 08: EVIDENCIA TURNITIN .....</b>	<b>116</b>



## INDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 01.</i> Operacionalización de las Variables .....	45
<i>Cuadro 02.</i> Población de hospedajes en el Distrito de Tumbes. ....	47
<i>Cuadro 03.</i> Matriz de Consistencia .....	52

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 01</i> Cómo considera usted la atención al momento de su recepción. ....	54
<i>Tabla 02</i> Los equipamientos e instalaciones las considera en buen estado. ....	54
<i>Tabla 03</i> La decoración interior y atmosfera del hospedaje está en buen estado. ....	54
<i>Tabla 04</i> Limpieza y condiciones de instalaciones exteriores. ....	54
<i>Tabla 05</i> Como califica usted la comodidad en su habitación. ....	55
<i>Tabla 06</i> Como califica usted el servicio a la habitación. ....	55
<i>Tabla 07</i> Como califica usted la ubicación del hospedaje. ....	55
<i>Tabla 08</i> El personal muestra un aspecto limpio y aseado al momento de la atención. ....	55
<i>Tabla 09</i> Ha tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con sus materiales para llevar a cabo su trabajo. ....	56
<i>Tabla 10</i> En el establecimiento se encuentran con sistema de señalización de emergencia. ....	56
<i>Tabla 11</i> Cuando usted acude al servicio, no tengo problema alguno en contactar con la persona que pueda responder a mis demandas. ....	56
<i>Tabla 12</i> El personal utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitirle de forma sencilla y clara sus explicaciones. ....	56
<i>Tabla 13</i> La rapidez con la que usted le fue atendido. ....	57
<i>Tabla 14</i> ¿Se resolvió satisfactoriamente su consulta? .....	57
<i>Tabla 15</i> El personal que le atendió, ofrece y promueve el buen servicio. ....	57
<i>Tabla 16</i> ¿Cómo valora usted el trato recibido por el personal que le ha atendido?.....	57
<i>Tabla 17</i> Como considera la seguridad del hospedaje. ....	58

<b>Tabla 18</b> El Servicio se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario. ....	58
<b>Tabla 19</b> Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios. ....	58
<b>Tabla 20</b> Como considera usted la experiencia del servicio brindado. ....	58
<b>Tabla 21</b> De qué manera usted ve a la competencia. ....	59
<b>Tabla 22</b> El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad. ....	59
<b>Tabla 23</b> La empresa identifica y monitorea las tendencias de los usuarios. ....	59
<b>Tabla 24.</b> ¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad? ....	59
<b>Tabla 25</b> Se identifica oportunidades que genere el mercado. ....	59
<b>Tabla 26</b> ¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio? .....	60
<b>Tabla 27.</b> Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos. ....	60
<b>Tabla 28</b> ¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje? .....	60
<b>Tabla 29</b> Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio. ....	60
<b>Tabla 30</b> La capacitación al personal permite mejorar sus habilidades. ....	60
<b>Tabla 31</b> ¿El personal adecúa su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje? .....	61
<b>Tabla 32</b> ¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio? .....	61
<b>Tabla 33</b> Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia. ....	61
<b>Tabla 34</b> Considera usted que se deba cambiar de tecnología. ....	61
<b>Tabla 35</b> Como considera usted el servicio que brinda su hospedaje. ....	62
<b>Tabla 36</b> Cómo calificaría la tarifa de paga. ....	62
<b>Tabla 37</b> Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y visitantes. ....	62
<b>Tabla 38.</b> Cree que se deba implementar algunos servicios complementarios como: ...	62
<b>Tabla 39</b> De qué forma promociona el hospedaje para captar más usuarios. ....	63
<b>Tabla 40</b> Diga usted cual es lo que considera más importante al momento de brindar el servicio. ....	63

## I. INTRODUCCIÓN

El Presente informe de Tesis Titulado **“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017”**, la investigación tiene como finalidad investigar, además comprende la importancia del tema, el objetivo que se pretende lograr, el esquema de los fundamentos que respaldan la investigación, el método a utilizar, el tiempo requerido y los recursos económicos y materiales necesarios para finalizar la investigación.

Por lo cual se pretende realizar el enunciado del problema, ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017? Y realizar el Objetivo General de la Investigación: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes del sector Servicio, rubro Hospedaje en el Distrito de Tumbes, 2017. Objetivos Específicos: Identificar las características de la Gestión de Calidad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017. Determinar las principales características en atención al cliente en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017. Identificar las estrategias de la Competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017. Conocer los productos y servicios de mayor competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017. Igualmente la investigación nos permitirá tener noción más precisa de cómo actúa la Gestión de Calidad así como la Competitividad en las actividades de la MyPes del sector servicio, rubro Hospedajes. Los elementos económicas componente del trabajo son MyPes del Distrito de Tumbes, dedicadas al servicio en el rubro de Hospedaje. En el distrito de Tumbes se ha identificado veinte (20) MyPes dedicada al servicio de

hospedaje. Con el objetivo de justificar mi investigación es importante determinar la relación que tiene el trabajo en equipo para dar un buen servicio de calidad lo que conlleva a las MyPes a dar un paso importante y esto influye en la Competitividad de esta, y dar a conocer que esto es vital para que cada líder de la organización pueda tomar buenas decisiones; así mismo, el tener un buen clima laboral mejora la participación de los trabajadores y tener mayor influencia en la Gestión de

Calidad para obtener una ventaja Competitiva. Para poder analizar la Gestión de Calidad del servicio que brinda un hospedaje debemos de identificar los elementos que determinan generar un servicio de calidad, y ser competente con la demás competencia. Es por eso lo importante en abarcar los puntos críticos que afectan a las MyPes, para ello se debe recurrir a investigadores para indagar más afondo la problemática como Cazañas y Candelaria (2010), hoy en día la Gestión de Calidad en los servicios, se están apoderando de un importante lugar, relacionado a los cambios que se vienen desarrollando en nuestra sociedad, estos cambios traen consigo como resultado que la calidad en el servicio cambie en una causa competitiva para las empresas, utilizando técnicas o instrumentos que accedan a tener una calidad y gestión de excelencia. La esencia es igualar o aventajar las exigencias de los usuarios en la calidad del servicio, teniendo base con las antiguas experiencias. Determinando los principios como: Fiabilidad (consistencia y precisión), Receptividad (buena actitud), Competencia (ser amable), Empatía (transmitir interés). Según el Diario el peruano las pequeñas y microempresas en el Perú tiene una importante participación económica y social para el curso de desarrollo nacional. En consecuencia establece un 98% de todos los negocios actuales en el país, genera puesto de trabajo con un 75% de la PEA. Para el docente

Nemesio Espinoza de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM, las empresas y microempresas en el Perú, no son desperdiciales al crecimiento al país, aun

enfrentan problemas, hasta a veces sin importancia, así mismo las MyPes no cuentan con capital suficiente para invertir y poder ingresar a los mercados. Por ultimo las Pyme es la poca tecnología, según el experto dice que en el campo de la globalización, competitividad y del entendimiento que determina en mundo actual, es por ello el poco desarrollo de los negocios, si los negocios no cuentan con esos principios no podrá crear y no será activo en la sociedad. Diario la Gestión, según INEI Los cuatros problemas que restringe el desarrollo de los negocios, en la mayoría de los negocios con 81.2% considera que hay competencia informal para el producto. El 39.5% de negocios informales según la (ENE) en el 2015, además responden que la demanda es de condición limitada, con un 36.7%, un 34,8% existe problemas obtener financiamiento y un 30.6% dicen muchas normativas tributarias. Por cifra según INEI, el Perú presenta

8.18 millones de cantidad productiva, informo Aníbal Sánchez Jefe de INEI. La Directora General Administrativa de CENTRUM católica, Beatrice Avolio, ha desarrollado un estudio con perspectiva cualitativo determinando los factores que han restringido el desarrollo y consagración de las mismas. Los puntos determinados están relacionados a los aspectos de personal (recursos humanos), contables y financieros, para ser competente deben desarrollar estrategias en relación a mejorar la calidad en sus productos, tener buenos conocimientos logísticos, para la operación de producción y ayuda a generar confianza entre empresa y proveedores, otro es de su visiones a corto plazo que limitan y no enmarcan objetivos a largo plazo para que ayude a enmarcar el crecimiento de las MyPes.

Dentro del contorno externamente las Micro y Pequeñas empresas les involucra reconocer los aspectos claves del entorno que rodea el negocio y que influye de manera directa o indirecta, empleando la técnica de PESTEL se tiene la caracterización desde lo político, económico, social, tecnología, ecosistema, y legal. **Ámbito Político**, El

Ministerio de la Producción en su informe: MIPYME. Estadísticas del micro, pequeña y mediana empresa argumente que: “, para establecer la capacidad empresarial se utiliza la definición establecida en la Ley N° 30056, ley que modifica diversas leyes para proveer la inversión, incitar el progreso productivo e incremento empresarial. Esta ley tiene por esencia establecer el marco legal para promocionar la competitividad, la formalización y el progreso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), a través de establecimiento de políticas de eficacia general y la creación de herramientas de apoyo e impulso. Por esta política se logró la inversión en el sector hotelero de empresas extranjeras, tanto la edificación de nuevas establecimientos, equipamiento y modernización de los hoteles que eran de posesión del Estado a cargo de Enturperú. (Gomero, 2015). **Ámbito Económico**, A nadie le habría quedar incertidumbre de que el desarrollo económico que ha cursado el Perú en los últimos años ha hecho viable el afloramiento de un gran número de micro y pequeñas empresas, reconocidas usualmente como MyPes. La economía peruana, simboliza en las MyPes, cordialidad, seguridad y firmeza económica, cara a un mercado globalizado, competitivo. Los viajes de profesión, de turismo y celebración fermentan para los hoteles una significativa cantidad de dinero que no solo va en favor del empresario hotelero sino para todos sus vendedores y los obreros de estos últimos. Es así que esta acción se convierte en una zona trascendental para la generación de empleo que países latentemente turísticos, como el Perú, deben beneficiar. (Clarín Opinión, 2000). **Ámbito Social – Cultural**, Blanco (1998) señala que "Los golpes por los visitas en un espacio natural no son solamente físicos, sino que además tienen un mecanismo social importante. La cabida de carga social se representa a la sensación de agobio que tienen las personas que visitan un determinado lugar, al hallar con un número superior de visitantes. Este aspecto tiene que ser tomado en cuenta en el proceso de planeamiento de la actividad turística. Una de las cosas más significativas

sobre viajar es a cuánta gente le interesa que su viaje tenga un impacto histórico en su conciencia, pero aún más en los países que visitan. A parte de crear inmortales experiencias turísticas y de trabajar con los viajeros para personificar sus vacaciones en Perú y en Latinoamérica, en Gediscovery ciertamente creemos que hay una gracia en las comunidades locales donde hay hotelería y turismo. (Discovery, 2015).

**Ámbito Tecnológico,** Un mayor uso de los equipos de tecnologías de información y comunicación (TIC) por parte de las MYPES peruanas les auxiliaría a comprimir sus costos administrativos y originar mejor sus productos y servicios, señaló hoy el especialista de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Eduardo Rocca. Dio como referencia que no es muy costoso realizar una página web, ya que solo se demanda de comprar una potestad de Internet y educar a los integrantes de la compañía en la dirección de esta página, lo cual puede estar a deber del personal administrativo sin la carestía de contratar a un "experto". (Mypime Perú, 2014).

**Ámbito Ecológico,** En la actualidad podemos hallar en el país, de cierto perfil, una inquietud empresarial y organizacional por los escenarios del medio ambiente y la ecología. El valor que las personas y la sociedad en común trataban sobre las cuestiones ecológicas ha cambiado de forma primordial en las últimas décadas hasta el día de hoy que ha ido quitando un protagonismo significativo, en su totalidad, hay posturas que manifiestan una mayor concientización por la disposición del medio ambiente, sin embargo penosamente no podemos trascender. (Marjorie, 2012).

**Ámbito Legal,** En Julio del 2003, el Congreso de la República promulgo la Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. La Ley asigna al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MINTRA) como órgano rector el cual debe definir las políticas nacionales de promoción de la MYPE y coordina con las entidades del sector público y privado la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales. El

Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (PROMPYME), se compone como una petición de promoción, coordinación y concertación de las operaciones necesarias para favorecer con el aumento de la competitividad de la pequeña y micro empresa en los diferentes mercados en los que ésta participa. Promueve y facilita el acceso de la MYPE a los mercados de bienes y servicios, mediante el progreso de capacidades para establecer valor y competir y el fomento de la articulación empresarial, contribuyendo a una actividad empresarial llevadero, en asociación con agentes privados y públicos.

Para el desarrollo de la presente investigación es importante determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes del sector Servicio, rubro Hospedaje en el Distrito de Tumbes, 2017. Porque permitirá determinar la relación de Gestión de Calidad y Competitividad. El distrito de Tumbes está en crecimiento, pese a cada circunstancia que afectan a la ciudad, hoy en día el turismo está en crecimiento, según el Indicador Compuesto de Actividad Económica (ICAE) ha crecido un 15% en el ámbito agrícola y Turismo. Al estar en una zona fronteriza ayuda a que nuestra región este en constante desarrollo, es por ello que en la actualidad los hospedajes en la región contribuyen a la economía de la misma, ayudando a la población generando puestos de trabajo. (Codemype, 2016).

Dar un servicio de Calidad en estos días es tareas de todos los trabajadores e incluso de las altos jefes quienes determinan los pilares para el sustento del servicio en los negocios, con la investigación que se realizar se podrá identificar, analizar, conocer acerca de los servicios de hospedajes que brindan las MyPes, y conocer cuáles son las dificultades para generar el buen servicio sea desde lo más mínimo. De demostrar que la investigación realizada ayuda a identificar los pilares sostenible para el proceso de calidad que toda MyPes debe contar, y desarrollar adaptándose a cada cambio de que se presente, se debe satisfacer la necesidad de cada cliente plenamente, entonces se debería tomar muy



en cuenta esta investigación porque ayudaría a próximas investigaciones en que una estrategia, el producto o hasta un buen servicio puede captar una satisfacción. Esto permitiría como cliente estar más satisfecho, porque vivimos en un mundo que cada vez genera más necesidades, y cuando genera más necesidades genera más compromiso, innovación, creatividad para ayudándonos a dar un gran paso en este mercado tan competitivo. Se justifica teóricamente porque contiene una inicio de conocimiento de la Gestión y Competitividad teniendo el uso de herramientas prácticas que manejan las MyPes de Tumbes, (Salkiu, 2002); así mismo tiene justificación metodológica por la aplicación coordinado del proceso de la investigación, enfocada a la detección de datos cuantitativos que determinen sin vulnerar datos, y recoger datos en un momento como en las MyPes del rubro Hospedajes en el distrito de Tumbes, (Batista, 2006). En conclusión se identificó que los usuarios de las MyPes encuestadas manifiestan experimenta una buena sensación pero que existe inconveniente para contactarse con la persona idónea, brindado un servicio lento, con un lenguaje poco claro, y no promueve un servicio de calidad, así mismo le toman en cuenta a la competencia para mejorar el servicio e instalaciones, desarrollan capacitaciones que ayude a mejorar el servicio, considerando los jefes la empatía como la más importante, para brindar el servicio.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Según, Arias (2012) En su investigación titulada:

*“Implementación del Sistema de Gestión de Calidad en la Empresa QUALITY & CONSULTING GROUP S.A.S. Conforme a la Norma ISO 9001:2008”* ha determinado su finalidad, implementar el sistema de Gestión de acuerdo a la norma internacional ISO 9001 modelo 2008 en la empresa de consultoría Quality & Consulting Group S.A.S; tipo de investigación inductivo – sintético, teniendo como técnica de recolección entrevista, observación directa, contando con una población de todo el personal de la empresa e incluido los proveedores, concluyendo, por medio de evaluación de los diferentes procesos fue tener visualización clara de la posición real de la empresa, realizando una visión frente a la situación de hoy en día. Con los objetivos de gestión de calidad permitió la dirección precisa y eficiente de la empresa mediante un constante seguimiento y tomar buenas acciones (decisiones) en cada caso que se nos presente.

Seguidamente, Ortiz (2010) En su investigación denominada:

*“Modelo de Gestión de Calidad y su efecto en las ventas de la Finca el Moral de la Parroquia el Triunfo del Cantón Patate”.*

Tiene por finalidad determinar el impacto de la gestión de calidad diseñando estrategias y técnicas que faculte el crecimiento de las ventas en la Finca el Moral de la Parroquia el Triunfo del Cantón Patate, con un nivel de investigación exploratorio descriptivo, contando con una población de clientes internos y externos y una muestra de 31 clientes, utilizando la encuesta y cuestionario como

recolección de datos, concluye que la investigación de la empresa, así también el diseño, ejecución del procesos de creatividad en originalidad es un requisito para aprovechar las oportunidades y talento en respuesta a la cambios que se encuentre en una supervisión, representa el sistema de gestión como oportunidad para mejorar, a diferencia de las anteriores modelos que generaban obstáculo en el crecimiento.

Por su parte, Font (2015) En su investigación denominada:

*“Implementación del Sistema de Gestión de Calidad según una en ISO 9001:2008, Fundación Luis Giménez Lorente, en el Ámbito de la Cartografía y la Gestión de sus Fondos. Comparativa con otras Instituciones Cartográficas a Nivel Nacional”* considera analizar los sistemas de gestión de calidad que existe en otra institución u organizaciones en relación con cartografía, recoge, fundamenta y establece las bases de implementar un sistema de gestión de calidad en ISO 9001:2008, con una metodología de sistema que está conformado por conjunto de diagramas jerarquizados, termina diciendo debe de implementar un sistema de gestión de calidad que ayudara a dotar de componentes necesarios para obtener un servicio y producto conforme a la norma implantada, ganado así una venta en este mercado.

Según, Homero (2014) En su investigación titulada: *“Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una PYME con Mercado Local; Caso Fonix”* Tiene por finalidad proponer el establecimiento de un sistema de Gestión de Calidad Internacional,

norma ISO 9001:2008, en la mediana empresa, el estudio es descriptivo, de tipo transversal, con diseño no experimental de corte transversal; así mismo concluye es importante tener en cuenta a las teorías, forma de pensar, ideología de acuerdo al ámbito empresarial o en las circunstancias que se presenten a lo largo de los años, que como por último componente a tomar en cuenta con respecto a la calidad es la posible adquisición de algún prototipo de calidad total en el negocio. Teniendo una visión de los beneficios que traen conjunto a la empresa, desde reducir costos, la oportunidad de expandir la cartera de clientes, la posible acondicionamiento del negocio, además de mantener el modelo de restauración en la empresa.

Así mismo, Aguilar (2010) En su investigación denominada:

*“Propuesta para Implementar un Sistema de Gestión de la Calidad en la Empresa, Filtración Industrial Especializada S.A. de C.V.”*

Tiene por finalidad desarrollar una propuesta de mejora para la empresa “Filtración Industrial Especializada, S.A de C.V. que ayude a disminuir los procedimientos existentes para obtener productos con mejor calidad y reducir las pérdidas actuales, de tipo transversal, con una población de 64 trabajadores, realiza análisis FODA, para el levantamiento de información un encuesta piloto. Concluye con deficiencia en el negocio con relación a la calidad de la misma, se identificó los puntos críticos a mejorar en gestión de calidad, se debe tener importancia en implantar un sistema de gestión, para así tener un alto índice de compromiso de la alta

dirección quienes toman las decisiones y ejecutan los recursos óptimos, se estar comprometido a compensar los costos para llegar a mejorar las carencias actuales.

Según, Berrú (2014) En su Investigación Denominada: *“Caracterización de la Gestión de la Calidad y la Competitividad de las Mypes del Sector Comercial, Rubro de zapaterías de la Ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014”* La indagación tiene como objetivo Determinar la Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad en la MyPes en el rubro de Zapatería de la población de Sullana, con un diseño no experimental, de tipo descriptivo determinado de tal forma como se observa en su contexto, se identificó a 40 MyPes concluye que, Las actitudes de las altas jefaturas, distorsión gerencial, incumplimiento, carencia de patrimonio óptimo de operación, cero proyecciones tácticas, utilización inapropiada de tecnología, carencia de conciencia social, falta de una impecable formula mercante, limitando la entrada de la información; componentes que generan el inicio al desarrollo de dilemas que en la actualidad viven las MyPes en la sociedad. De un 100% de los jefes en las MyPes encuestados nos confirma que un 50% de los jefes dicen poseer entre 36 a 50 años de edad, un 25% nos dicen que cuentan con estudios básicos, con 75% de los jefes en las MyPes cuestionados son obreros y con 75% de los jefes encuestados tienen como objetivo principal es la permanencia en el mercado. Lo primordial particularidad en la MyPes en función al estudio: con el 37.50% se enfoca al negocio

ya hace más de 3 años consecutivamente, siendo con un 50% de que mantienen a solo una persona fijo. Los dueños encuestados dijeron que de acuerdo a la competitividad, un 87.50% los jefes aprueban un buen desempeño en las MyPes, mientras tanto con un 62.50% el comerciante no le informa al cliente en las MyPes. Con 50% lleva el producto al negociante casi al tiempo establecido, con 75% efectúan el pago de los clientes de formas más rápida y sin problema y con 50% responden con mayor continuidad a las consultas o reclamos póstumos a la compra.

Seguidamente, Hernández (2015) En su trabajo de Investigación *“Gestión de Calidad, Marketing y Competitividad de las MyPes del sector Servicio Rubro Restaurantes del Distrito de la Esperanza, Año 2014”* En la investigación traza como objetivo Determinar y dar a conocer las principales características de la gestión de calidad, mercadeo y competitividad en las MyPes del sector servicio en el rubro restaurantes, tipo de investigación fue descriptiva teniendo como muestra con 15 microempresas. Se concluye que el marketing y competitividad de las MyPes del Rubro Restaurantes son dos factores que aún están lejanos de estar en modelos óptimos que permitan realizar una perfecta gestión de las transacciones. Si bien es claro que la mayor parte de los gerentes y administrativo tienen estudios completos con un 53% y un 27% cuentan con estudios inconclusos, eso significa una gran inconveniente para el negocio porque el mayor índice de gerentes y administrativo cuentan con estudios completos no universitarios,

esto nos muestra que deberían capacitar en temas vinculados con el rubro y en Gestión de Calidad, mercadotecnia y competitividad. En algunas circunstancias al ser dueño o hijos del dueño hace aceptar una postura más tradicionalista al instante de dirigir el negocio porque se tiene la idea de que si está todo bien en el negocio y tiene consumidores, pues no es indispensable hacer algún tipo de cambio en la dirección de la empresa.

La gestión de calidad de los negocios no cuentan con algún prototipo de modelo señalado o parámetro, en su mayoría las empresas suelen desarrollar técnicas que aprenden o manipulan y que en su momento dieron resultados, pero la empresa crece y no se poder permitir siempre en tener las mismas ideas o cultura que perjudique a la expansión del negocio.

Por su parte, Ortiz (2013) En su investigación denominada:

*“Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes Comercializadoras de Limón en Cieneguillo Centro – Sullana Año 2013”* la investigación tiene como meta determinar de qué manera incide la gestión de calidad en la competitividad en las MYPES comercializadora de maíz, de tipo cuantitativa – descriptiva, con una población de 20 MYPES concluye que, la gestión de calidad constituye una útil herramienta que debe manipular las MYPES para aumentar el nivel de competitividad en el sector y así lograr todos los planes y objetivos determinados. La Gestión de Calidad incurre positivamente con la obligación y en el implicar al talento humano,

esto se refleja en el incentivo, a través de su desarrollo de actividades, puntualidad e identidad que tengan con el negocio.

El micro y pequeña empresa incurre en medida eficaz en la competitividad del producto, a través de tener un valor agregado del mismo. Basando en el precio, condiciones, y atención al cliente, esto genera a las MyPes tomar decisiones relacionado al mercado que logren ser competentes en la economía global.

El trabajo en equipo y las capacitaciones a menudo conforman parte de la mejora continua en las MyPes, esto permite extender una excelente gestión de calidad. El cambio y la remodelación del negocio son primordiales para el crecimiento de las ventas en el micro y pequeña empresa. La clave del éxito es la calidad de un buen producto o servicio para ser competente de las MyPes, es por ello tener fidelizado a nuestros clientes.

Según, Poma (2017) En su Investigación denominada: *“Análisis de la Gestión de Calidad bajo el Enfoque del Planeamiento Estratégico y su Efecto en la Competitividad en la Micro y Pequeña Empresa del Sector Servicio – Rubro Cevichera de la Ciudad de Huaraz, 2016.”* el estudio tiene por finalidad determinar si la gestión de calidad bajo el enfoque del plan estratégico afecta a la competitividad en la MyPes en el rubro cevichería con tipo descriptiva correlacionar con enfoque cuantitativo, con investigación no experimental, determinado la muestra con 200 individuos, concluye en que la mayoría de los trabajadores y clientes de las Micro y Pequeña Empresa del sector servicio rubro



cevichera de la ciudad de Huaraz, 2016 comprende que el personal y materiales a utilizar en los productos mejoran la calidad de los productos por lo que es primordial de elegir a los proveedores adecuados. Así mismo, en su mayoría el talento humano casi siempre tiene conocimiento y habilidades requeridas para desarrollar el servicio gracias al conocimiento que tienen en este tipo de negocio, sin embargo hace falta enriquecer el desarrollo de recolección de información sobre el consumidor, insistiendo al trabajador el afecto por conocerles más. En su mayoría el talento humano de las Micro y Pequeña Empresa son consultados por la preparación de los planes de ejecución en la empresa debido a que se toma en cuenta su experiencia, por lo contrario la mayoría no participa. En otras instancias en su mayoría las cevicheras a veces analizan la conmovición del ambiente en la organización.

Así mismo, Kano (2017) En su investigación titulada *“Gestión de Calidad bajo el Enfoque de la Atención al Cliente y la Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria - Rubro Panaderías, en el Distrito de Nuevo Chimbote – 2016.”* tiene como finalidad determinar el nivel de Gestión de calidad a través de la gestión enfocado en la atención al cliente y el nivel de competitividad de la MyPes, con el método no experimental transversal en un tiempos correlacionar y descriptivo aplicado a 60 clientes, concluye que del producto se desliga que gran parte de los clientes cuestionados nos informan su satisfacción de acuerdo a la gestión en atención al cliente, de las 60 encuestas,

con un 43% manifiestan que están satisfecho, así mismo con un 40% manifiestan un nivel medio de satisfacción. Con relación a la competitividad las cinco panaderías muestran una competitividad propicia en los productos, la atención y además el servicio de tal manera que genere ser competente, está capacitada para producir sistemáticamente algún tipo de ventaja que se aproveche comercialmente en equiparación con los demás empresas con las que luchan en el mercado, de esa manera los clientes muestran lealtad a las panaderías. La correlación entre la gestión de la calidad bajo la perspectiva de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas concluye que si tiene correlación marcada, se demuestra a través de la investigación estadísticos en la ejecución de la finalidad y en el desarrollo de sus procedimiento de acuerdo a lo planificado en llegar a lograr las metas.

Según, Cruz (2016) En su Investigación Titulada: *“Caracterización Competitividad y Gestión de Calidad en las MyPes Rubro Banano Orgánico en Tumbes, 2016”* estableció como finalidad determinar las principales características de la competitividad y gestión de calidad de las MyPes en rubro orgánico, con un método de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo y diseño experimental, cuenta con una población de 81 personas, concluye con un 58% tiene información acerca de innovación que ayude a crecer la competitividad, con un 43 % no tiene idea. Se

observa que un 48% de los trabajadores recurren a la lluvia de ideas para dar solución al problema que se le presente, así también con 45% contribuyen al desarrollo y 33% mejorar la infraestructura, por lo que concluye tener enfocado los factores de la competitividad para llegar a obtener una buena gestión de Calidad. Seguidamente, Feijoo (2016) En su investigación Denominada:

*“Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MyPes Comerciales Rubro Electrodomésticos en Tumbes, 2016”*

determino como objetivo determinar las características de la capacitación y la competitividad en las MyPes comerciales en los electrodomésticos en la población Tumbesina, se utilizó el método descriptiva con un diseño no experimental, será corte transversal y de nivel cuantitativo con una población de 54 trabajadores concluye que con un 100% de los servicios que ofrece la capacitación en las microempresas de electrodoméstico solo ganan un 70% de los beneficios porque no tiene compromisos el trabajador por la empresa, porque la empresa motiva de manera externa, y no genera compromiso y cultural e identidad.

Por su parte, Pérez (2017) En su investigación titulada

*“Caracterización de la Gestión de Calidad y Confiabilidad de las MyPes sector Turismo rubro Hoteles del Distrito de Zorritos –*

*Tumbes, Año 2017”*. Tiene como objetivo determinar las características de la gestión de calidad y confiabilidad en la microempresa en el sector turismo rubro hotel, en su método de tipo descriptivo, nivel cuantitativo con diseño no experimental,

conformado por 03 microempresas y una población de 43 clientes utilizando la técnica de recolección de datos a través de encuesta. Concluye, se ha logrado reconocer que los facilitadores que simbolizan el apoyo a los usuarios y clientes en el sector turismo en el servicio hotelero de la ciudad de Zorritos son: el área de personal como uno de los pilares, además de los facilitadores de calidad, infraestructura, nos indican los facilitadores baja aceptación en cuanto al transporte y el mercadeo.

En cuanto al sector turístico rubro hotelero en la población de Zorritos se ha identificado que la gestión en el servicio del proceso de atención al usuario y cliente es la recepción, los dormitorios, la limpieza, la estancia, la reserva y con poca aceptación la seguridad y la comunicación. Se ha demostrado que lo eficaz del servicio a los usuarios y clientes y nos indican tener confianza, en el sector servicio hotelero de la población de zorritos es tener garantía, buen recibimiento, dar confianza, tener compromiso y una buena satisfacción. Se ha determinado que las cualidades que emanan el talento humano en el servicio a los usuarios y clientes y que expresan confianza, en el sector turismo de hoteles en la población de zorritos son: amabilidad, ser cordiales, tener actitud, empatía y buena integridad.

Según, Villalta (2016) En su investigación denominado *“Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las MyPes rubro Metal Mecánica en Tumbes, 2016”* determina cual es

la caracterización de la competitividad y capacitación en las microempresas de metal mecánica, tipo de investigación descriptiva basada correlaciona, con nivel cuantitativo y de diseño no experimental, para el acopio de información se utilizó la encuestas, concluye que con un 48% realizado planes nuevos lo cual aumentar los estándares de competitividad dentro del mercado Tumbesino, dando un apoyo al patrimonio corriente el cual se invirtió un 60% por la diferencia de los productos y servicios en el rubro metal mecánica, porque la estrategia competitiva se refiere a establecer una situación beneficiosa y sostenible con las resistencia que determine en el sector industrial. En el rubro metal mecánica, identificamos que se desarrollan una competencia de calidad en donde se encuentren su mercado meta y de esta forma preparar las estrategias clave para poder aumentar su proceso administrativo; indagando crecer el índice de producción, conseguir mayor eficiencia, brindando un servicio de calidad y adoptando prototipos de administración participativa, tomando como principal participación al capital humano, impulsando el trabajo en equipo para lograr la competitividad.

Se estudió que dentro de la selección de personal la MyPes desarrolla motivación interna logrando así una mejor calidad de vida, porque se realizan las capacitaciones especiales para los puestos de trabajos; así mismo, está fortaleciendo con una perspectiva propicia en la vinculación humana tanto en función administrativa como en el nivel de interacción social, aspectos de

excelente potencial para el cambio organizacional. La investigación demuestra que mide la rentabilidad a través de objetivos planteados en cada una de las áreas, disponiendo un hincapié en una comunicación fluida para brindar una considerable eficiencia y eficacia a cada uno de los trabajadores de la empresa; además de mantener a la vanguardia a los trabajadores frente a los cambios tecnológicos y científicos que disponen información sobre las nuevas tendencias tecnológicos.

En cuanto a Fajardo, (2016) En su Investigación denominado *“Caracterización de la Competitividad y Calidad de las MyPes rubro Colegios Privados en Tumbes, 2016”* tiene por finalidad determinar las características de la competitividad y calidad en la enseñanza de las microempresas de los colegios privados en la ciudad de Tumbes, con una metodología el tipo de descriptivo, de nivel cuantitativo, de diseño no experimental contando con una población de 20 colegios de nivel secundario concluye que dentro de la ubicación de los pilares de estrategias de la competitividad, los más recurridos a ser utilizados son los factores internos, recursos utilizables para el aprendizaje para la docencia) además factores institucionales (informes de mejoramiento) con el 60% de existencia, generalmente se asocian a la enseñanza y desempeño del alumnado. Así mismo en la investigación se determina que los colegios del sector privado se identifican en los niveles de análisis competitivo. Con un 50% los resultados arrojan una efectividad de los centros educativos privados si toman en cuenta a la

competencia, que el marketing realizadas por los medios de comunicación masiva más efectiva. Culmina que se ha encontrado los procesos, procedimientos técnicos y organizativos de aprendizajes que implique en las instituciones privadas, determinado con un 50% es de efectividad, porque se adapta a los procesos de sistemas planificados.

## **2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES**

### **2.2.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

#### **A. DEFINICIÓN**

**Aristóteles**, “Calidad no es arte, es una costumbre”.

**Conforme a Deming (1989)**, “La calidad es interpretar las exigencias futuras de los consumidores en forma medible, solamente así el producto puede ser confeccionado y elaborado para satisfacer a un precio que el usuario pagará; la calidad puede ser definida solo en fines administrativos”. **De acuerdo a Juran (1993)**, “La calidad consta de aquellas propiedades del producto que se basan en las exigencias del

consumidor y por es que ello que brinda placer el producto, además calidad radica en la libertad después de los desperfecto”.

**Según Ishikawa (1981)**, “De manera breve calidad representa calidad del producto, calidad en servicio, en información, de procedimientos, calidad en la gente, calidad de procedimiento, calidad de entidad, calidad de tener finalidad”.

**Conforme a Benítez (2010)**, “Según ISO 9000:2005 Gestión de la Calidad son los trabajos sincronizados para direccionar y controlar una estructura en lo referente a calidad”.

## **B. IMPORTANCIA**

**Larrea (1991)**, “En su totalidad de desempeño y caracteres de un producto que define la amplitud para satisfacer las exigencias de un conjunto de consumidores”.

**Álvarez (2006)**, “Simboliza desarrollo de progreso constante, en el cual todos los sectores de la compañía que busca complacer las exigencia del usuario o adelantarse a ellas, colaborando enérgicamente en el crecimiento del producto o prestación de servicio”.

## **C. DESVENTAJAS**

**Multicasetas (2017)**, “*Ventajas y Desventajas del Mejoramiento Continuo*”.

- Cuando la mejora se especifica en un departamento de la empresa, se pierde la visión de la interdependencia que se encuentra en todo los miembros de la



organización.

- Requerir cambio en toda la empresa, porque para llegar tener éxito es necesario el compromiso de todo el personal de la empresa en todo su esplendor.
- Puede ser un proceso a largo plazo.
- Se ejecutan inversiones considerables.
- El incremento de la Burocracia.

#### **D. VENTAJAS**

**SCRIBD (2011)** “*Ventajas y desventajas de un Sistema de Gestión de Calidad*”

- Mejora el placer en los usuarios y clientes.
- Mejor Rendimiento.
- Mejora el dialogo con los diferentes áreas.
- Ingresar a nuevos mercados que demanden certificación.
- Reduce los riesgos en los procedimientos.

#### **E. TIPOS O CLASIFICACIÓN**

**Sities Google** “*Tipos de Calidad*”

##### **CALIDAD EN EL DISEÑO.**

En el diseño de un moderno producto se resume en estas fases:

- Elaborar el Plan: La calidad depende de la posibilidad de confeccionar y elaborar el producto según lo determinado en la planificación.

- Descripción Técnica del Producto: Dicha descripción se desarrolla a través de la técnica de Análisis Modal de Fallos y Efectos.
- Inspección del desarrollo del diseño: El Proceso del diseño debe estar en constante inspección, para asegurar que los resultados sean los previstos.

### **CALIDAD EN EL PRODUCTO.**

#### **Contamos con dos indicadores:**

- Calidad de Aprobación: Son las medidas que un producto incumbe con las determinaciones diseñadas.
- Calidad de Actividad: Demuestra los resultados adquiridos al utilizar los productos producidos.

**CALIDAD EN LAS COMPRAS:** Es importante afirmar la calidad en los negocios para garantizar que el producto y servicio comprado tenga los requisitos obligatorios. La manera para respaldar la calidad en los productos y servicios en basarse en la responsabilidad del abastecedor, para producir el producto y colaborar las pruebas de calidad convenientes.

### **F. TEORÍAS**

**Maslow (1943)**, *“Plantea en su Teoría una Jerarquía de Necesidades Humanas”*.

- Necesidades Fisiológicas: Son las exigencias físicas, para sustentar la homeostasis, las más primordiales son: Necesidad de respirar, de tomar agua, alimentarse, entre otras.

- Necesidad de Seguridad: Esto aparece cuando las exigencias físicas se sienten compensadas, la necesidad de sentirse seguro y protegido, incluso crece ciertas limitaciones de acuerdo al orden como por ejemplo: seguridad física, salud, de empleo, moral, familiar, entre otros.
- Necesidad de Afecto: se relacionan con el aumento de afecto a la persona como: ser participativo, ser aceptado.
- Necesidad del Reconocimiento: La necesidad de estima una es alta y la otra baja:
  - Estima Alta: Es respetarse uno así mismo, determina tener confianza, libertad, independiente.
  - Estima Baja: Con respecto al prójimo, la necesidad de atención, reputación, dignidad, entre otros.
- Necesidad de Autorrealización: “Motivo de Crecer”, “Necesidad de uno Mismo” y “Autor realizarse”

**Juran (1912)**, *“Filosofía de José Juran”* En su enfoque son la Administración en la calidad se basó en lo que puso por nombre trilogía de Juran:

- Plan de calidad, independiente del prototipo de organización, procesos, la planeación de calidad se en términos generales son entradas – salidas, denominado mapa de plan de la calidad los cuales son los siguientes: reconocer a los usuarios, definir

necesidades, interpretar las necesidades en el idioma que se maneja en la empresa, entre otros.

- Control de la Calidad, la alta jefatura de usar un proceso general a fin de tener control del trabajo. Para examinar un proceso se debe constituir una relación de realimentación en todas las áreas y para todos los procedimientos; fijar objetivos de calidad, y técnica para medirlo.
- Mejora de Calidad, en esta fase se desarrolla todos los mejoramientos, “plan tras plan”, es por ello que es necesario determinar una junta de calidad que diseñe, organice e institucionalice el progreso de calidad al año. Esta junta determinara la forma de seleccionar cada informe, debe seleccionar, poner objetivos al igual que su misión y publicar el informe. de acuerdo a las prácticas de calidad cambian.

## **2.2.2. COMPETITIVIDAD**

### **A. DEFINICIÓN**

**Porter (1817)**, “La competitividad de un país necesita de la amplitud de su empresa para renovar y desarrollar, las empresas a su vez obtener superioridad sobre los demás competidores de la sociedad debido a la influencia y a los desafíos”.

**Oster (2000)**, “La competencia de una negocio es la

extensión que tiene para fabricar productos con estándares de calidad determinados, utilizando de forma eficaz sus recursos, en comparación con negocios del mismo rubro en el mundo en un periodo”.

**Garay (1988)**, “Competitividad mercantil es la amplitud de una sociedad para luchar eficientemente con la propuesta del exterior de bienes y servicios en los mercados”.

**Krugman (2008)**, “Determina << La Competitividad >> que se relaciona con el aspecto en que cada país disputa con el resto del mundo brindando bienes y servicios”.

## **B. IMPORTANCIA**

**López y Marin (2011)**, En cuanto a la competitividad se va venida desarrollando desde muchos años atrás, en donde su importancia está enmarcada por las limitaciones tan cambiantes del mundo, las cuales obligan a las empresas a estar en constantes cambios de estrategias que les ayude a ser constante y tener participación en el mercado.

**BBVA Empresa (2014)**, El desarrollo de un valor agregado es uno de los pilares más importantes para llegar a obtener éxito en las estrategias, porque en donde hay demasiada competencia y los estándares de comercios son disminuidos, las estrategias de bajos precios no tienen algún rebote, en estos casos la creación de la valorización resulta más beneficiosa. En muchos casos el crear valor conlleva a que el producto convencional,

es explotado, se le debe añadir o agregar valor de innovación que ayude a diferenciar nuestro producto.

### **C. DESVENTAJAS**

**Olavarría (2017)**, En su “*Consultoría Estratégica de Éxito*”

- Brindar prestaciones lentas.
  - Poca Innovación
  - Subir los Precios.
  - Reducir la Calidad

### **D. VENTAJAS**

**CreceNegocios (2015)**, “Que es Ventaja Competitiva”

- Tener una Marca bien posicionada en el Consumidor.
- Contar con Tecnología de Punta.
- Tener personal idóneo.
- Contar con un buen sistema de distribución eficaz.

### **E. TIPOS O CLASIFICACIÓN**

**Esser, Hilebrand, Messner (1996)**, *En su Teoría en el Instituto Alemán del Desarrollo.*

**COMPETITIVIDAD ESTÁTICA:** Es un prototipo de competitividad en lo que en la actualidad no es utilizable para algunos sectores, como la oferta es idéntica a la demanda, en algunos caso es superlativo. Si se invierte en los activos fijos llegan a convertirse en obsoletos.

**COMPETITIVIDAD DINÁMICA:**

Hoy en día el mercadeo es un pilar fundamental en los negocios, y los esfuerzos tienen por finalidad brindar servicio de calidad al usuario, trabajador ya administración

### **COMPETITIVIDAD ESPURIA Y AUTÉNTICA**

En denominación economista de Fernando Fajnzylber, denomina la competencia en utilizar recursos de la naturaleza en donde los costos se ejecutan la remuneración laboral, el tiempo es limitado y breve.

## **F. TEORÍAS**

**Porter (1980)**, “Estrategia Competitiva: Técnicas para analizar Industrias y Competidores”. Determina que una superioridad competitiva aumenta fundamentalmente en razón a la valorización que una entidad es experto en producir. La idea de valor simboliza lo que nuestros clientes están listos a cancelar, y el incremento del valor a un nivel alto se debe a la amplitud de proponer precios considerables en cuanto a la competencia por rentabilidad. Una entidad es productiva si el valor que genera es más alto de los costos generados por la fabricación del producto. En forma general podemos determinar que el fin de cualquier estrategia es dar un valor agregado a los compradores.

**Villalta (2003)**, Señala que se encuentran cuatro fases que deben de utilizar los negocios para definir las tácticas de competitividad, el primer paso deben desarrollar un estudio del

mercado, siguiendo evaluando las posibles ventajas competitividad que se encuentra, es decir utilizar el análisis FODA, como siguiente paso determinar las tácticas principales con la cual ha de disputar, la cual sea en la rebaja de los costos o en la publicidad del producto y servicio, y como parte final fijar la maniobra necesarias que se deberán realizar para confrontar a la competencia.

### **2.2.3. MYPES (LEY DE PROMOCIÓN DE LAS MYPES)**

La Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeño Empresa, Ley N° 28015. Con el fin de originar la competitividad, formalización y progreso de las Micro y pequeñas Empresa, además de aportar al PBI del país. La MyPes se basa de acuerdo al ordenamiento del Decreto Legislativo N° 1269 que se crea el Régimen MyPes, en esta ley se puede describir todos los parámetros en los que se enfocan las Micro y Pequeñas Empresas, además de la parte tributaria. Como sabemos las MyPes son un pilar importante para la economía del país porque abarca un 99% de las empresas en el Perú, con un 94% el micro empresa y con un 5% pequeña y mediana empresa, esto trae como consecuencia de que la fuente de trabajo generado por parte de las MyPes es de 75% y esto influye mucho en el producto bruto interno del país. Con un poco más de 659,046 empresas netamente formales ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), en donde el gobierno ha venido



incrementando la promoción de generar negocios pero con una perspectiva de crecimiento y expansión, que no solo ayude al propietario sino que todo un país llegue al crecimiento económico. Es por eso que en la actualidad como sabemos que las MyPes abarcan con el 99% de negocios, es importante para ellas generar, implementar sistemas de calidad, estándares para que estén a la altura de una empresa internacional y esto lo conlleve a tener mayor competencia, así mismo generara ventajas competitivas, porque como sabemos tenemos que estar a la vanguardia de la innovación, para mantenerse en el mercado, porque el consumidor moderno se basa en calidad, presentación del producto además de su distinción con certificación ISO que ayuda a mejorar la carta de presentación de las mismas.

Las MyPes para generar estos cambios tienen que estar preparados para cada reto que se les presente y poderlo superar no solo con innovación, tecnología sino también con un buen capital humano que este a la altura de cambiar, y mejorar cada día y así poder ser una empresa internacional y exitosa.

#### **2.2.4. HOSPEDAJES**

**Definición ABC (2007)**, “En conclusión hospedaje se refiere al servicio que entrega en lugar turístico, y que se basa en permitir que un usuario o un grupo de turistas acceda algunas de las instalación a cambio de un costo”.

**Organización Mundial del Turismo (2011)**, “Es el Servicio que se brinda en un lugar determinado con no más de diez dormitorios,

que ha cimentado para abastecer esencialmente hospedaje, de alimento, y los servicios demandantes de los usuarios (turista)”.

**Barragán (2005)**, define “Sitio en donde brinda alimentación, alojamiento, un punto de distracción para el turista, un inmueble conocido, un establecimiento se de servicios domésticos, realizando bajo la finalidad de obtener ganancia”.

### **III. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

Según Sampieri (2012), Considera que la investigación no se formula hipótesis de investigación, porque el estudio es describir la información o las variables, por lo tanto no se aplicara hipótesis.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación es Descriptivo, necesario porque el trabajo solamente se restringe a especificar lo primordial de las variables en estudio (Rodríguez, 2010).

### **4.2.NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

Cuantitativo de acuerdo a las variables porque corrobora con obtener datos de las cuestionarios sin manipularlos (Bernal 2010).

### **4.3.DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

No experimental de corte transversal debido a que solo se aplicó la encuesta para recolectar los datos, dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad, (Bernal 2010).

Esquema:



Leyenda:

M: Muestra.

O: Observación de la muestra.

## 4.4.DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### 4.4.1. Variables:

**Variable 01:** Gestión de Calidad

**Variable 02:** Competitividad

### 4.4.2. Operacionalización.

**Cuadro 01.** Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN DE OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES (PREGUNTAS)	ESCALA
<b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>	Un sistema de gestión de la calidad incluye: la estructura organizacional, las políticas, las responsabilidades, los procedimientos y los recursos de la organización. El sistema de gestión de la calidad de una organización se estructura sobre la base de todos los procesos necesarios para llevar a cabo la realización de un producto o servicio de acuerdo con los requerimientos de los clientes. (Serpell, 2010)	Para la dimensiones de la variable gestión de calidad se aplicará la encuesta a los clientes, mediante los indicadores que corresponden a cada una de ellas.	ATENCIÓN AL CLIENTE	Atención	Cómo considera usted la atención al momento de su recepción.	Licker
				Equipamiento	Los equipamientos e instalaciones las considera en buen estado.	Nominal
				Decoración	La decoración interior y atmosfera del hospedaje está en buen estado.	Nominal
				Condiciones	Limpieza y condiciones de instalaciones exteriores.	Licker
				Comodidad	Como califica usted la comodidad en su habitación.	Licker
				Servicio	Como califica usted el servicio a la habitación.	Licker
				Ubicación	Como califica usted la ubicación del hospedaje.	Licker
				Limpieza	El personal muestra un aspecto limpio y aseado al momento de atención.	Nominal
				Materiales	Ha tenido la oportunidad usted de comprobar que el personal cuenta con sus materiales para llevar a cabo su trabajo.	Nominal
			COMUNICACIÓN	Señalización	En el establecimiento se encuentran con sistema de emergencia.	Nominal
				Contactar	Cuando usted acude al servicio, no tengo problema alguno en contactar con la persona que pueda responder a mis demandas.	Nominal
				Leguaje sencillo	El personal utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitirle de forma sencilla y clara sus explicaciones.	Nominal
				Rapidez	La rapidez con la que usted le fue atendido.	Licker
				Satisfacción	¿Se resolvió satisfactoriamente su consulta?	Nominal
			LIDERAZGO	Buen servicio	El personal que le atendió, ofrece y promueve el buen servicio.	Nominal
Atención	¿Cómo valora usted el trato recibido por el personal que le ha atendido?	Licker				
Seguridad	Como considera la seguridad del hospedaje.	Licker				

				Necesidad	El Servicio se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario	Nominal
				Capacitado	Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios	Nominal
				Habilidades	Como considera usted la experiencia del servicio brindado.	Licker

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS (PREGUNTAS)	ESCALA
<b>COMPETITIVIDAD</b>	Es "la capacidad que tiene una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior al promedio del sector en referencia y de forma sostenible" (Morales, 2011).	Para la dimensiones de la variable competitividad se aplicará la encuesta a los dueños, mediante los indicadores que corresponden a cada una de ellas.	CALIDAD DEL SERVICIO	Competencia	De qué manera usted ve a la competencia.	Licker
				Compromiso	El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad.	Nominal
				Oportunidades	Se identifica oportunidades que genere el mercado.	Nominal
				Necesidades	¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio?	Nominal
				Valor agregado	Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia.	Nominal
				Servicio	Como considera usted el servicio que brinda su hospedaje.	Licker
				Tarifa	Cómo calificaría la tarifa de paga.	Opciones múltiples
			Ofrece el servicio	Diga usted cual es lo que considera más importante al momento de brindar el servicio.	Opciones múltiples	
			INNOVACIÓN	Tendencia	La empresa identifica y monitorea las tendencias de los usuarios.	Nominal
				Cambió	¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio?	Nominal
				Innovación	¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad?	Nominal
				Adaptarse	Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos.	Nominal
				Amenazas	¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje?	Opciones múltiples
Tecnología	Considera usted que se deba cambiar de tecnología.	Nominal				

		CAPACITACIÓN	Capacitación	Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio.	Nominal
			Habilidades	La capacitación permite mejorar sus habilidades.	Nominal
			Comunicación	¿El personal adecúa su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje?	Nominal
			Imagen	Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y visitantes.	Nominal
			Servicios complementario	Cree que se deba implementar algunos servicios complementarios como:	Opciones múltiples
			Promocionar	De qué forma promociona el hospedaje para captar más usuarios	Opciones múltiples

## 4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 4.5.1. Población:

**P1:** La población para la variable Gestión de calidad se considera infinita.

**P2:** La población para la variable Competitividad se considera infinita.

**Cuadro 02.** Población de hospedajes en el Distrito de Tumbes.

N°	HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES	TRABAJADORES
1	“Las Lomas”	03
2	“Los Viñedos”	04
3	“Amazonas”	02
4	“Florián”	02
5	“Espondylus”	03
6	“Toloa”	02
7	“Paraíso Escondido”	04
8	“LM”	04
9	“Los Andes”	02
10	“Kikos”	03
11	“Acuaris”	05
12	“Córdova”	02

13	“OVNI”	07
14	“Lider’s”	06
15	“Lourdes”	07
16	“Amanecer”	02
17	“Mariol”	05
18	“Rodrich”	05
19	“Gran Imperial”	07
20	“Franco”	04
<b>TOTAL</b>		<b>79</b>

Elaboración propia del autor.

#### 4.5.2. Muestra:

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variables Gestión de Calidad y Competitividad en ambos casos se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

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

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 95% de confianza Z=

1.96) p = Probabilidad 0.5% q = No probabilidad

(donde Q= 1-P) q = 0.5%

e = Error permitido (5%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.84)(0.25)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$n = 384$$

$$n = 384$$

clientes.

## 4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 4.6.1. TÉCNICAS

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de los 20 hospedajes.

- **ENCUESTAS:** Realizará una encuesta personal a los trabajadores y personas involucradas del hotel para recoger y obtener la información acerca del trabajo en equipo, clima organizacional, calidad del servicio y competitividad y de esta manera captar los pensamientos y conocimiento que ellos tienen, se realiza este tipo de técnica para registrar estos datos de manera numérica.
- **OBSERVACIÓN:** Una técnica de compilación de datos coherentes en utilizar los sentidos para observar objetos con el objetivo de determinar la información óptima.
- **DOCUMENTOS:** Se trata de mostrar datos, respecto a un problema, un documento que explica el aspecto problemático.
- **DATOS BIBLIOGRAFICOS:** Es la representación y la



idea de libros o recortes de periódicos o sitios web, que conciernen a una materia prescrita.

#### 4.6.2. INSTRUMENTOS

Para (García, 2002) El cuestionario vienen a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

- **CUESTIONARIO DE ENCUESTA:** Se utiliza el cuestionario de encuesta para realizar mis preguntas cerradas. Se hará uso de un cuestionario para redactar los datos precisos que necesitamos para intervenir con las soluciones de mi informe de investigación.
- **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:** Es una herramienta que es utilizado como calendario, en donde están estructurada cada una de las actividades que se van a desarrollar en el informe de Tesis, para posteriormente ser ejecutadas.

#### 4.7.PLAN DE ANÁLISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla Las medidas de resumen de las variables Gestión de Calidad y Competitividad, y como

serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó del programa de hojas de cálculo Excel

2010. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica de (método de juicio por experto) por especialistas.

- **MICROSOFT OFFICE WORD:**

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.

- **MICROSOFT OFFICE EXCEL:**

Es un programa que me permitirá desarrollar la contabilización de las encuestas realizadas, además de las gráficas 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.

- **SOFTWARE:**

Es la agrupación de programas computarizado, en donde ayuda a realizas procesos documentarios, que ayudaran a insertar la información obtenida, para la mejor presentación del trabajo de investigación.

- **PROGRAMA TURNITIN:**

Es un servicio para el amortiguamiento de peligro del plagio académico y profesional, así como además instrumentos de apoyo de la instrucción y de aprendizaje.

#### 4.8.MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 03. Matriz de Consistencia

#### CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	METODO Y DISEÑO	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes del sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b></p> <p>Identificar las características de la Gestión de Calidad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>Determinar las principales características en atención al cliente en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>Identificar las estrategias de la Competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>Conocer los productos y servicios de mayor competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.</p>	<p>Por ser una investigación descriptiva no se formulara hipótesis de investigación. <b>Sampieri (2012)</b></p>	<p><b>INDEPENDIENTE</b></p> <p>Gestión de Calidad</p> <p><b>DEPENDIENTE</b></p> <p>Competitividad</p>	<p><b>POBLACIÓN:</b> <b>P1:</b> La población para la variable Gestión de calidad se considera infinita. <b>P2:</b> La población para la variable Competitividad se considera infinita.</p> <p><b>MUESTRA:</b> La muestra resultante es 384 clientes.</p>	<p><b>TIPO:</b> Descriptivo</p> <p><b>NIVEL:</b> Cuantitativo</p> <p><b>DISEÑO:</b> No experimental de corte transversal.</p>	<p><b>Procesamiento de los datos</b></p> <p>Se desarrollara cálculo para describir a través de tablas y figuras de frecuencias múltiples y simples utilizando el programa Microsoft office Word, Microsoft office Excel, Microsoft office Word, Microsoft office Excel.</p>

#### **4.9.PRINCIPIOS ÉTICOS**

Este presente trabajo tiene como finalidad demostrar las características de calidad y en qué manera influye en la competitividad en las MyPes sector servicio, rubro hospedajes; para esto he desarrollado la utilización de encuesta que me da como resultado obtenido, que no serían manipulados respetando las opiniones de los participantes en la Tesis; además, de respetar los derechos al autor de la información utilizada en la revisión literaria y bases teóricas de las características de la Gestión de calidad y competitividad en las MyPes, respetando el curso de la metodología en el que plasma la exploración. **(Porto & Merino 2013).**

## V. RESULTADOS

### 5.1.RESULTADO

#### 5.1.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 01:

*Tabla 01* Cómo considera usted la atención al momento de su recepción.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	38	10%
Regular	134	35%
Buena	134	35%
Muy Buena	69	18%
Excelente	9	2%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

*Tabla 02* Los equipamientos e instalaciones las considera en buen estado.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	238	62%
NO	146	38%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

*Tabla 03* La decoración interior y atmosfera del hospedaje está en buen estado.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	242	63%
NO	142	37%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

*Tabla 04* Limpieza y condiciones de instalaciones exteriores.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	19	5%
Regular	154	40%
Buena	96	25%
Muy buena	96	25%
Excelente	19	5%

<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 05** Como califica usted la comodidad en su habitación.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	153	40%
Regular	115	30%
Buena	58	15%
Muy Buena	58	15%
Excelente	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 06** Como califica usted el servicio a la habitación.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	77	20%
Regular	96	25%
Buena	173	45%
Muy Buena	38	10%
Excelente	00	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 07** Como califica usted la ubicación del hospedaje.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	77	20%
Regular	134	35%
Buena	134	35%
Muy Buena	39	10%
Excelente	00	0
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 08** El personal muestra un aspecto limpio y aseado al momento de la atención.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
---------------	-----------	---------------

SI	288	75%
NO	38	10%
A veces	58	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

*Tabla 09* Ha tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con sus materiales para llevar a cabo su trabajo.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	326	85%
NO	58	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

*Tabla 10* En el establecimiento se encuentran con sistema de señalización de emergencia.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	365	95%
NO	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

### 5.1.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02:

*Tabla 11* Cuando usted acude al servicio, no tengo problema alguno en contactar con la persona que pueda responder a mis demandas.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	211	55%
NO	173	45%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

*Tabla 12* El personal utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitirle de forma sencilla y clara sus explicaciones.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	173	45%
NO	211	55%



<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 13** La rapidez con la que usted le fue atendido.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	19	5%
Regular	250	65%
Buena	115	30%
Muy Buena	0	0
Excelente	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 14** ¿Se resolvió satisfactoriamente su consulta?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	134	35%
NO	250	65%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 15** El personal que le atendió, ofrece y promueve el buen servicio.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	180	47%
NO	204	53%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 16** ¿Cómo valora usted el trato recibido por el personal que le ha atendido?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	38	10%
Regular	154	40%

Buena	134	35%
Muy Buena	58	15%
Excelente	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla**

**17** Como considera la seguridad del hospedaje.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	42	11%
Regular	180	47%
Buena	88	23%
Muy Buena	58	15%
Excelente	16	04%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 18** El Servicio se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	173	45%
NO	211	55%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 19** Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	173	45%
NO	211	55%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 20** Como considera usted la experiencia del servicio brindado.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	27	07%
Regular	146	38%
Buena	134	35%
Muy Buena	77	20%
Excelente	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla**

**5.1.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03:**

**Tabla 21** De qué manera usted ve a la competencia.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Le es indiferente	05	25%
Si le toma atención	08	40%
Ayuda a veces	02	10%
Por su prestigio	05	25%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 22** El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	12	60%
NO	08	40%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 23** La empresa identifica y monitorea las tendencias de los usuarios.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	08	40%
NO	12	60%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 24.** ¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	13	65%
NO	07	35%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 25** Se identifica oportunidades que genere el mercado.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	14	70%
NO	06	30%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**26** ¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	16	80%
NO	04	20%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 27.** Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	17	85%
NO	03	15%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 28** ¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Los precios bajos de la competencia	10	50%
Alto índice de la delincuencia	07	35%
Cambios de clima	03	15%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 29** Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	15	75%
NO	05	25%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 30** La capacitación al personal permite mejorar sus habilidades.

**Tabla**

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	15	75%
NO	05	25%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**5.1.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04:**

**Tabla 31** ¿El personal adecúa su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	08	40%
NO	12	60%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 32** ¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio?

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	06	30%
NO	14	70%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 33** Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	15	75%
NO	05	25%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 34** Considera usted que se deba cambiar de tecnología.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	10	50%
NO	10	50%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

35 Como considera usted el servicio que brinda su hospedaje.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Mala	0	0
Regular	0	0
Buena	0	0
Muy Buena	08	40%
Excelente	12	60%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 36** Cómo calificaría la tarifa de paga.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Elevada	0	0
Moderada	12	60%
Económica	08	40%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 37** Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y visitantes.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	09	45%
NO	0	0
Tal Vez	11	55%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 38.** Cree que se deba implementar algunos servicios complementarios como:

**Tabla**

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Servicios de alimentos a la habitación	10	50%
Masajes	03	15%
Paquetes de tours	06	30%
Renta de autos	01	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 39** De qué forma promociona el hospedaje para captar más usuarios.

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Volante	02	10%
Radio	0	0
Páginas web	18	90%
Tv	0	0
Ninguna de las anteriores	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 40** Diga usted cual es lo que considera más importante al momento de brindar el servicio.

<b>OPCIÓN</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Presencia física del recepcionista.	06	30%
Buena atención.	06	30%
Capacidad de solucionar problemas.	0	0
Empatía.	08	40%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Elaboración propia





## **5.2.ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

### **5.2.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 01.**

En la tabla 01 se aprecia que de los encuestados (384); el 35% (134) consideran regular la recepción; el 35% (134) consideran buena la atención en la recepción; el 18% (69) consideran muy buena la atención en la recepción; se aprecia que con un 10% (38) consideran mala la recepción y con un 2% (9) consideran una excelente atención en recepción.

En la tabla 02 se aprecia que de los encuestados (384); el 62% (238) consideran que los equipos e instalaciones están en un buen estado y con un 38% (146) consideran que no están en un buen estado los quipos e instalaciones.

En la tabla 03 se aprecia que de los encuestados (384); el 63% (242) consideran que si está en buen estado la decoración interior y atmosfera y con un 37% (142) de los encuestados considera que no están en buenas condiciones.

En la tabla la tabla 04 se aprecia que de los encuestados (384); el 40% (154) consideran regular la limpieza y condiciones de instalaciones exteriores; el 25% (96) consideran buena la limpieza y condiciones de instalaciones exteriores; el 25% (96) consideran muy buena la limpieza y condiciones de instalaciones exteriores; el 5% (19) consideran excelente la limpieza y condiciones de instalaciones exteriores y con un 5% (19) consideran mala la limpieza y condiciones de instalaciones exteriores.

En la tabla 05 se aprecia que de los encuestados (384); el 40% (153) consideran mala la comodidad en su habitación; el 30% (115) consideran regular la comodidad en su habitación; el 15% (58) consideran buena la

comodidad en su habitación; el 15% (58) consideran muy buena. En la tabla 06 se aprecia que de los encuestados (384); el 45% (173) consideran bueno el servicio a la habitación; el 25% (96) consideran regular el servicio a la habitación; el 20% (77) consideran mala el servicio a la habitación; el 10% (38) consideran muy buena el servicio a la habitación. En la tabla 07 se aprecia que de los encuestados (384); el 35% (134) consideran regular la ubicación del hospedaje; el 35% (134) consideran buena la ubicación del hospedaje; el 20% (77) consideran mala la ubicación del hospedaje; el 10% (39) consideran excelente la ubicación del hospedaje. En la tabla 08 se aprecia que de los encuestados (384); el 75% (288) consideran que el personal si muestra un aspecto limpio y aseado al momento de la atención; el 15% (58) consideran que el personal no muestra un aspecto limpio y aseado al momento de la atención y con el 10% (38) considera que el personal a veces muestra un aspecto limpio.

En la tabla 09 se aprecia que de los encuestados (384); el 85% (326) consideran que si cuenta el personal con materiales para llevar a cabo su trabajo y con un 15% (58) consideran que no cuenta el personal con materiales para llevar a cabo su trabajo.

En la tabla 10 se aprecia que de los encuestados (384); el 95% (365) consideran que si cuenta con sistema de señalización de emergencia; y un 5% (19) consideran que no cuenta con sistema de señalización de emergencia. Coincidió con Font (2015), en donde se debe de mejorar los servicios, además de implementar sistemas de calidad en el servicio para que sea ofrecido de forma más responsable y generar captar clientes en este mercado tan competitivo.

## 5.2.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02.

En la tabla 11 se aprecia que de los encuestados (384); el 55% (211) manifiestan que si tiene problema para contactar con la persona que le pueda responder a sus demandas; y con 45% (173) manifiestan que no tiene problema para contactar con la persona que le pueda responder a sus demandas.

En la tabla 12 se aprecia que de los encuestados (384); el 55% (211) manifiesta que no utiliza un lenguaje comprensible de forma sencilla y clara; 5% (173) manifiesta que si utiliza un lenguaje comprensible de forma sencilla y clara.

En la tabla 13 se aprecia que de los encuestados (384); el 65% (250) manifiestan regular la rapidez con la que fue atendido; el 30% (115) manifiestan buena la rapidez con la que fue atendido y con un 5% (19) manifiestan mala la rapidez con la que fue atendido.

En la tabla 14 se aprecia que de los encuestados (384); el 65% (250) manifiestan no se resolvió satisfactoriamente su consulta, y el 35% (134) manifiestan que si se resolvió satisfactoriamente su consulta.

En la tabla 15 se aprecia que de los encuestados (384); el 53% (204) manifiestan que el personal que le atendió no, ofrece y promueve el buen servicio, y el 47% (180) manifiestan que el personal que le atendió si, ofrece y promueve el buen servicio.

En la tabla 16 se aprecia que de los encuestados (384); el 40% (154) manifiestan que es regular el trato recibido por el personal, el 35% (134) manifiestan que es bueno el trato recibido por el personal, el 15% (58) manifiestan que es muy bueno el trato recibido por el personal y con 10%

(38) manifiestan que es malo el trato recibió por el personal.

En la tabla 17 se aprecia que de los encuestados (384); el 47% (180) manifiestan que es regular la seguridad del hospedaje, el 23% (88) manifiestan que es buena la seguridad del hospedaje, el 15% (58) manifiestan que es muy buena la seguridad del hospedaje, el 11% (42) manifiestan que es mala la seguridad del hospedaje, y el 04% (16) manifiestan que es excelente la seguridad.

En la tabla 18 se aprecia que de los encuestados (384); el 55% (211) manifiesta que no se adaptan perfectamente a sus necesidades, y el 45% (173) manifiestan que si se adaptan perfectamente a sus necesidades. En la tabla 19 se aprecia que de los encuestados (384); el 55% (211) manifiestan que no consideran que el personal esté capacitado y ser idóneo para realizar el servicio, y el 45% (173) manifiestan que si consideran que el personal esté capacitado y ser idóneo para realizar el servicio.

En la tabla 20 se aprecia que de los encuestados (384); el 38% (146) manifiestan regular la experiencia del servicio, 35% (134) manifiestan buena la experiencia del servicio, el 20% (77) manifiestan muy buena la experiencia del servicio, y el 07% (27) manifiestan mala la experiencia del servicio. Coincidió con Feijoo (2016) en donde nos dice tener a un personal capacitado para que pueda cumplir con sus obligaciones de forma excelente, además de identificar sus habilidades ocultas que mejoren el servicio, porque ellos son la imagen de la organización, teniendo contacto plenamente con el cliente.

### **5.2.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03.**

En la tabla 21 se aprecia que de los encuestados (20); el 40% (08) manifiestan que si le toma atención, el 25% (05) manifiestan que ve a su competencia por su prestigio, el 25% (05) manifiesta que le es indiferente la competencia, y el 10% (02) manifiesta que a veces le ayuda a la competencia.

En la tabla 22 se aprecia que de los encuestados (20); el 60% (12) manifiestan que el empresario si demuestra compromiso con brindar servicio de calidad, y el 40% (08) manifiestan que el empresario que no demuestra compromiso con brindar servicio de calidad.

En la tabla 23 se aprecia que de los encuestados (20); el 60% (12) manifiestan que no identifican menos monitorean las tendencias de los usuarios, el 40% (08) manifiestan que si identifican y monitorean las tendencias de los usuarios.

En la tabla 24 se aprecia que de los encuestados (20); el 65% (13) manifiestan que tienen ideas innovadoras para aumentar su competitividad, y un 35% (07) manifiestan no tener ideas innovadoras.

En la tabla 25 se aprecia que con un 70% (14) manifiestan que si identifica oportunidades, y un 30% (06) manifestados que no identifica oportunidades.

En la tabla 26 se aprecia que de los encuestados (20); el 80% (16) manifiestan que los planes realizados si son susceptibles al cambio, y el 20% (04) manifiestan que los planes realizados no son susceptibles al cambio.

En la tabla 27 se aprecia que de los encuestados (20); el 85% (17) manifiestan que si se adaptan a los cambios, y un 15% (03) manifiestan no adaptarse al cambio.

En la tabla 28 se aprecia que de los encuestados (20); el 50% (10) manifiestan los precios bajos de la competencia obstaculizan el crecimiento del hospedaje, el 35% (07) manifiestan que un alto índice de la delincuencia obstaculizan el crecimiento del hospedaje, y un 15% (03) manifiestan que el cambio de clima obstaculizan el crecimiento del hospedaje.

En la tabla 29 se aprecia que de los encuestados (20); el 75% (15) manifiesta que si desarrollan capacitaciones, y el 25% (05) manifiestan que no desarrollan capacitaciones.

En la tabla 30 se aprecia que de los encuestados (20); el 75% (15) manifiesta que la capacitación permite mejorar sus habilidades, y el 25% (05) manifiesta que la capacitación no les permite mejorar sus habilidades. Coincidió con Villalta (2016), en donde nos dice que se debe aumentar los estándares de calidad, estrategias para ser competente además de ofrecer un servicio eficiente y así mismo las capacitaciones que fortalecen al talento humano.

#### **5.2.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04.**

En la tabla 31 se aprecia que de los encuestados (20); el 60% (12) manifiesta que no adecua su lenguaje según el tipo de cliente, y el 40% (08) manifiesta que si adecua su lenguaje según el tipo de cliente.

En la tabla 32 se aprecia que de los encuestados (20); el 70% (14) manifiesta que no se identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio, 30% (06) manifiesta que si se identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio.

En la tabla 33 se aprecia que de los encuestados (20); el 75% (15) manifiestan que el servicio que ofrece si lo diferencia de los demás, y el 25% (5) manifiesta que el servicio que ofrece no lo diferencia de los demás.

En la tabla 34 se aprecia que de los encuestados (20); el 50% (10) manifiestan que se debería de cambiar de tecnología 50% (10) manifiestan que no se debería de cambiar de tecnología.

En la tabla 35 se aprecia que de los encuestados (20); el 60% (12) consideran que el servicio que brinda es muy buena, y con 40% (08) consideran que el servicio que brinda es excelente.

En la tabla 36 se aprecia que de los encuestados (20); el 60% (12) manifiesta como moderada la tarifa de pago, y el 40% (08) manifiesta económica la tarifa de pago.

En la tabla 37 se aprecia que de los encuestados (20); el 55% (11) manifiesta que el hospedaje tal vez es reconocido por la población, y el 45% (09) manifiesta que el hospedaje si es reconocido por la población.

En la tabla 38 se aprecia que de los encuestados (20); el 50% (10) manifiesta que se debe implementar servicio de alimentación a la habitación, y el 30%



(06) manifiesta que se debe implementar el servicio de paquetes de tours, y el 15% (03) manifiesta que se debe implementar el servicio de masajes, y el 5% (01) manifiesta que se debe implementar el servicio de renta de autos. En la tabla 39 se aprecia que de los encuestados (20); el 90% (18) manifiesta que promocionan a través de páginas web, y el 10% (02) manifiesta que a través de volante.

En la tabla 40 se aprecia que de los encuestados (20); el 40% (08) manifiesta que consideran más importante la empatía al momento de brindar el servicio, el 30% (06) manifiesta que consideran más importante la presencia física del recepcionista al momento de brindar el servicio, y un 30% (06) manifiesta que considera más importante la buena atención al momento de brindar el servicio. Coincidió con Hernández (2015), en donde nos que se debe de mejorar la publicidad de las MyPes para poder captar a futuros clientes teniendo cambios que ayuden a implementar servicios complementarios.

## **VI. CONCLUSIONES**

- Se concluye que las MyPes 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 determina que las características de los atención al cliente hoy en día son muy exigentes por parte de los usuarios modernos, en cuanto a la rapidez, satisfacción del servicio, en donde los trabajadores no logran llegar a satisfacer las expectativas de los usuarios, para eso se debe de contar con personal idóneo y así lograr llegar al usuario, tener una mejor comunicación, con un lenguaje comprensible y sencillo que logre transmitir el mensaje, y que tenga todas las cualidades de brindar un servicio eficiente y alcanzar estándares de calidad que toda MyPes debe de contar, para también poder promover el servicio de calidad, justamente logrando tener planes de contingencia que nos sobrelleven a tener una participación en el mercado que está en constante cambios, para que asimismo adaptarse a las necesidades que los clientes desarrollen.
- Se pudo identificar que las estrategias que utilizan las MyPes 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, hacía 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 MyPes 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.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Academia.edu *Aproximación Teoría sobre La Competitividad* Recuperado del sitio web:  
[http://www.academia.edu/30288238/CAPITULO\\_I.\\_APROXIMACION%20SOBRE\\_LA\\_COMPETITIVIDAD](http://www.academia.edu/30288238/CAPITULO_I._APROXIMACION%20SOBRE_LA_COMPETITIVIDAD)

- Administracion.realmexico.info “*Conceptos de Hotel*” Recuperado del sitio web:  
<http://administracion.realmexico.info/2013/10/conceptos-de-hotel.html>
- Aguilar, (2010) En su investigación denominada: “*Propuesta para Implementar un Sistema de Gestión de la Calidad en la Empresa, Filtración Industrial Especializada S.A. de C.V.*” (Pág. 47 y 49) Facultad de Estadística e Informática – Universidad Veracruzana.
- Amazon.com *Análisis Moderno de la Competitividad* Recuperado del sitio web:  
<https://www.amazon.com/An%C3%A1lisis-moderno-competitividad-SpanishSharon/dp/970613557X>
- Amazon.es “*Gestión de la Calidad: Mejora Continua y Sistema de Gestión*” Recuperado del sitio web: <https://www.amazon.es/Gesti%C3%B3n-calidad-continua-sistemas-gesti%C3%B3n/dp/8436823621>
- Arias, (2012). En su investigación titulada: “*Implementación del Sistema de Gestión de Calidad en la Empresa QUALITY & CONSULTING GROUP S.A.S. Conforme a la Norma ISO 90001:2008*” (Pág. 48) Departamento de Ingeniería Industrial – Universidad Libre de Colombia.
- Arraut (2010), En su investigación titulada: “*La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa*” (Pág. 25, 26) Facultad de Ingenierías – Universidad Mondragón de España.
- Avolio (2010) “*Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES)*” (Pág. 02 y 03)- CENTRUN Católica.
- Bbvacontuempresa.es “*La importancia de las estrategias competitivas en la empresa | BBVA con tu empresa*” Recuperada del sitio web:  
<http://www.bbvacontuempresa.es/a/la-importancia-las-estrategiascompetitivas-la-empresa>
- Berrú, (2014) En su Investigación Denominada: “*Caracterización de la Gestión de la Calidad y la Competitividad de las Mypes del Sector Comercial, Rubro de zapaterías de la Ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014*” (Pág. 75) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.
- Blogger.com *Concepto de Calidad según Diversos Autores* Recuperado del sitio web:  
<http://xxxxturismoxxx.blogspot.pe/2010/03/conceptos-de-calidad-segundiversos.html>
- blogspot.pe *Filosofía Joseph Juran* Recuperado del sitio web:  
<http://maestrosdelacalidadop100111.blogspot.pe/2012/09/filosofia-josephjuran.html>
- Castaño y Gutiérrez (2011) *Propuesta para determinar La Competitividad en las Empresas del Sector Comercial del Área Metropolitana Centro Occidente Amco, Colombia: s.n., 2011.* (Págs. 83, 84, 85) Recuperado del sitio de internet:

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2041/658406C346.pdf;jsessionid=D2CA1400B7464D119F717CF40D38C16B?sequence=1>

Clarín.com “*El rol económico y social de las pymes*” Recuperado del sitio web:

[https://www.clarin.com/opinion/rol-economico-socialpymes\\_0\\_ryDzIajxCtg.html](https://www.clarin.com/opinion/rol-economico-socialpymes_0_ryDzIajxCtg.html)

CreceNegocios.com *Que es Ventaja Competitiva* Recuperada del sitio web:

<https://www.crecenegocios.com/que-es-una-ventaja-competitiva/>

Cruz, (2016) En su Investigación Titulada: “*Caracterización Competitividad y Gestión de Calidad en las MyPes Rubro Banano Orgánico en Tumbes, 2016*” (Pág. 106) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.

Definiciónabc.com “Definición de Hospedaje” Recuperación del sitio web: <https://www.definicionabc.com/general/hospedaje.php>

Elcomercio.pe (2016) “*Cuales son los problemas a resolver en el sector Pyme*” Recuperado del sitio web: <https://elcomercio.pe/economia/peru/sonproblemas-resolverse-sector-pyme-227759>

Emprendices.co *Calidad Total, Origen, Evolución y Concepto* Recuperado del sitio web: <https://www.emprendices.co/calidad-total-origen-evolucion-y-conceptos/>

Eoi.es *La Pirámide de Maslow* Recuperado del sitio web: <http://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-demaslow/>

es.escribd.com *Ventajas y Desventajas de un Sistema de Gestión de Calidad* Recuperado del sitio web: <https://es.scribd.com/doc/68382538/Ventajas-y-desventajas-de-un-Sistema-de-Gestion-de-Calidad>

Esan.edu.pe *Krugman, Porter y Competitividad: A propósito de la Visita de Paul Krugman al Perú* Recuperado del sitio web: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/01/29/krugman-portercompetitividad-peru/>

Eumed.net “*Conceptos, Teorías y Modelos para el análisis de la Competitividad*” Recuperado del sitio Web: <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2014/lmr/marco-teorico.htm>

Eumed.net “*Estrategias de Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas Vinculadas de la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe*” Recuperada del sitio web: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2014/lmr/marcoteorico.htm>

Eumed.net *Alegre y Puig “La calidad y sus sistema de gestión” en Observatorio de la Economía Latinoamericana* Recuperada del sitio Web: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2010/maap.htm>

Eumed.net *Definición de Calidad* Recuperado del Sitio web:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2010/maap.htm>

- Fajardo, (2016) En su Investigación denominado “*Caracterización de la Competitividad y Calidad de las MyPes rubro Colegios Privados en Tumbes, 2016*” (Pág. 79) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.
- Feijoo, (2016) En su Tesis Denominada: “*Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MyPes Comerciales Rubro Electrodomésticos en Tumbes, 2016*” (Pág. 68) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.
- Font, (2015). En su investigación denominada: “*Implementación del Sistema de Gestión de Calidad según una en ISO 9001:2008, Fundación Luis Giménez Lorente, en el Ámbito de la Cartografía y la Gestión de sus Fondos. Comparativa con otras Instituciones Cartográficas a Nivel Nacional*” (Pág. 120) Departamento, Ingeniería Cartográfica, Geodesia y Fotogrametría – Universidad Politécnica de Valencia.
- Gediscovery.edu.pe “*El impacto positivo de la hotelería y el turismo en el Perú*” Recuperado del sitio web: <https://www.gediscovery.edu.pe/blog/el-impactopositivo-de-la-hoteleria-y-el-turismo-en-el-peru/>
- Gentiopolis.com *Calidad, Concepto y filosofías* Recuperado del sitio web: <https://www.gentiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juranishikawa-y-crosby/>
- Gestion.pe (2016) “*INEI: Estos son los cuatro problemas que limitan al crecimiento de las empresas*” Recuperado del sitio web: <https://gestion.pe/economia/inei-son-cuatro-problemas-limitancrecimiento-empresas-147918>
- Gestion.pe “*Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación*” Recuperado del sitio web: <https://gestion.pe/economia/mercados/mypes-reducir-costos-usaran-tecnologiasinformacion-comunicacion-56408>
- Gomero, (2015) En su investigación “*Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico*” (Pág. 39) Facultad de Ciencias Contables - Universidad Nacional Mayor de San Marcos - UNMSM. Recuperado del sitio web: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/11597>
- Hernández, (2015) En su trabajo de Investigación “*Gestión de Calidad, Marketing y Competitividad de las MyPes del sector Servicio Rubro Restaurantes del Distrito de la Esperanza, Año 2014*” (Pág.60) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.
- Homero, (2014) En su investigación titulada: “*Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una PYME con Mercado Local; Caso Fonix*” (Pág. 120) Universidad Nacional Autónoma de México.

- Issuu.com *Sociedad Portuaria Buenaventura* Recuperado del sitio web: [https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yZqa5Q5KHEUJ:https://issuu.com/brands360/docs/mi\\_sociedad\\_no\\_6v3+&cd=2&hl=es419&ct=clnk&gl=pe](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yZqa5Q5KHEUJ:https://issuu.com/brands360/docs/mi_sociedad_no_6v3+&cd=2&hl=es419&ct=clnk&gl=pe)
- Kano, (2017) En su investigación titulada “*Gestión de Calidad bajo el Enfoque de la Atención al Cliente y la Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria - Rubro Panaderías, en el Distrito de Nuevo Chimbote – 2016.*” (Pág. 74, 75) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.
- Linkedin.com *La Desventaja Competitiva: El Porqué de no ser el Mejor en Todo* Recuperado del sitio web: <https://es.linkedin.com/pulse/la-desventajacompetitiva-bel%C3%A9n-olavarr%C3%ADa-mu%C3%B1oz>
- López, (2011) “*Importancia de la Calidad del servicio al Cliente, un Pilar en la Gestión Empresarial*” (Pág. 05) Departamento de Contabilidad y Finanzas – Instituto Tecnológico de Sonora.
- Luismiguelmanene.com “*Teorías de la Competitividad*” Recuperado del sitio web: <http://www.luismiguelmanene.com/2013/05/31/estrategias-empresarialestipologia-caracteristicas-y-uso/>
- Mi Empresa Propia “*Marco Legal e Institucional para las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú*” Recuperado del sitio web: <https://mep.pe/marco-legal-e-institucional-para-las-micro-y-pequenas-empresas-en-el-peru/>
- Monografias.com “*Importancia de la ecología en el ámbito empresarial*” Recuperado del sitio web: <http://www.monografias.com/trabajos82/importancia-ecologiaambito-empresarial/importancia-ecologia-ambito-empresarial2.shtml>
- Multycasetas.com *Ventajas y desventajas del Mejoramiento Continuo* Recuperado del sitio web: <http://www.multycasetas.com/2017/01/15/ventajas-desventajas-delmejoramiento-continuo/>
- Ortiz, (2010). En su investigación denominada: “*Modelo de Gestión de Calidad y su efecto en las ventas de la Finca el Moral de la Parroquia el Triunfo del Cantón Patate*”. (Pág. 94) Facultad de Ciencias Administrativas – Universidad Técnica de Ambato.
- Ortiz, (2013) En su investigación denominada: “*Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes Comercializadoras de Limón en Cieneguillo Centro – Sullana Año 2013*” (Pág. 80) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.
- Pérez, (2017) En su investigación titulada “*Caracterización de la Gestión de Calidad y Confiabilidad de las MyPes sector Turismo rubro Hoteles del Distrito de Zorritos – Tumbes, Año 2017*” (Pág. 83) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.
- Poma, (2017) En su Investigación denominada: “*Análisis de la Gestión de Calidad bajo el Enfoque del Planeamiento Estratégico y su Efecto en la Competitividad en la Micro y Pequeña Empresa del Sector Servicio – Rubro Cevichera de la Ciudad*”

de Huaraz, 2016.”(Pág. 110) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.

Prezi.com “*Concepto de Establecimientos de Hospedajes, Constitución y MA*” Recuperado del sitio web: <https://prezi.com/qnxed1obobp4/concepto-deestablecimientos-de-hospedaje-constitucion-y-ma/>

Sites.google.com *Tipos de Calidad* Recuperado del sitio web: <https://sites.google.com/site/ingindustrialjaviermtz/tipos-de-calidad>

Utopia-consultores.com *Tipos de Competitividad empresarial* Recuperada del sitio web: <http://utopia-consultores.com/tipos-de-competitividad-empresarial-y-ejemplosde-cada-una/>

Villalta, (2016) En su investigación denominado “*Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las MyPes rubro Metal Mecánica en Tumbes, 2016*” (Pág. 89, 90) Facultad de Ciencia Contable, Financiera y Administrativas – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH.

Webyempresas.com “*La ventaja Competitiva según Michael Porter*” Recuperada del sitio web: <https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segunmichael-porter/>



# ANEXOS

**ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

ACTIVIDAD	DICIEMBRE						ENERO																						
	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	█																												
INDICE		█	█																										
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN		█	█	█	█	█	█	█	█																				
REVISIÓN DE LA LITERATURA										█	█	█	█	█	█	█	█	█	█										
METODOLOGÍA																			█	█	█	█	█						
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS																							█	█	█				
ANEXOS																													
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS																													█



**ANEXO 02: PRESUPUESTO.**

<b>N°</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>01</b>	03	Lapiceros	S/. 0.50	S/. 1.50
<b>02</b>	120	Copias	S/. 0.10	S/. 12.00
<b>03</b>	6	Impresión de Cuestionario	S/. 0.40	S/. 2.40
<b>04</b>	02	Impresión de Tesis	S/. 15.00	S/. 15.00
<b>05</b>	01	Memoria USB	S/. 35.00	S/. 35.00
<b>06</b>	01	Grapadora	S/. 10.00	S/. 10.00
<b>07</b>	01	Calculadora	S/. 35.00	S/. 35.00
<b>08</b>	12	Internet	S/. 1.00	S/.12.00
<b>10</b>	05	Movilidad, ida y vuelta	S/. 3.00	S/. 15.00
<b>11</b>	01	Matricula de Taller de Titulación.	S/. 200.00	S/. 200.00
<b>12</b>	04	Pensiones de Taller de Titulación.	S/. 615.00	S/. 2,460.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 2,797.90</b>

## ANEXO 03: ENCUESTA

### CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN DE CALIDAD

Atendiendo a cómo usted se siente respecto a distintos aspectos en el ámbito del servicio, se presentan un conjunto de opciones entre las que debe ubicarse, marcando con una X aquella casilla que mejor represente su parecer en cuanto a su opinión sobre la GESTIÓN DE CALIDAD.

1. Cómo considera usted la atención al momento de su recepción.

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

2. Los equipamientos e instalaciones las considera en buen estado.

Sí

No

3. La decoración interior y atmosfera del hospedaje está en buen estado.

Sí

No

4. Limpieza y condiciones de instalaciones exteriores

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

5. Como califica usted la comodidad en su habitación

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buen
- e) Excelente

6. Como califica usted el servicio a la habitación.

- a) Mala

- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

7. Como califica usted la ubicación del hospedaje.

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

8. El personal muestra un aspecto limpio y aseado al momento de atención.

Sí  No

9. Ha tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con sus materiales para llevar a cabo su trabajo.

Sí  No

10. En el establecimiento se encuentran con sistemas de señalización de emergencia.

Sí  No

11. Cuando usted acude al servicio, no tengo problema alguno en contactar con la persona que pueda responder a mis demandas.

Sí  No

12. El personal utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitirle de forma sencilla y clara sus explicaciones.

Sí  No

13. La rapidez con la que usted le fue atendido.

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

14. ¿Se resolvió satisfactoriamente su consulta?

Sí

No

15. El personal que le atendió, ofrece y promueve el buen servicio.

Sí

No

16. ¿Cómo valora el trato recibido por el personal que le ha atendido?

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

17. Como considera la seguridad del hospedaje

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

18. El Servicio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario.

Sí

No

19. Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.

Sí

No

20. Como considera usted la experiencia de servicio al cliente

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

Gracias por su colaboración.

### CUESTIONARIO SOBRE COMPETITIVIDAD

A continuación se presentan un conjunto de opciones entre las que debe ubicarse, marcando con una X aquella casilla que mejor represente su opinión en cuanto a la COMPETITIVIDAD.

01. De qué manera usted ve a la competencia

- a) Le es indiferente.
- b) Si le toma atención.
- c) Ayuda a veces.
- d) Por su prestigio.

02. El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad.

Sí

No

03. La empresa identifica y monitorea las tendencias de los usuarios.

Sí

No

04. ¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad?

Sí

No

05. Se identifica oportunidades que genera el mercado.

Sí

No

06. ¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio?



Sí

No

07. Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos.

Sí

No

08. ¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje?

- a) Los precios bajos de la competencia
- b) Alto índice de la delincuencia
- c) Cambios de clima

09. Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio.

Sí

No

10. La capacitación al personal permite mejorar sus habilidades.

Sí

No

11. ¿El personal adecúa su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje?

Sí

No

12. ¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio?

Sí

No

13. Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia.

Sí

No

14. Considera usted que se deba cambiar de tecnología.

Sí

No

15. Como considera usted el servicio que brinda del hospedaje.

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy Buena
- e) Excelente

16. Cómo calificaría la tarifa de paga.

- a) Elevada
- b) Moderada
- c) Económica

17. Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y visitantes.

Sí.  No.  Tal vez.

18. Cree que se deba implementar algunos servicios complementarios como:

- a) Servicios de alimentos al cuarto.
- b) Masajes.
- c) Paquetes de tours.
- d) Renta de autos.

19. De qué forma promociona el hospedaje para captar más usuarios.

- a) Volante
- b) Radio
- c) Páginas web (Facebook, blog, YouTube)
- d) TV
- e) Ninguna de las anteriores.

20. Diga usted cual es lo que considera más importante al momento de brindar el servicio.

- a) Presencia física del recepcionista
- b) Buena atención
- c) Capacidad de solucionar problemas.
- d) Empatía

Gracias por su colaboración.

**ANEXO 04: CONSTANCIA DE VALIDACION DE JUCIO DE EXPERTO.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO... Rubén Edgardo Infante Canillo.....

Identificado con DNI... 42.33.4687... Carnet de Colegio N°... 059004.....

Con el grado de: Maestro en Gestión Pública.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. KEVIN ALEXIS NAMUCHE ATOCHE, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación  
Titulado:

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 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 los resultados.

Tumbes, Febrero del 2018

  
Lic. Adm. Rubén Edgardo Infante Canillo  
CLAD N° 04004  
Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017".									
AUTORA: KEVIN ALEXIS NAMUCHE ATOCHE									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿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
GESTIÓN DE CALIDAD									
10E	Identificar las características de la Gestión de Calidad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.								
1	Cómo considera usted la atención al momento de su recepción.	X			X		X		X
2	Los equipamientos e instalaciones las considera en buen estado.	X			X		X		X
3	La decoración interior y atmosfera del hospedaje está en buen estado.	X			X		X		X
4	Limpieza y condiciones de instalaciones exteriores.	X			X		X		X
5	Como califica usted la comodidad en su habitación	X			X		X		X
6	Como califica usted el servicio a la habitación.	X			X		X		X
7	Como califica usted la ubicación del hospedaje.	X			X		X		X
8	El personal muestra un aspecto limpio y aseado al momento de atención.	X			X		X		X
9	Ha tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con materiales para llevar a cabo su trabajo.	X			X		X		X
10	En el establecimiento se encuentran con sistemas de señalización de emergencia.	X			X		X		X
20E	Determinar las principales características en atención al cliente en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.								
11	Cuando usted acude al servicio, no tengo problema alguno en contactar con la persona que pueda responder a mis demandas.	X			X		X		X
12	El personal utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitirle de forma sencilla y clara sus explicaciones.	X			X		X		X

  
 M. Adm. Rubén Espinoza Infante Carr. 3  
 CLAD N° 04004

13	La rapidez con la que usted le fue atendido.	X		X	X	X
14	¿Se resolvió satisfactoriamente su consulta?	X		X	X	X
15	El personal que le atendió, ofrece y promueve el buen servicio.	X		X	X	X
16	¿Cómo valora el trato recibido por el personal que le ha atendido?	X		X	X	X
17	Como considera la seguridad del hospedaje.	X		X	X	X
18	El Servicio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario.	X		X	X	X
19	Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.	X		X	X	X
20	Como considera usted la experiencia de servicio al cliente.	X		X	X	X
<b>COMPETITIVIDAD</b>						
<b>30E</b>	Identificar las estrategias de la Competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.					
21	De qué manera usted ve a la competencia.	X		X	X	X
22	El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad.	X		X	X	X
23	La empresa identifica y monitorea las tendencias de los usuarios.	X		X	X	X
24	¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad?	X		X	X	X
25	Se identifica oportunidades que genera la población.	X		X	X	X
26	¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio?	X		X	X	X
27	Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos.	X		X	X	X
28	¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje?	X		X	X	X
29	Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio.	X		X	X	X
30	La capacitación al personal permite mejorar sus habilidades.	X		X	X	X
<b>40E</b>	Conocer los productos y servicios de mayor competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.					
31	¿El personal adecua su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje?	X		X	X	X
32	¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio?	X		X	X	X
33	Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia.	X		X	X	X
34	Considera usted que se deba cambiar de tecnología.	X		X	X	X
35	Como considera usted el servicio que brinda del hospedaje.	X		X	X	X

  
 Lic. Abel Acuña Esperto Infante Carr. 2  
 CLAD N° 04004

36	Cómo calificaría la tarifa de paga.	X		X		X		X
37	Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y/o visitantes.	X		X		X		X
38	Cree que se deba implementar algunos servicios complementarios como:	X		X		X		X
39	De qué forma promueve el hospedaje para captar más usuarios.	X		X		X		X
40	Diga usted cuál es lo que considera más importante al momento de brindar el servicio.	X		X		X		X

  
 Lic. Adm. Roberto Ignacio Infante Cam. J  
 CLAC N° 04004



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO *Edita Jerid Perich Castro*

Identificado con DNI... *40799958* ..... Carnet de Colegio N°... *04038* .....

Con el grado de: *Mg. en Educación con Mención en Docencia y Gestión Educativa*

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. KEVIN ALEXIS NAMUCHE ATOCHE, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación Titulado:

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 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 los resultados.

Mg. Lic. Adm. Edita Jerid Perich Castro  
CLAD-04038

Tumbes, Febrero del 2018

Sello y Firma.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017".									
AUTORA: KEVIN ALEXIS NAMUCHE ATOCHE									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿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
GESTIÓN DE CALIDAD									
10E	Identificar las características de la Gestión de Calidad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.								
1	Cómo considera usted la atención al momento de su recepción.	X			X		X		X
2	Los equipamientos e instalaciones las considera en buen estado.	X			X		X		X
3	La decoración interior y atmosfera del hospedaje está en buen estado.	X			X		X		X
4	Limpieza y condiciones de instalaciones exteriores.	X			X		X		X
5	Como califica usted la comodidad en su habitación.	X			X		X		X
6	Como califica usted el servicio a la habitación.	X			X		X		X
7	Como califica usted la ubicación del hospedaje.	X			X		X		X
8	El personal muestra un aspecto limpio y aseado al momento de atención.	X			X		X		X
9	Ha tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con materiales para llevar a cabo su trabajo.	X			X		X		X
10	En el establecimiento se encuentran con sistemas de señalización de emergencia.	X			X		X		X
20E	Determinar las principales características en atención al cliente en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.								
11	Cuando, usted acude al servicio, no tengo problema alguno en contactar con la persona que pueda responder a mis demandas.	X			X		X		X
12	El personal utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitirle de forma sencilla y clara sus explicaciones.	X			X		X		X

  
 Mg. Lic. Adm. Edwin Jesús Perche Castro  
 CLAD-04038

13	La rapidez con la que usted le fue atendido.	X		X	X	X
14	¿Se resolvió satisfactoriamente su consulta?	X		X	X	X
15	El personal que le atendió, ofrece y promueve el buen servicio.	X		X	X	X
16	¿Cómo valora el trato recibido por el personal que le ha atendido?	X		X	X	X
17	Como considera la seguridad del hospedaje.	X		X	X	X
18	El Servicio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario.	X		X	X	X
19	Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.	X		X	X	X
20	Como considera usted la experiencia de servicio al cliente.	X		X	X	X
	<b>COMPETITIVIDAD</b>					X
<b>30E</b>	Identificar las estrategias de la Competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.					
21	De qué manera usted ve a la competencia.	X		X	X	X
22	El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad.	X		X	X	X
23	La empresa identifica y monitorea las tendencias de los usuarios.	X		X	X	X
24	¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad?	X		X	X	X
25	Se identifica oportunidades que genera la población.	X		X	X	X
26	¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio?	X		X	X	X
27	Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos.	X		X	X	X
28	¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje?	X		X	X	X
29	Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio.	X		X	X	X
30	La capacitación al personal permite mejorar sus habilidades.	X		X	X	X
<b>40E</b>	Conocer los productos y servicios de mayor competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.					
31	¿El personal adecúa su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje?	X		X	X	X
32	¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio?	X		X	X	X
33	Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia.	X		X	X	X
34	Considera usted que se deba cambiar de tecnología.	X		X	X	X
35	Como considera usted el servicio que brinda del hospedaje.	X		X	X	X

  
 Mg. Lic. Adm. Edilberto Pantoja Castro  
 CLAD-04070

36	Cómo calificaría la tarifa de paga.	X			X		X		X
37	Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y/o visitantes.	X			X		X		X
38	Cree que se debe implementar algunos servicios complementarios como:	X			X		X		X
39	De que forma promueve el hospedaje para captar más usuarios.	X			X		X		X
40	Diga usted cual es lo que considera más importante al momento de brindar el servicio.	X			X		X		X



Mg. Lic. Adm. Edipo Soria Perche Castro  
C.A.O-04631



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO..... Galvani Quintero Caria.....

Identificado con DNI 45101586..... Carnet de Colegio N° 09883.....

Con el grado de: Magister en Dirección de Recursos Humanos

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. KEVIN ALEXIS NAMUCHE ATOCHE, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación Titulado:

"CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 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 los resultados.

  
Mg. Galvani Quintero Caria  
C.I.A.D: 09883


Tumbes, Febrero del 2018

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: "CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017".									
AUTORA: KEVIN ALEXIS NAMUCHE ATOCHE									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿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>GESTIÓN DE CALIDAD</b>									
<b>10E</b>	Identificar las características de la Gestión de Calidad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.								
1	Cómo considera usted la atención al momento de su recepción.	✓			✓		✓		✓
2	Los equipamientos e instalaciones las considera en buen estado.	✓			✓		✓		✓
3	La decoración interior y atmosfera del hospedaje está en buen estado.	✓			✓		✓		✓
4	Limpieza y condiciones de instalaciones exteriores.	✓			✓		✓		✓
5	Como califica usted la comodidad en su habitación	✓			✓		✓		✓
6	Como califica usted el servicio a la habitación.	✓			✓		✓		✓
7	Como califica usted la ubicación del hospedaje.	✓			✓		✓		✓
8	El personal muestra un aspecto limpio y aseado al momento de atención.	✓			✓		✓		✓
9	Ha tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con materiales para llevar a cabo su trabajo.	✓			✓		✓		✓
10	En el establecimiento se encuentran con sistemas de señalización de emergencia.	✓			✓		✓		✓
<b>20E</b>	Determinar las principales características en atención al cliente en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.								
11	Cuando usted acude al servicio, no tengo problema alguno en contactar con la persona que pueda responder a mis demandas	✓			✓		✓		✓
12	El personal utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitirle de forma sencilla y clara sus explicaciones.	✓			✓		✓		✓

  
**Dr. DR. Gabriel Guerrero Garcia**  
**CLAD: 09883**

13	La rapidez con la que usted le fue atendido.	✓		✓	✓	✓
14	¿Se resolvió satisfactoriamente su consulta?	✓		✓	✓	✓
15	El personal que le atendió, ofrece y promueve el buen servicio.	✓		✓	✓	✓
16	¿Cómo valora el trato recibido por el personal que le ha atendido?	✓		✓	✓	✓
17	Como considera la seguridad del hospedaje.	✓		✓	✓	✓
18	El Servicio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario.	✓		✓	✓	✓
19	Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.	✓		✓	✓	✓
20	Como considera usted la experiencia de servicio al cliente.	✓		✓	✓	✓
<b>COMPETITIVIDAD</b>						
<b>30E</b>	Identificar las estrategias de la Competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.					
21	De qué manera usted ve a la competencia.	✓		✓	✓	✓
22	El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad.	✓		✓	✓	✓
23	La empresa identifica y monitorea las tendencias de los usuarios.	✓		✓	✓	✓
24	¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad?	✓		✓	✓	✓
25	Se identifica oportunidades que genera la población.	✓		✓	✓	✓
26	¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio?	✓		✓	✓	✓
27	Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos.	✓		✓	✓	✓
28	¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje?	✓		✓	✓	✓
29	Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio.	✓		✓	✓	✓
30	La capacitación al personal permite mejorar sus habilidades.	✓		✓	✓	✓
<b>40E</b>	Conocer los productos y servicios de mayor competitividad en las MyPes en el sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.					
31	¿El personal adecua su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje?	✓		✓	✓	✓
32	¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio?	✓		✓	✓	✓
33	Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia.	✓		✓	✓	✓
34	Considera usted que se deba cambiar de tecnología.	✓		✓	✓	✓
35	Como considera usted el servicio que brinda del hospedaje.	✓		✓	✓	✓

  
**Mg. DPO. Colóni Garro García**  
**CLAD: 09883**

36	Cómo calificaría la tarifa de paga.	✓		✓	✓	✓
37	Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y/o visitantes.	✓		✓	✓	✓
38	Cree que se deba implementar algunos servicios complementarios como:	✓		✓	✓	✓
39	De qué forma promociona el hospedaje para captar más usuarios.	✓		✓	✓	✓
40	Diga usted cual es lo que considera más importante al momento de brindar el servicio.	✓		✓	✓	✓

  
**Ag. DFO. Colóni Osorio García**  
**CLAD: 09883**













N°	ITEM'S		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
21	De qué manera usted ve a la competencia.	Le es indiferente	1			1		1		1		1											
		Si le toma atención		1			1				1				1		1		1	1	1		
		Ayuda a veces												1	1								
		Por su prestigio	1			1				1							1		1				
22	El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad.	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	Las empresas identificas y monitorea las tendencias de los usuarios.	SI	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		NO	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1
25	Se identifica oportunidades que genera la población	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		NO	1				1				1		1		1		1						1
26	¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		NO		1		1					1		1		1								
27	Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos.	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		NO	1								1												1
28	¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje?	Los precios bajos de la competencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		Alto índice de la delincuencia	1	1	1			1			1					1		1		1		1	
		Cambios de clima					1								1								1
29	Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio.	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		NO	1			1				1			1					1					
30	La capacitación al personal permite mejorar sus habilidades.	SI	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	

		NO	1	1					1				1			1			
31	¿El personal adecúa su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje?	SI	1	1		1	1	1		1			1			1			
		NO			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio?	SI	1		1	1	1	1	1	1									
		NO		1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia.	SI			1	1	1	1	1	1			1		1	1	1	1	1
		NO	1	1	1								1	1					
34	Considera usted que se deba cambiar de tecnología.	SI	1		1	1	1	1	1	1			1		1	1	1	1	1
		NO		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	Como considera usted el servicio que brinda su hospedaje.	Mala																	
		Regular																	
		Buena																	
		Muy Buena	1		1			1		1			1		1		1		1
		Excelente		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	Cómo calificaría la tarifa de paga.	Elevada																	
		Moderada	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1			1		1
		Económica			1	1	1	1					1	1	1	1	1	1	1
37	Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y visitantes.	SI			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		NO																	
		TAL VEZ	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	Cree que se deba implementar algunos servicios complementarios como:	Servicios de alimentos a la habitación	1		1		1		1		1		1		1		1		1
		Masajes			1		1				1								
		Paquetes de tours		1			1			1			1				1		1
		Renta de autos														1			
39	De qué forma promociiona el hospedaje para captar más usuarios.	Volante				1							1						



8	El personal muestra un aspecto limpio y aseado al momento de la atención.	SI	288	288	384	75	100
		NO	38	38		9.895833333	
		A VECES	58	58		15.10416667	
9	Ha tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con sus materiales para llevar a cabo su trabajo.	SI	326	326	384	84.89583333	100
		NO	58	58		15.10416667	
10	En el establecimiento se encuentran con sistema de señalización de emergencia.	SI	365	365	384	95.05208333	100
		NO	19	19		4.947916667	
11	Cuando usted acude al servicio, no tengo problema alguno en contactar con la persona que pueda responder a mis demandas.	SI	211	211	384	54.94791667	100
		NO	173	173		45.05208333	
12	El personal utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitirle de forma sencilla y clara sus explicaciones.	SI	173	173	384	45.05208333	100
		NO	211	211		54.94791667	
13	La rapidez con la que usted le fue atendido.	Mala	19	19	384	4.947916667	100
		Regular	250	250		65.10416667	
		Buena	115	115		29.94791667	
		Muy Buena	0	0		0	
		Excelente	0	0		0	
14	¿Se resolvió satisfactoriamente su consulta?	SI	134	134	384	34.89583333	100
		NO	250	250		65.10416667	
15	El personal que le atendió, ofrece y promueve el buen servicio.	SI	180	180	384	46.875	100
		NO	204	204		53.125	
16	¿Cómo valora el trato recibido por el personal que le ha atendido?	Mala	38	38	384	9.895833333	100
		Regular	154	154		40.10416667	
		Buena	134	134		34.89583333	
		Muy Buena	58	58		15.10416667	
		Excelente	0	0		0	
17	Como considera la seguridad del hospedaje.	Mala	42	42	384	10.9375	100
		Regular	180	180		46.875	
		Buena	88	88		22.91666667	
		Muy Buena	58	58		15.10416667	
		Excelente	16	16		4.166666667	
18	El Servicio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario.	SI	173	173	384	45.05208333	100
		NO	211	211		54.94791667	
19	Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios.	SI	173	173	384	45.05208333	100
		NO	211	211		54.94791667	
20	Como considera usted la experiencia de servicio al cliente.	Mala	27	27	384	7.03125	100
		Regular	146	146		38.02083333	
		Buena	134	134		34.89583333	
		Muy Buena	77	77		20.05208333	
		Excelente	0	0		0	
21	De qué manera usted ve a la competencia.	Le es indiferente	5	5	20	25	100
		Si le tomaó atenci	8	8		40	
		Ayuda a veces	2	2		10	
		Por su prestigio	5	5		25	
22	El empresario demuestra compromiso con brindar un servicio de calidad.	SI	12	12	20	60	100
		NO	8	8		40	



23	La empresa identifica y monitorea las tendencias de los usuarios.	SI	8	8	20	40	100
		NO	12	12		60	
24	¿Cree usted tener ideas innovadoras para aumentar su competitividad?	SI	13	13	20	65	100
		NO	7	7		35	
25	Se identifica oportunidades que genera la población	SI	14	14	20	70	100
		NO	6	6		30	
26	¿Considera que los planes realizados por la empresa son susceptibles al cambio?	SI	16	16	20	80	100
		NO	4	4		20	
27	Se adaptan con facilidad a los cambios que sean requeridos.	SI	17	17	20	85	100
		NO	3	3		15	
28	¿Qué amenazas externas obstaculizan el crecimiento del hospedaje?	Los precios bajos	10	10	20	50	100
		Alto índice de la	7	7		35	
		Cambios de clima	3	3		15	
29	Desarrollan capacitaciones en calidad de servicio.	SI	15	15	20	75	100
		NO	5	5		25	
30	La capacitación al personal permite mejorar sus habilidades.	SI	15	15	20	75	100
		NO	5	5		25	
31	¿El personal adecúa su lenguaje según el tipo de cliente que entra al hospedaje?	SI	8	8	20	40	100
		NO	12	12		60	
32	¿Identifica los hábitos de sus consumidores para innovar y mejorar el servicio?	SI	6	6	20	30	100
		NO	14	14		70	
33	Considera usted que el servicio que brindan lo diferencia de su competencia.	SI	15	15	20	75	100
		NO	5	5		25	
34	Considera usted que se deba cambiar de tecnología.	SI	10	10	20	50	100
		NO	10	10		50	
35	Como considera usted el servicio que brinda del hospedaje.	Mala	0	0	20	0	100

		Regular	0	0		0	
		Buena	0	0		0	
		Muy Buena	8	8		40	
		Excelente	12	12		60	
36	Cómo calificaría la tarifa de paga.	Elevada	0	0	20	0	100
		Moderada	12	12		60	
		Económica	8	8		40	
37	Considera usted que el hospedaje es reconocido por la población y visitantes.	SI	9	9	20	45	100
		NO	0	0		0	
		TAL VEZ	11	11		55	
38	Cree que se deba implementar algunos servicios complementarios como:	Servicios de alimentación	10	10	20	50	100
		Masajes	3	3		15	
		Paquetes de tours	6	6		30	
		Renta de autos	1	1		5	
39	De qué forma promociona el hospedaje para captar más usuarios.	Volante	2	2	20	10	100
		Radio	0	0		0	
		Páginas web	18	18		90	
		Tv	0	0		0	
		Ninguna de las anteriores	0	0		0	
40	Diga usted cual es lo que considera más importante al momento de brindar el servicio.	Presencia física del personal	6	6	20	30	100
		Buena atención.	6	6		30	
		Capacidad de servicio	0	0		0	
		Empatía.	8	8		40	

## ANEXO 07: ÁLBUM FOTOGRÁFICO



FOTO 1: ENCUESTANDO AL CLIENTE DEL HOSPEDAJE “ESPONDYLUS”



FOTO 2: ENCUESTANDO AL TRABAJADOR DEL HOSPEDAJE “EI GRAN IMPERIAL”

## ANEXO 08: EVIDENCIA TURNITIN

# INFORME FINAL DE TESIS

*por Kevin Alexis Namuche Atoche*

---

**Fecha de entrega:** 08-may-2018 12:17p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 960888563

**Nombre del archivo:** NAMUCHE\_ATOCHKE\_KEVIN\_ALEXIS\_-\_INFORME\_DE\_TESIS\_FINAL.docx (844.69K)

**Total de palabras:** 17006

**Total de caracteres:** 121586

## INFORME FINAL DE TESIS

### INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

ÍNDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE  
INTERNET

2%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://www.clubensayos.com">www.clubensayos.com</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="http://www.cic.uhu.es">www.cic.uhu.es</a> Fuente de Internet	1%
3	Nicko Alberto Gomero Gonzales. "Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico", Quipukamayoc, 2016 Publicación	<1%
4	<a href="http://repositorio.unemi.edu.ec">repositorio.unemi.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
5	Oscar Tinoco G.. "LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN EL PERÚ", Industrial Data, 2014 Publicación	<1%
6	<a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://documents.mx">documents.mx</a> Fuente de Internet	<1%