



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS  
MYPES. SECTOR SERVICIO, RUBRO HOSPEDAJE EN EL  
DISTRITO DE TUMBES, 2018.**

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

**AUTOR**

**CABRERA ROSALES, LESLY ELIZABETH**

**ORCID: 0000-0002-1707-0959**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GALVEZ, JOSE FERNANDO**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**TUMBES – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Cabrera Rosales, Lesly Elizabeth

ORCID: 0000-0002-1707-0959

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

### **ASESOR**

Escobedo Gálvez, José Fernando

Orcid: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias  
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de  
Administración, Tumbes, Perú

### **JURADO**

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

**HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

**MG. GALVANI GUERRERO GARCÍA**

**PRESIDENTE**

**MG. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA**

**MIEMBRO**

**MG. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA**

**MIEMBRO**

**MG. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ**

**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Principalmente agradecer a Dios por mantenernos con vida junto a nuestros seres queridos y encaminarnos por un camino de bien de mucha felicidad, también le doy gracias a mi familia ya que me demuestran su apoyo día a día para seguir adelante.

## **DEDICATORIA**

### **A DIOS**

Dedico este informe de tesis a Dios ya que me ha dado salud, gracias a ello me ha permitido avanzar con mi proyecto para poder alcanzar mis objetivos, ha estado conmigo de manera incondicional demostrándome su amor y bondad.

### **A MIS PADRES**

Porque me han demostrado su apoyo, gracias por cómo me han ido formando mediante ha ido avanzando el tiempo, gracias a sus consejos porque me han servido de mucha ayuda.

## RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación describir las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018. Con un problema de investigación: ¿Cuál es la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018? Con una metodología tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, con una población de 10 MyPes dedicada al servicio de hospedajes – Tumbes, 2018, y una muestra de 68, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos, se concluyó que los hospedajes brindan calidad de servicio siendo sus recepcionistas empáticos al momento de interactuar con los clientes y así poder cubrir sus expectativas, utilizando un lenguaje claro y preciso al brindarles atención ya que eso satisface al cliente sintiéndose cómodo, teniendo un progreso tecnológico, mostrando flexibilidad ante sus cambios para así mejorar su nivel ante la competencia, mostrando un servicio diferenciado y brindándoles un precio distinto para así seguir distinguiendo su segmento en el mercado.

***Palabras claves: Gestión de Calidad y Competitividad.***

## ABSTRACT

The purpose of the study was to describe the main characteristics of the quality management and competitiveness of the MyPes, service sector, lodging category in the Tumbes district, 2018. With a research problem: What is the characterization of the management of quality and competitiveness of the MyPes service sector, accommodation category in the Tumbes district, 2018? With a descriptive type methodology, quantitative level and non-experimental design, with a population of 10 MyPes dedicated to the lodging service - Tumbes, 2018, and a sample of 68, applying surveys as an instrument of data collection, it was concluded that the lodgings provide quality of service, being its receptionists empathetic when interacting with customers and thus being able to meet their expectations, using clear and precise language when providing them with attention, since that satisfies the customer by feeling comfortable, having technological progress, showing flexibility in the face of changes to thus, improving their level before the competition, showing a differentiated service and offering them a different price so as to continue distinguishing their segment in the market.

***Keywords: Quality and Competitiveness Management.***

# ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	5
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	7
2.1.3. Antecedentes locales .....	9
2.2.1. Gestión de calidad .....	11
2.2.2. Competitividad.....	13
2.2.3. MyPes .....	14
2.2.4. Hospedajes.....	15
III. HIPÓTESIS.....	16



IV. METODOLOGÍA.....	17
4.1. Diseño de investigación.....	17
4.2. Población y muestra .....	17
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	18
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
4.4.1. Técnicas:.....	20
4.5. Plan de análisis.....	20
4.6. Matriz de consistencia .....	21
4.7. Principios éticos .....	22
V. RESULTADOS.....	23
5.1 Resultados.....	23
5.2 Análisis de resultados.....	38
VI. CONCLUSIONES.....	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	45
ANEXOS .....	49
Anexo 01: Encuesta.....	49
Anexo 02: Validación de encuestas .....	52
Anexo 03: Álbum de fotografías.....	58
Anexo 04: Turnitin .....	59

## **I. INTRODUCCIÓN**

La tecnología es una desventaja para algunas empresas, ya que si no cuentan con tecnología modernizada no tendrían mucha productividad en el mercado y por esa misma razón no entrarían a competir con empresas que si son innovadoras. (Quiroa, 2020)

El desempeño de la empresa que tiene buenos logros, resulta competitivo obteniendo productividad en el mercado y fidelidad de parte de los clientes. (Raubi, 2017)

El problema de estas empresas es que no cuentan con máquinas en buen estado y corren el riesgo a que sus clientes no sean satisfechos, el riesgo que corren es que las empresas quiebren y tengan mala imagen. (Garcia, 2018)

Las estrategias competitivas que cumple el restaurante determinan al buen precio adecuado a sus clientes, la imagen ayuda a que sea muy llamativo y su local implementado hace que se sientan super cómodos. (Correa, 2018)

Se determina que la empresa textil es muy competitiva ya que cuenta con variedades de diseños y eso ayuda a que tenga buena acogida por sus clientes y más aún si usan tela de calidad. (Mancilla, 2018)

Se determina que en el hospedaje ofrecen capacitación continuamente ya que eso ayuda ofrecer buen trato de amabilidad, confiabilidad y cordialidad hacia sus huéspedes, La limpieza y sus habitaciones amplias ayudan a que sus clientes se sientan cómodos y puedan seguir adquiriendo de sus servicios. (Gonzales, 2018)

Se determina que ante un buen servicio en una MyPe va tener un buen resultado, sin embargo, no todas ofrecen buen trato a sus clientes ya que ellos optan por retirarse. Un cliente siempre va a querer un buen trato con amabilidad y cordialidad. (Chota, 2018)

Las MyPes cumplen con capacitaciones constantes hacia sus trabajadores para que puedan brindar servicio de calidad y eso ayuda a incrementar su rentabilidad económica. (Rodriguez, 2017)

Se determina que brindar un servicio de calidad es primordial en un hospedaje ya que es una herramienta muy importante tanto como la empresa y los clientes, porque si una MyPes de rubro hospedaje ofrece buen servicio el cliente se va ir satisfecho y va ser recomendado y obtener huéspedes y rentabilidad. (Isidro, 2019)

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuál es la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: Describir las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes, sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018. Y objetivos específicos: Describir los tipos de la gestión de calidad de las MyPes. Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018. Determinar la atención al cliente de gestión de calidad de las MyPes Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018. Conocer los tipos de competitividad de las MyPes Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.

Determinar las estrategias de competitividad de las MyPes. Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018. En el campo de la justificación de la presente investigación, se justifica en lo práctico, por que utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar a la gestión de calidad y la competitividad en la provincia de Tumbes. Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento de la gestión de calidad, competitividad, teniendo como base el uso de herramientas como las principales características de la competitividad, atención al cliente, variedad de servicio y calidad de servicio (Miller y Salkiu,2002)

Tiene una justificación metodológica, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso servicio hospedaje (Batista, 2006)

Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a la MyPes el manejo del negocio motivándolo al cambio, para una mejor prestación de los servicios (Batista, 2006)

Se justifica profesionalmente, en la medida en que me permitirá obtener el grado académico de bachiller en administración.

Se justifica por convivencia porque permite conocer la realidad de la gestión de calidad y la competitividad del rubro de servicio de hospedaje en la

provincia de Tumbes. Promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de las MyPes.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

(Silva, 2017) Estudió el *análisis para la evaluación de la satisfacción actual de los empleados de los restaurantes de la Universidad San Francisco de Quito*. Esta investigación también busca determinar si la satisfacción de los empleados influye en la calidad de servicio que prestan en cada punto de venta, para la cual se recolectó información por medio de encuestas y estudios anteriormente realizados por San Francisco Food Service USFQGROUP S.A. La satisfacción laboral es un terreno estudiado en diferentes ámbitos laborales ya que se conoce que un empleado feliz es equivalente a un cliente satisfecho. Sin embargo, la cantidad de énfasis en estudios sobre satisfacción laboral no son lo suficientemente tomados en cuenta por las empresas, aun teniendo en cuenta la importancia del trabajador en compañías de hospitalidad.

(Caicedo, 2017) Estudió el *diseño del sistema integrado de gestión de la calidad para la empresa productos fruti-dulces s.a.* Esta investigación busca Diseñar el Sistema Integrado de Gestión de la Calidad para la Empresa Productos Fruti-Dulces S.A., vinculando Buenas Prácticas de Manufactura en cumplimiento con el decreto 3075 de 1997 y la norma NTC ISO 9001:2015; por lo cual se recolectó información por medio de encuestas y estudios; se concluye Mediante el análisis de brechas realizado a la empresa Productos Fruti-Dulces S.A., se detectó ausencia de planeación estratégica, identificación de procesos internos, política y objetivos de calidad, matriz de riesgos e indicadores para los procesos y la satisfacción del cliente. Con esto se definieron planes de acción, permitiendo implementar elementos

necesarios para lograr la consecución de los objetivos de la empresa.

(Perez, 2017) Estudió el *análisis de la asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de las Pyme de televisión pagada de Imbabura y Cotopaxi*, Tuvo como objetivo general Alcanzar una mayor fortaleza competitiva a través de la implementación de un plan de sostenibilidad para la industria del sector gráfico, con una metodología de investigación no experimental, con una población conformada por 1017 empresas domiciliadas en la ciudad de Quito y una muestra de 279, aplicando como instrumento de recolección de datos la encuesta; concluyo La sostenibilidad se enfoca hacia la satisfacción de las necesidades de la generación actual con la finalidad de que existan los recursos suficientes para las futuras generaciones, Se conoce que actualmente existe la sostenibilidad social, sostenibilidad ambiental y sostenibilidad económica, todas ellas se coordinan entre sí para obtener un beneficio conjunto para todos sus participantes, Dentro del ámbito empresarial, la sostenibilidad social hace especial énfasis a la ejecución de programas que favorezcan a sus trabajadores y a la comunidad, la sostenibilidad ambiental hacia el buen uso de los recursos naturales y la sostenibilidad económica hacia la innovación de nuevos productos.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

(Bances, 2018) En su investigación *“Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MyPes de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018”* Tuvo como objetivo general Determinar qué Características tiene la gestión de calidad y competitividad en las MyPes de servicios, rubro Hoteles de Sechura (Piura), 2018; con una metodología de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal; con una población de

15 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, siendo los resultados de la muestra obtenidos, 84 clientes; aplicando como instrumento de recolección de datos la encuesta; concluyó que los factores básicos de la gestión de calidad son 74% de aplicación de procesos por escrito, 69% de los recursos humanos con valores y de confianza; en relación de las necesidades el 79% satisface sus necesidades de hospedaje por la mejora del servicio, 62% por el cumplimiento del personal en sus tareas y la característica de amabilidad. Siguiendo con la variable competitividad se tiene que en lo referido a la innovación prima los sistemas de tecnología facilitando los servicios de internet, los bajos costos, personal preparado, en cuanto a los tipos de competitividad conocen con mayor acercamiento la ambiental y la dinámica.

(Hidalgo, 2018) En su investigación *“Gestión de calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedaje del distrito de Huarmey, año 2016”* Tuvo como objetivo general determinar las características de gestión calidad con el uso de la



Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Hospedaje del distrito de Huarmey, año 2016; con una metodología de diseño no experimental, transversal, descriptivo; con una población de 15 MyPes y muestra de 10 MyPes; aplicando como instrumento de recolección de datos atreves de la encuesta; concluyó que tuvieron 31 a 50 años, género femenino, grado superior universitario, son dueños, 7 a más años en el cargo, 7 a más años en el rubro, contaron con 1 a 5 trabajadores, familiares, generar ganancias, conocieron el termino gestión de calidad, manejaron el benchmarking e otros, tuvieron dificultades para la implementación de gestión de calidad, manejaron la observación y evaluación, conocieron el termino competitividad, consideraron competitivo en su negocio por la calidad en el servicio, aplicaron la estrategia promoción y publicidad, recomendaron sus productos a otras personas por la atención, disfrutaron del servicio atreves de otros y anuncios.

(Gonzales, 2018) En su investigación *“Gestión de calidad en la capacitación, de las MyPes del sector servicio-rubro hospedajes en Tingo María, provincia de Leoncio Prado, año 2017”* Tuvo como objetivo general determinar las principales características de gestión de calidad en la capacitación, aplicadas en el sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, provincia de Leoncio Prado, año 2017; con una metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo no experimental transversal; con una muestra de 15 micro y pequeñas empresas, del sector servicio-rubro hospedajes, que representa la población total; aplicando como instrumento de recolección de datos la encuesta; concluyó que los propietarios a pesar que no aplican la gestión de calidad en la

capacitación, son conscientes que es necesario para que su empresa marche de manera eficiente y correcta.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

(Namuche, 2018) En su investigación *“Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MyPes en el sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017”* Tuvo como 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; con una metodología de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte transversal; con una población de 79 trabajadores de los hospedajes; aplicando como instrumento la técnica de la encuesta; concluyó que 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.

(Avalo, 2018) En su investigación *“Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del Sector Servicio Rubro Hospedajes en el Cercado de Tumbes, 2018”* Tuvo como objetivo general Determinar la Caracterización de la Competitividad y la Gestión de Calidad de las MyPes, en Sector Servicios Rubro Hospedajes en el Cercado de Tumbes, Año 2018; con una metodología de tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y

diseño no experimental; con una población de 10 MyPes con una muestra de 68 clientes; aplicando como instrumento de técnica una encuesta; concluyó que los clientes del rubro Hospedajes se identificó que están tomando mucho énfasis en los factores de la competitividad, porque es lo más importante al momento de la calidad del servicio, en donde cuenta con un proceso mediante un sistema de organización, que cuenta con las herramientas necesarias para superar problemas de ambiente, además utilizan la tecnología como un sistema de control, contando con valores éticos e implementación de nuevos servicios para la satisfacción del cliente, y así cuenta con un sistema de seguridad ante un posible extravió o sustracción por parte del cliente, así mismo muestran una dinámica para mejorar el servicio a los usuarios.

(Leó, 2018) En su investigación *“Caracterización del clima laboral y gestión de calidad de las MyPes del sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018”* Tuvo como objetivo general Determinar la caracterización del clima laboral y gestión de calidad de las MyPes, sector servicio rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2018; con una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población 25 trabajadores para la variable clima laboral y 68 clientes; aplicando un instrumento de técnica una encuesta; concluyó que las decisiones son tomadas mediante la dependencia de sus colaboradores, además concluyo que los trabajadores muestran habilidades sociales para incrementar la productividad empresarial, por último los trabajadores muestran empatía al momento de realizar sus actividades laborales

## **2.2. Bases teóricas y conceptuales**

### **2.2.1. Gestión de calidad**

#### **2.2.1.1. Definición:**

Se define como Gestión de Calidad a la satisfacción de una persona al obtener un producto u/o servicio. Desde esta expectativa, la calidad tiene vinculación con satisfacer las necesidades de un consumidor, usuario u cliente, es decir que la calidad es el resultado de un procedimiento de una gestión completa que conlleva todas las etapas de un proceso para llegar a producir un servicio o producto. (Lepeley, 2018)

Se define como Gestión de Calidad a un conjunto de cualidades de un bien o servicio que satisface las necesidades y expectativas del cliente, por otra parte, la satisfacción del cliente viene ser cuando es atendido con calidad de servicio o calidad de producto. (Leidinger, 2020)

#### **2.2.1.2. Importancia:**

La Gestión de Calidad es muy importante para las MyPes por que con eso se puede lograr la confianza, exitosas demandad de rentabilidad, la satisfacción del cliente, fidelidad de los clientes así ser líderes en el mercado por la trayectoria realizada en el transcurso del tiempo. (Melo, 2018)

### 2.2.1.3. Principios

*Enfoque al cliente:* Las MyPes dependen de sus consumidores, usuarios o clientes es por eso que deben de comprender las necesidades. el propósito debería ser satisfacer sus expectativas. *Liderazgo:* Es básico para el logro de una organización. El liderazgo está involucrado con una persona que tiene bajo su cargo un grupo de trabajadores u colaboradores. *Participación del personal:* El personal es el alma o la esencia de una organización ya que usa su capacidad para el beneficio de la organización. Una organización que no incentive o que no motive a su personal no recibirá compromiso por parte de su colaborador. *Enfoque de proceso:* Este proceso es esencial en una organización ya que ayuda a ejecutar en que su labor de trabajo crea una valoración para el cliente. Este enfoque ayuda a buscar soluciones rápidas para sus clientes. *Enfoque de sistema para la gestión:* Este enfoque ayuda con la eficiencia y eficacia para su organización. *Mejora continua:* Es restablecer la competencia de las MyPes en cualquiera área a través de la producción de una manera continua. *Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:* Está basado en los datos e información. Este enfoque ayuda a incrementar la capacidad de eficacia de decisiones anteriores. *Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:* La organización y sus proveedores son autónomos ya que tienen una relación favorable que incrementa la capacidad de ambos. (Sirvent Asensi et al., 2017)

#### **2.2.1.4. Ventajas**

Brinda una mejor atención al cliente; cubre las expectativas satisfaciendo las necesidades de los clientes, logran mayor eficacia y eficiencia, mejoran la administración por el uso de buenas herramientas y eso les permite conocer a fondo el funcionamiento de las organizaciones. (Melo, 2018)

#### **2.2.1.5. Desventajas**

Se requiere de gastos ya que para obtener un buen Sistema de Gestión de Calidad se necesita invertir, se requiere de un cambio en toda la organización para mejorarla y así puedan participar todos, se requiere más personal por la presión de actividades que se lleven para la función de SGC. (Murrieta et al., 2020)

### **2.2.2. Competitividad**

#### **2.2.2.1. Definición**

La competitividad permite que una empresa sea exitosa siempre y cuando su producto es superior o igual al de su competencia, la competitividad de las MyPes es depende como funciona su capacidad interna, es decir que tienen la capacidad de desarrollar su producto y/o servicio para que así incrementen sus ventas y puedan ganarles a sus competidores. (Jiron, 2019)

Se habla de competitividad cuando se obtiene ganancia y aumenta su participación en el mercado teniendo un buen logro demostrando calidad, eficiencia y eficacia en la satisfacción de las necesidades de sus clientes. (Clavijo, 2020)

La competitividad es la continuidad de la empresa en el mercado, es decir la empresa conserva su calidad tanto como en producto, servicio y así opta por ser competencia en el mercado que se encuentre logrando ser reconocido y incrementación. (Argudo, 2017)

#### **2.2.2.2. Importancia**

Es de suma importancia la competitividad en una empresa ya que el ser competitivo es llevar continuamente su capacidad, eficacia y eficiencia en el mercado y eso hace que no se sienta amenazado por cualquier empresa nueva que quiera hacerle competencia, es decir al seguir de pie cubriendo las necesidades de sus clientes la empresa no va a sentirse amenazado. (Clavijo, 2020)

#### **2.2.2.3. Ventajas**

Ser competitivo facilita el desarrollo y llegan a convertirse en grandes empresas; favorece un buen desarrollo, consiguen buenos resultados en corto plazo, se convierten en líderes en el mercado. (Balaguer, 2017)

#### **2.2.2.4. Desventajas**

La falta de planificación los conlleva a largo plazo para que puedan tener claro sus objetivos, los llevaría a obtener nuevas herramientas tecnológicas para poder modernizar su organización, conflictos en mantener continuamente crecimientos apresurados. (Balaguer, 2017)

### **2.2.3. MyPes**

Las MyPes es una unidad económica fundada por una persona natural o jurídica esta entidad u organización laboral tiene como finalidad acrecentar actividades.

La ley 30056 promueve a que las micro y pequeñas empresas sean competitivas, que se formalicen y se desarrollen incrementando su producción, rentabilidad y puedan incrementar el empleo sostenible. (Ley, 30056)

### **2.2.4. Hospedajes**

Un hospedaje es un alojamiento pasajero que se le da a una persona mediante un pago, no todos los hospedajes brindan servicios como comidas, piqueos o bebidas. Ya que en algunos casos solo brindan habitaciones en donde solo pasan una noche. (Perez, Julian; Gardey, 2018)

Un hospedaje es un establecimiento que brinda un servicio en donde se renueva acuerdo a las necesidades de sus huéspedes para así se sientan a gusto y puedan recibir una atención de calidad total. (Perez, 2018)



### **III. HIPÓTESIS**

Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de investigación

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. Bernal (2010).

El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte Transversal.

### 4.2. Población y muestra

P1: La población para la variable gestión de calidad se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes del servicio de hospedajes, diez (10) MYPES dedicadas al servicio hospedajes.

P2: La población para la variable, competitividad está conformada por los clientes del servicio de hospedajes, en la ciudad de Tumbes, siendo diez (10) MYPES dedicadas al servicio del rubro ya mencionado.

**Tabla 1.**

*Datos de las MyPes – Hospedajes del Distrito de Tumbes.*

Ord.	Razón Social	Gerentes	Trabajadores	Total Personas
1	Toloa	1	2	3
2	El gran imperio	1	2	3
3	Las lomas	1	3	4
4	3R	1	2	3
5	Gramimar	1	2	3
6	Miguel Angel	1	1	2
7	Los Andes	1	3	4
8	Florian	1	1	2
9	Amazonas	1	2	3
10	San Francisco	1	3	4

**Fuente:** Elaboración propia.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

**Tabla 2.**

*Operacionalización de variables.*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items (pregunta)	Escala de medición
GESTIÓN DE CALIDAD	Según Torre (s.f.) Define a la gestión de calidad como un conjunto de propiedades y características de un servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades	Se pretenderá determinar, describir las características del financiamiento de las MyPes materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	Tipos de la Gestión de Calidad	Calidad de producto	¿Considera que las habitaciones son adecuadas?	ESCALA DE LIKERT
				Calidad de servicio	¿Considera que la empresa brinda un servicio de calidad?	ESCALA DE LIKERT
				Normas ISO	¿Considera que el hospedaje cumple con las normas de gestión de calidad?	ESCALA DE LIKERT
				T.Q.M	¿Considera usted que la empresa aplica la administración de calidad total?	ESCALA DE LIKERT
			Atención al Cliente	Orientación	¿El personal de atención orienta respecto a todos los servicios que brinda el hospedaje?	ESCALA DE LIKERT
				Empatía	¿El personal de atención muestra empatía al momento de la recepción?	ESCALA DE LIKERT
				Tipo de lenguaje	¿Cree usted que el recepcionista utiliza un lenguaje claro?	ESCALA DE LIKERT
				Satisfacción	¿El hospedaje cubre sus expectativas?	ESCALA DE LIKERT

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items (pregunta)	Escala de medición
COMPETITIVIDAD	Según Riquelme (s.f.) Definió a la competitividad como un rasgo positivo para cualquier mercado por una serie de razones. En primer lugar, significa que hay un público amplio para la venta de un determinado producto,	Se pretenderá determinar, describir las características de la rentabilidad de las MyPes materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	Tipos de competitividad	Competitividad Sistémica	¿Considera que los procesos para la solución de problemas son coordinados?	ESCALA DE LIKERT
				Competitividad Dinámica	¿Considera usted que la empresa es flexible a los cambios?	ESCALA DE LIKERT
				Competitividad Espuria	¿Usted ha percibido que la empresa utiliza recursos naturales apropiados?	ESCALA DE LIKERT
				Competitividad Auténtica	¿Considera que la empresa a realizado progreso a nivel tecnológico?	ESCALA DE LIKERT
			Estrategias de competitividad	Enfoque	¿Considera usted que el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado?	ESCALA DE LIKERT
				Diferenciación	¿Considera usted que la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia?	ESCALA DE LIKERT
				Liderazgo en costos	¿La empresa presenta precios acordes a la competencia?	ESCALA DE LIKERT

Fuente: Elaboración propia.

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

##### **4.4.1. Técnicas:**

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de los diez centros de servicio hospedajes del distrito de Tumbes, 2018.

#### **4.5. Plan de análisis**

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

#### 4.6. Matriz de consistencia

**Tabla 3.**

*Matriz de consistencia*

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Método y Muestra	Instrumentos y Procedimiento
¿Cuál es la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018?	<p><b>OBJETIVO GENERAL.</b> Describir las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes, sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir los tipos de la gestión de calidad de las MyPes. Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</li> <li>• Determinar la atención al cliente de gestión de calidad de las MyPes Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</li> <li>• Conocer los tipos de competitividad de las MyPes Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</li> <li>• Determinar las estrategias de competitividad de las MyPes. Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</li> </ul>	Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.	<p><b>VARIABLE 01:</b> Gestión de Calidad</p> <p><b>VARIABLE 02:</b> Competitividad</p>	<p><b>TIPO:</b> Descriptiva.</p> <p><b>NIVEL:</b> Cuantitativo.</p> <p><b>DISEÑO:</b> No experimental de corte transversal.</p> <p><b>POBLACIÓN:</b> 10 MyPes</p> <p><b>MUESTRA:</b> 68 clientes.</p>	Se utilizó el Word para desarrollar el proyecto investigativo, Microsoft Excel para elaborar las tablas, power point para mi ponencia, y por último el programa turnitin que es para detectar el plagio de nuestra tesis.

**Fuente:** Elaboración propia.

#### **4.7. Principios éticos**

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

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

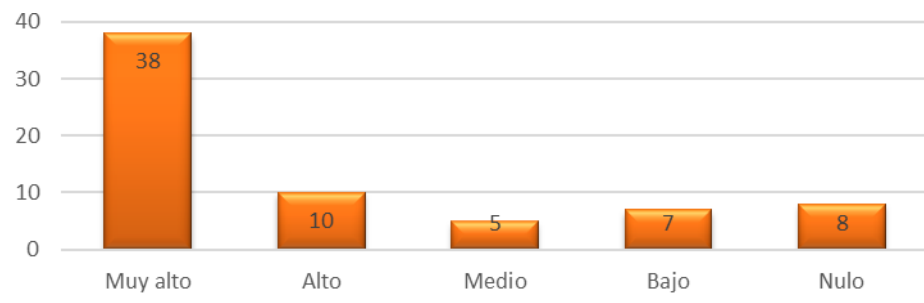
**Tabla 4.**

*¿Considera que las habitaciones son adecuadas?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	38	55.88%
Casi siempre	10	14.71%
A veces	5	7.35%
Pocas veces	7	10.29%
Casi nunca	8	11.76%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 1**



**Fuente:** Elaboración propia



**Tabla 5.**

*¿Considera que la empresa brinda un servicio de calidad?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muy alto	40	58.82%
Alto	10	14.71%
Medio	4	5.88%
Bajo	5	7.35%
Nulo	9	13.24%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 2**



**FUENTE:** Elaboración propia

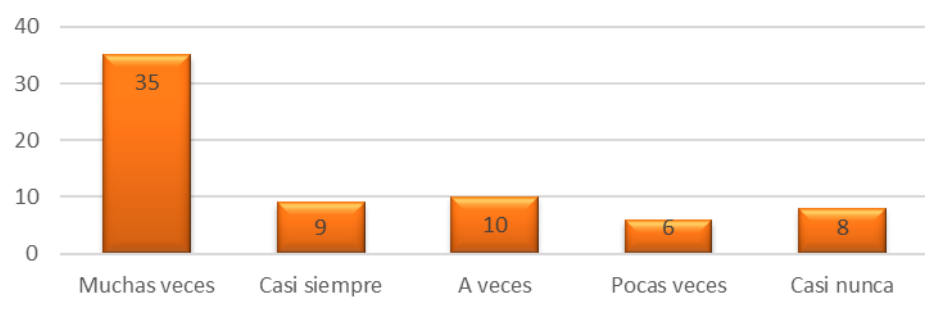
**Tabla 6.**

*¿Considera que el hospedaje cumple con las normas de gestión de calidad?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	35	51.47%
Casi siempre	9	13.24%
A veces	10	14.71%
Pocas veces	6	8.82%
Casi nunca	8	11.76%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 3**



**FUENTE:** Elaboración propia

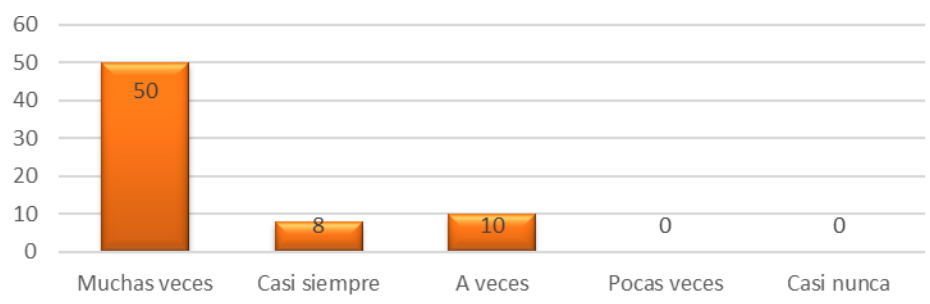
**Tabla 7.**

*¿Considera usted que la empresa aplica la administración de calidad total?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	50	73.53%
Casi siempre	8	11.76%
A veces	10	14.71%
Pocas veces	0	0.00%
Casi nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 4**



**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 8.**

*¿El personal de atención orienta respecto a todos los servicios que brinda el hospedaje?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	30	44.12%
Casi siempre	9	13.24%
A veces	9	13.24%
Pocas veces	10	14.71%
Casi nunca	10	14.71%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 5**



**FUENTE:** Elaboración propia

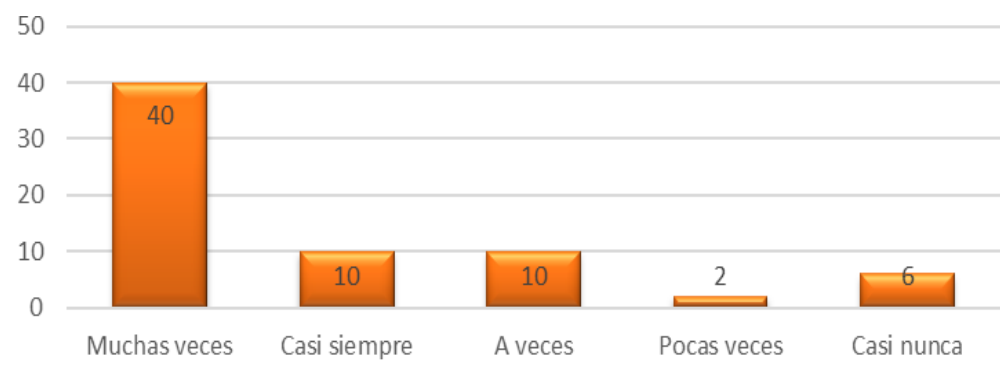
**Tabla 9.**

*¿El personal de atención muestra empatía al momento de la recepción?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	40	58.82%
Casi siempre	10	14.71%
A veces	10	14.71%
Pocas veces	2	2.94%
Casi nunca	6	8.82%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 6**



**FUENTE:** Elaboración propia

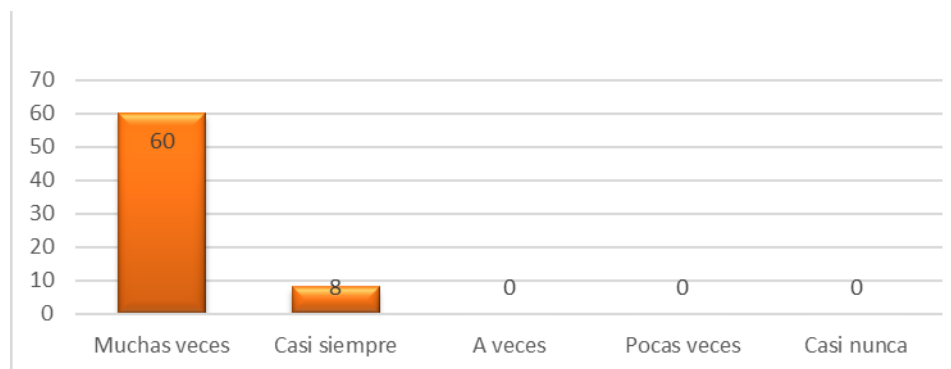
**Tabla 10.**

*¿Cree usted que el recepcionista utiliza un lenguaje claro?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	60	88.24%
Casi siempre	8	11.76%
A veces	0	0.00%
Pocas veces	0	0.00%
Casi nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 7**



**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 11.**

*¿El hospedaje cubre sus expectativas?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	32	47.06%
Casi siempre	8	11.76%
A veces	10	14.71%
Pocas veces	10	14.71%
Casi nunca	8	11.76%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 8**



**FUENTE:** Elaboración propia

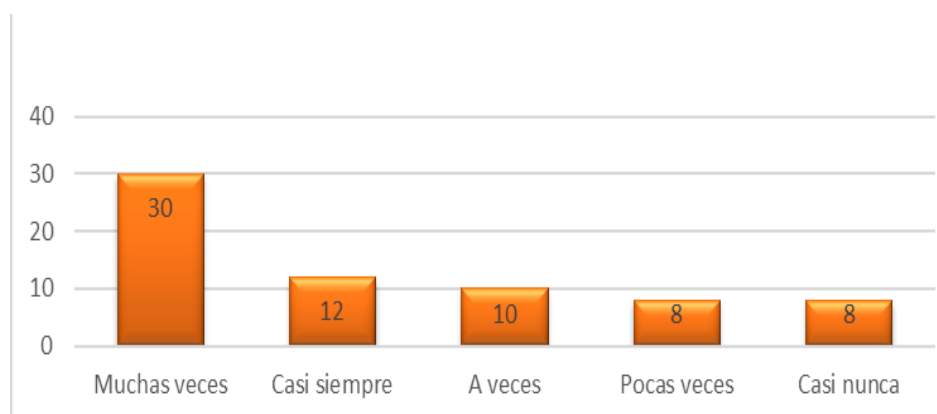
**Tabla 12.**

*¿Considera que los procesos para la solución de problemas son coordinados?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	30	44.12%
Casi siempre	12	17.65%
A veces	10	14.71%
Pocas veces	8	11.76%
Casi nunca	8	11.76%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 9**



**FUENTE:** Elaboración propia



**Tabla 13.**

*¿Considera usted que la empresa es flexible a los cambios?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	24	35.29%
Casi siempre	13	19.12%
A veces	11	16.18%
Pocas veces	10	14.71%
Casi nunca	10	14.71%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 10**



**FUENTE:** Elaboración propia

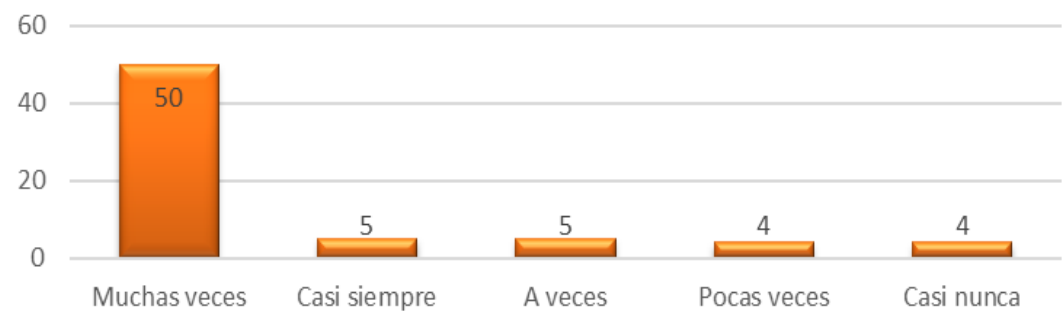
**Tabla 14.**

*¿Usted ha percibido que la empresa utiliza recursos naturales apropiados?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	50	73.53%
Casi siempre	5	7.35%
A veces	5	7.35%
Pocas veces	4	5.88%
Casi nunca	4	5.88%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 11**



**FUENTE:** Elaboración propia

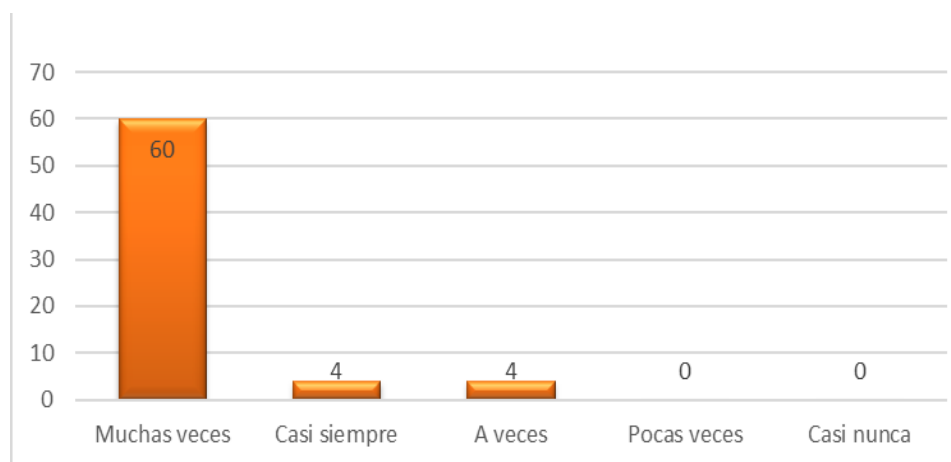
**Tabla 15.**

*¿Considera que la empresa ha realizado progreso a nivel tecnológico?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	60	88.24%
Casi siempre	4	5.88%
A veces	4	5.88%
Pocas veces	0	0.00%
Casi nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 12**



**FUENTE:** Elaboración propia

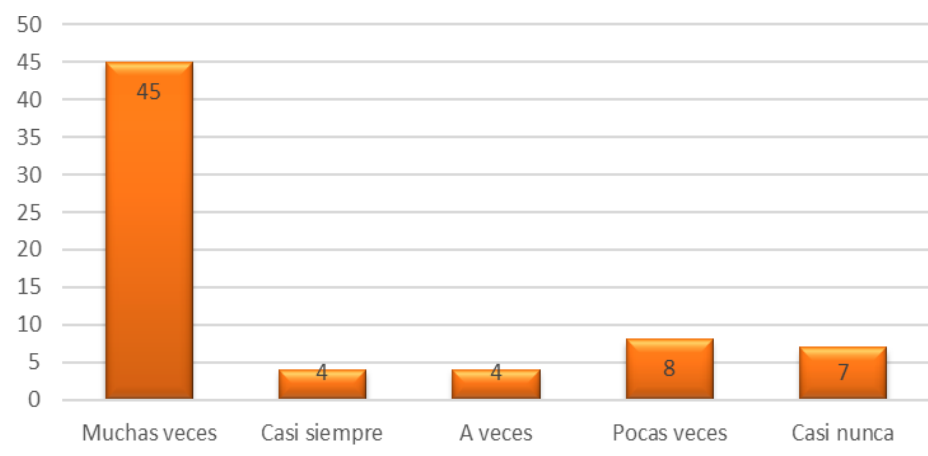
**Tabla 16.**

*¿Considera usted que el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	45	66.18%
Casi siempre	4	5.88%
A veces	4	5.88%
Pocas veces	8	11.76%
Casi nunca	7	10.29%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 13**



**FUENTE:** Elaboración propia

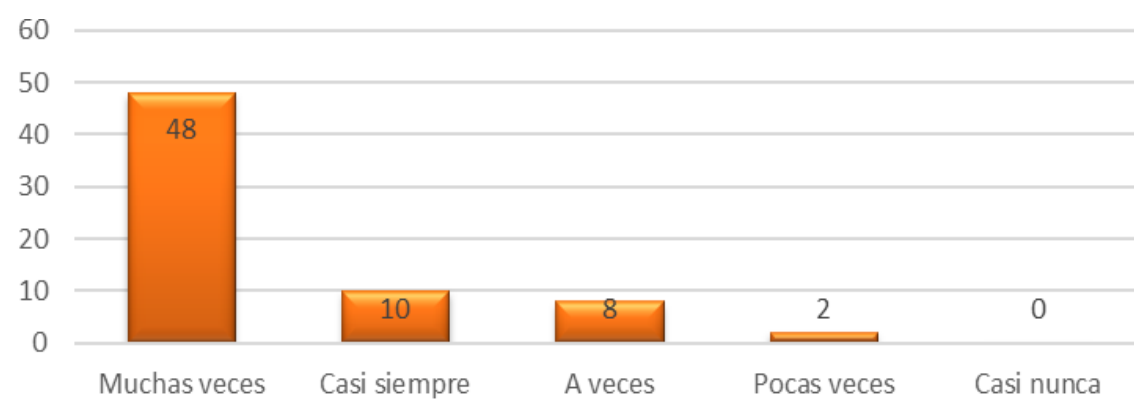
**Tabla 17.**

*¿Considera usted que la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	48	70.59%
Casi siempre	10	14.71%
A veces	8	11.76%
Pocas veces	2	2.94%
Casi nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 14**



**FUENTE:** Elaboración propia

**Tabla 18.**

*¿La empresa presenta precios acordes a la competencia?*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
Muchas veces	35	51.47%
Casi siempre	9	13.24%
A veces	9	13.24%
Pocas veces	9	13.24%
Casi nunca	6	8.82%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes de Tumbes, 2018

**Figura 15**



**FUENTE:** Elaboración propia

## 5.2 Análisis de resultados

**En el Tabla 4** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Tipos de Gestión de Calidad, el total de los clientes 100% (68). El 55.88% (38) manifestó que muchas veces considera que las habitaciones son adecuadas, el 14.71% (10) manifestó que casi siempre las habitaciones son adecuadas, el 7.35% (5) manifestó que a veces las habitaciones son adecuadas, el 10.29% (7) manifestó que pocas veces las habitaciones son adecuadas, el 11.76% (8) manifestó que casi nunca las habitaciones son adecuadas. Se corrobora con el autor (Bances, 2018) donde manifiesta que las habitaciones si se adecuan a sus clientes.

**En el Tabla 5** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Tipos de Gestión de Calidad, el total de los clientes 100% (68). El 58.82% (40) manifestó que la empresa si brinda un servicio de calidad, el 14.71% (10) manifestó que casi siempre la empresa si brinda un servicio de calidad, el 5.88% (4) manifestó que a veces la empresa brinda servicio de calidad, el 7.35% (5) manifestó que pocas veces la empresa brinda servicios de calidad, el 13.24% (9) manifestó que casi nunca la empresa brinda servicio de calidad. Se corrobora con el autor (Sirvent Asensi et al., 2017) donde manifiesta que la empresa brinda un servicio de calidad.

**En Tabla 6** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Tipos de Gestión de Calidad, el total de los clientes 100% (68). El 51.47% (35) manifestó que el hospedaje si cumple con las normas iso, el 13.24% (9) manifestó que el hospedaje si cumple con las normas iso, el 14.71% (10) manifestó que a veces el hospedaje cumple las normas iso, el 8.82% (6) manifestó que pocas veces el hospedaje cumple con las normas iso, el 11.76% (8) manifestó que casi nunca

el hospedaje cumple con las normas ISO. Se corrobora con el autor (Leó, 2018) donde manifiesta que el hospedaje si cumple con las normas ISO.

**En el Tabla 7** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Tipos de Gestión de Calidad, el total de los clientes 100% (68). El 73.53% (50) manifestó que la empresa aplica la administración de calidad total, el 11.76% (8) manifestó que casi siempre la empresa aplica la administración de calidad total, el 14.71% (10) manifestó que la empresa aplica la administración de calidad total. Se corrobora con el autor (Hidalgo, 2018) donde manifiesta que la empresa aplica la administración de calidad total.

**En el Tabla 8** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Atención al Cliente, el total de los clientes 100% (68). El 44.12% (30) manifestó que muchas veces el personal de atención orienta a todos los servicios que brinda el hospedaje, el 13.24% (9) manifestó que casi siempre el personal de atención orienta a todos los servicios que brinda el hospedaje, el 13.24% (9) manifestó que a veces el personal de atención orienta a todos los servicios que brinda el hospedaje, el 14.71 (10) manifestó que pocas veces el personal de atención orienta a todos los servicios que brinda el hospedaje, el 14.71% (10) manifestó que casi nunca el personal de atención orienta a todos los servicios que brinda el hospedaje. Se corrobora con el autor (Leó, 2018) donde manifiesta que el personal de atención si orienta a todos los servicios que brinda el hospedaje.

**En el Tabla 9** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Atención al Cliente, el total de los clientes 100% (68). El 58.82% (40) manifestó que muchas veces el personal de atención muestra empatía al momento de recepción, el 14.71%



(10) manifestó que casi siempre el personal de atención muestra empatía al momento de recepción, el 14.71% (10) manifestó que a veces el personal de atención muestra empatía al momento de recepción, el 2.94 % (2) manifestó que pocas veces el personal de atención muestra empatía al momento de recepción, el 8.82% (6) manifestó que casi nunca el personal de atención muestra empatía al momento de recepción. Se corrobora con el autor (Leó, 2018) donde manifiesta que el personal de atención muestra empatía al momento de recepción.

**En el Tabla 10** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Atención al Cliente, el total de los clientes 100% (68). El 88.24% (60) manifestó que muchas veces el recepcionista utiliza un lenguaje claro, el 11.76% (8) manifestó que casi siempre el recepcionista utiliza un lenguaje claro. Se corrobora con el autor (Silva, 2017) donde manifiesta que el recepcionista utiliza un lenguaje claro.

**En el Tabla 11** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Atención al Cliente, el total de los clientes 100% (68). El 47.06% (32) manifestó que muchas veces el hospedaje cubre sus expectativas, el 11.76% (8) manifestó que casi siempre el hospedaje cubre sus expectativas, el 14.71% (10) manifestó que a veces el hospedaje cubre sus expectativas, el 14.71% (10) manifestó que a veces el hospedaje cubre sus expectativas, el 14.71% (10) manifestó que pocas veces el hospedaje cubre sus expectativas, el 11.76% (8) manifestó que casi nunca el hospedaje cubre sus expectativas. Se corrobora con el autor (Silva, 2017) donde manifiesta que el hospedaje mayormente cubre sus expectativas a los clientes.

**En el Tabla 12** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Tipos de Competitividad, el total de los clientes 100% (68). El 44.12% (30) manifestó que muchas veces los procesos para la solución de problemas son coordinados, el 17.65% (12) manifestó que casi siempre los procesos para la solución de problemas son coordinados, el 14.71% (10) manifestó que a veces los procesos para la solución de problemas son coordinados, el 11.76% (8) manifestó que pocas veces los procesos para la solución de problemas son coordinados, el 11.76% (8) manifestó que casi nunca los procesos para la solución de problemas son coordinados. Se corrobora con el autor (Namuche, 2018) donde manifiesta que los procesos para la solución de problemas son coordinados.

**En el Tabla 13** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Tipos de Competitividad, el total de los clientes 100% (68). El 35.29% (24) manifestó que muchas veces la empresa es flexible a los cambios, el 19.12% (13) manifestó que casi siempre la empresa es flexible a los cambios, el 16.18% (11) manifestó que a veces la empresa es flexible a los cambios, el 14.71% (10) manifestó que pocas veces la empresa es flexible a los cambios, el 14.71% (10) manifestó que casi nunca la empresa es flexible a los cambios. Se corrobora con el autor (Hidalgo, 2018) donde manifiesta que la empresa es flexible a los cambios.

**En el Tabla 14** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Tipos de Competitividad, el total de los clientes 100% (68). El 73.53% (50) manifestó que muchas veces la empresa utiliza recursos naturales apropiados, el 7.35% (5) manifestó que casi siempre la empresa utiliza recursos naturales apropiados, el 7.35% (5) manifestó que a veces la empresa utiliza recursos naturales

apropiados, el 5.88% (4) manifestó que pocas veces la empresa utiliza recursos naturales apropiados, el 5.88% (4) manifestó que casi nunca la empresa utiliza recursos naturales apropiados. Se corrobora con el autor (Avalo, 2018b) donde manifiesta que la empresa utiliza recursos naturales apropiados.

**En el Tabla 15** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Tipos de Competitividad, el total de los clientes 100% (68). El 88.24% (60) manifestó que muchas veces la empresa ha realizado progreso a nivel tecnológico, el 5.88% (4) manifestó que casi siempre la empresa ha realizado progreso a nivel tecnológico, el 5.88% (4) manifestó que a veces la empresa ha realizado progreso a nivel tecnológico. Se corrobora con el autor (Avalo, 2018b) donde manifiesta que la empresa ha realizado progreso a nivel tecnológico.

**En el Tabla 16** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Estrategias de Competitividad, el total de los clientes 100% (68). El 66.18% (45) manifestó que muchas veces el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado, el 5.88% (4) manifestó que casi siempre el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado, el 5.88% (4) manifestó que a veces el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado, el 11.76 (8) manifestó que pocas veces el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado, el 10.29% (7) manifestó que casi nunca el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado. Se corrobora con el autor (Hidalgo, 2018) donde manifiesta que el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado.

**En el Tabla 17** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Estrategias de Competitividad, el total de los clientes 100% (68). El 70.59% (48) manifestó

que muchas veces la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia, el 14.71% (10) manifestó que casi siempre la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia, el 11.76% (8) manifestó que a veces la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia, el 2.94% (2) manifestó que pocas veces la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia. Se corrobora con el autor con el autor (Avalo, 2018b) donde manifiesta que la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia.

**En el Tabla 18** luego de aplicar la encuesta a la dimensión Estrategias de Competitividad, el total de los clientes 100% (68). El 51.47% (35) manifestó que muchas veces la empresa presenta precios acordes a la competencia, el 13.24% (9) manifestó que casi siempre la empresa presenta precios acordes a la competencia, el 13.24% (9) manifestó que a veces la empresa presenta precios acordes a la competencia, el 13.24% (9) manifestó que pocas veces la empresa presenta precios acordes a la competencia, el 8.82% (6) manifestó que casi nunca la empresa presenta precios acordes a la competencia. Se corrobora con el autor (Avalo, 2018b) donde manifiesta que la empresa presenta precios acordes a la competencia.

## **VI. CONCLUSIONES**

- Respecto al Objetivo Específico 01: Los clientes manifestaron que los hospedajes brindan calidad de servicio siendo sus recepcionistas empáticos al momento de interactuar con los clientes y así poder cubrir sus expectativas.
- Respecto al Objetivo Específico 02: Los clientes manifestaron que el recepcionista de los hospedajes utiliza un lenguaje claro y preciso al brindarles atención ya que eso satisface al cliente y cómodo.
- Respecto al Objetivo Específico 03: Los clientes expresaron que los hospedajes tienen un progreso a nivel tecnológico, mostrando flexibilidad ante sus cambios para así mejorar su nivel ante la competencia.
- Respecto al Objetivo Específico 04: Los clientes expresaron que los hospedajes muestran un servicio diferenciado ante la competencia brindándoles un precio diferenciado y así distinguen su segmento en el mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Avalo, Y. (2018a). *Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio rubro Hospedajes en el Cercado de Tumbes*, 2018. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Avalo, Y. (2018b). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector servicio rubro hospedajes en el cercado de Tumbes*, 2018 [Universidad católica los ángeles de chimbote]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11811/COMPETITIVIDAD\\_MYPES\\_AVALO\\_REGALADO\\_YAJAIRA\\_YADIRA.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11811/COMPETITIVIDAD_MYPES_AVALO_REGALADO_YAJAIRA_YADIRA.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Bances, E. (2018). *Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las mypes de servicios, rubro hoteles de sechura(piura)*, 2018. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Calderón, M. (2015). *Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano* [Universidad nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/55447/1098663057.2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carro, J. C. R. (2008). La inteligencia empresarial y el sistema de gestión de calidad iso 9001:2000. *Ciencias de La Información*, 39(0864–4659), 31–44. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181418336003>
- Castellanos, O., Montoya, L., & Montoya, I. (2008). *De la noción de competitividad a las ventajas de la integración empresarial*. XVI(1), 59–70.
- Chota, R. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MyPes en el sector comercio rubro distribuidora de abarrotes en el distrito de Tumbes*, 2017. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Correa, F. (2018). *Caracterización de la capacitación y la competitividad en las mypes del rubro restaurantes de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

- Demuner, M., & Mercado, P. (2011). Estrategia competitiva y tecnología de la estructura productiva en pymes manufacturadas de autopartes del estado de Mexico. *Panorama Socioeconómico*, 29(0716–1921), 4–22. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39922246001>
- Editorial, V. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=M5yGtQ5m4yAC&oi=fnd&pg=PA48&dq=\(Gestion+de+calidad+\)+Y+\(Clientes+\)&ots=FkccqzjLRN&sig=sw-KU3POXoJWtwDsz\\_uMMIL71Hk#v=onepage&q=\(Gestion de calidad \) Y \(Clientes \)&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=M5yGtQ5m4yAC&oi=fnd&pg=PA48&dq=(Gestion+de+calidad+)+Y+(Clientes+)&ots=FkccqzjLRN&sig=sw-KU3POXoJWtwDsz_uMMIL71Hk#v=onepage&q=(Gestion de calidad ) Y (Clientes )&f=false)
- García, Esteban; Serrano, Coll; Blasco, B. (2005). *¿Competitividad e innovación en la micro y pequeña empresa?* 23(1133–3197), 559–581. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30123303>
- Gonzales, G. (2018). *Gestión de calidad en la capacitación, de las Mypes del sector servicio-rubro hospedajes en Tingo María, provincia de Leoncio Prado, año 2017*. Universidad católica los ángeles de chimbote.
- Hidalgo, K. (2018). *Gestión de calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedaje del distrito de Huarmey, año 2016*. Universidad católica los ángeles de Chimbote.
- Isidro, J. (2019). *Caracterización del marketing y la gestión de calidad de las mypes del sector servicios rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2019*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia Año*, 13(1315–8856), 158–184.
- Leó, C. (2018). *Caracterización del clima laboral y gestión de calidad de las mypes del sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018* [Uladech católica los ángeles de Chimbote]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6082/CLIMA\\_CALIDAD\\_LEON\\_SOTO\\_CESAR\\_ATILIO.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6082/CLIMA_CALIDAD_LEON_SOTO_CESAR_ATILIO.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- León, V. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial.

*Revista de Ciencias Sociales (RCS), XIX(1315–9518), 379–389.*

Lepeley, M. (2018). *Gestión y calidad en educación.*

Ley, 30056. (30056). *Ley Mype.* <https://es.slideshare.net/ErikaRoxy980/la-ley-mype-28015-30056-62678461>

Mancilla, M. (2018). *Influencia del entorno empresarial en la competitividad de las Mypes manufacturadas de prendas de vestir, ubicadas en el distrito de Tacna, periodo 2017.* Universidad Privada de Tacna.

Mauricio, P. R. G. M. N. (2009). *Análisis empírico de la aplicación del modelo de modernización de la gestión para organizaciones en PyMES Comlombianas.* 0120–8160, 77–105.

Namuche, K. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las mypes en el sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017* [Universidad católica los ángeles de Chimbote]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3940/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_DE\\_LAS\\_MYPES\\_NAMUCHE\\_ATOCHE\\_KEVIN\\_ALEXIS.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3940/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_MYPES_NAMUCHE_ATOCHE_KEVIN_ALEXIS.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Navarro, L., Vela, M., & García, M. (2000). El panorama actual de las pymes: ventajas y desventajas competitivas. *Esic Market*, 107, 161–178.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). *Bioética y Ética en la UNESCO.* UNESCO.

Pérez, G. (2014). *Lagestión de talento humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito San Francisco Ltda* [Universidad técnica de ambato]. [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7732/1/166\\_o.e..pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7732/1/166_o.e..pdf)

Perez, M. (2018). *Hospedajes.*

Rubi, Luis; Baz, V. (2015). *El poder de la competitividad.* <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2eAcDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Competitividad+&ots=D3zUJ4FcSy&sig=EIaa5WDOu6NwujWjyZH>



t511MlvQ#v=onepage&q=Competitividad&f=false

Silva, P. (2017). *Incidencia de la satisfacción laboral en la calidad del servicio de los restaurantes internos de la Universidad San Francisco de Quito* [Universidad San Francisco de Quito USFQ]. <http://192.188.53.14/bitstream/23000/6636/1/131069.pdf>

Código de Ética para la Investigación, Pub. L. No. Versión 002, 1 (2019).

Vladimir, M. (2005). *Gestión de calidad*.

Wikipedia. (2020). *Hospedaje*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Hospedaje\\_\(viaje\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Hospedaje_(viaje))

Zevallos, Y. (2016). *Gestión en la capacitación y la rentabilidad en las MyPes rubro hoteles en Tumbes, 2016*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

## ANEXOS

### Anexo 01: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

#### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado Sr(ra), me encuentro realizando un estudio de investigación para mi trabajo de Proyecto de investigación, titulado caracterización de gestión de calidad y competitividad de las MyPes. sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de tumbes, 2018, en el presente cuestionario deberán marcar con un aspa (X) en cada de las preguntas.

#### **VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD**

##### **Dimensión: Tipos de la gestión de calidad**

¿Considera que las habitaciones son adecuadas?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿Considera que la empresa brinda un servicio de calidad?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿Considera que el hospedaje cumple con las normas de gestión de calidad?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿Considera usted que la empresa aplica la administración de calidad total?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

**Dimensión: Atención al cliente**

¿El personal de atención orienta respecto a todos los servicios que brinda el hospedaje?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿El personal de atención muestra empatía al momento de la recepción?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿Cree usted que el recepcionista utiliza un lenguaje claro?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿El hospedaje cubre sus expectativas?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

**VARIABLE: COMPETITIVIDAD**

**Dimensión: Tipos de competitividad**

¿Considera que los procesos para la solución de problemas son coordinados?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿Considera usted que la empresa es flexible a los cambios?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿Usted ha percibido que la empresa utiliza recursos naturales apropiados?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿Considera que la empresa a realizado progreso a nivel tecnológico?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

**Dimensión: Estrategias de competitividad**

¿Considera usted que el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿Considera usted que la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

¿La empresa presenta precios acordes a la competencia?

Muchas veces ( ) Casi siempre ( ) A veces ( ) Pocas veces ( ) Casi nunca ( )

## Anexo 02: Validación de encuestas



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo... SOSA Orellana Cristhian.....

Identificado con DNI... 00373944..... Carnet de Colegio N°... 007335.....

Con el grado de: Magister en Finanzas.....

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 el estudiante **Lesly Elizabeth Cabrera Rosales**, 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 De Las Mypes. Sector Servicio, Rubro Hospedaje en el Distrito De Tumbes, 2018**; 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, Junio del 2019

  
Mgtr.Lic. Adm. CRISTHIAN SOSA ORELLANA  
NÚMERO DE COLEGIATURA 007335  
MAGISTER EN FINANZAS

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización De La Gestión De Calidad y Competitividad De Las Mypes. Sector Servicio, Rubro Hospedaje en el Distrito De Tumbes, 2018;									
AUTOR: Lesly Elizabeth Cabrera Rosales									
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>GESTION DE CALIDAD</b>									
1OE	<b>Describir las principales características de la gestión de calidad de las MYPES. Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</b>								
1	¿Cree usted que el hospedaje cumple con todos los requisitos de calidad?	✓		✓		✓		✓	
2	¿Cree usted que el hospedaje mejora su calidad de servicio continuamente?	✓		✓		✓		✓	
3	¿Considera que el hospedaje cumple con las normas de gestión de calidad?	✓		✓		✓		✓	
4	¿El hospedaje cubre sus expectativas?	✓		✓		✓		✓	
2OE	<b>Determinar los indicadores de gestión de calidad de las MYPES Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</b>								
5	¿El personal de atención orienta respecto a todos los servicios que brinda el hospedaje?	✓		✓		✓		✓	
6	¿Cree usted que el colaborador es amable al momento de brindar información respecto a las habitaciones?	✓		✓		✓		✓	
7	¿Cree usted que el recepcionista utiliza un lenguaje claro?	✓		✓		✓		✓	

  
 Mgtr. Lic. Adm. CRISTHIAN SOSA ORELLANA  
 NUMERO DE COLEGIATURA 007335  
 MAGISTER EN FINANZAS

8	¿Está satisfecho con el trato y la información otorgada al momento de realizar su reservación?	✓			✓		✓		✓
30E	<b>Conocer las características de competitividad de las MYPES Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</b>								
9	¿Cree usted que el hospedaje evoluciona relativamente con sus ingresos?	✓			✓		✓		✓
10	¿Cree usted que la empresa se acoplaría a la aparición de una nueva competencia?	✓			✓		✓		✓
11	¿Usted ha percibido que la empresa utiliza recursos naturales apropiados?	✓			✓		✓		✓
12	¿Considera que la empresa ha realizado progreso a nivel tecnológico?	✓			✓		✓		✓
40E	<b>Determinar las estrategias de competitividad de las MYPES. Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</b>								
13	¿Considera usted que el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado?	✓			✓		✓		✓
14	¿Considera usted que la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia?	✓			✓		✓		✓
15	¿La empresa presenta precios acordes a la competencia?	✓			✓		✓		✓

  
 Mgtr. Lic. Adm. CRISTHÁN SOSA ORELLANA  
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007335  
 MAGISTER EN FINANZAS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo *Edita Jerid Periche Castro*.....

Identificado con DNI... *41799958*..... Carnet de Colegio N°... *04038*.....

Con el grado de: *Maestría con mención en 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 el estudiante **Lesly Elizabeth Cabrera Rosales**, 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 De Las Mypes. Sector Servicio, Rubro Hospedaje en el Distrito De Tumbes, 2018**; 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, Junio del 2019

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

---

Sello y Firma.



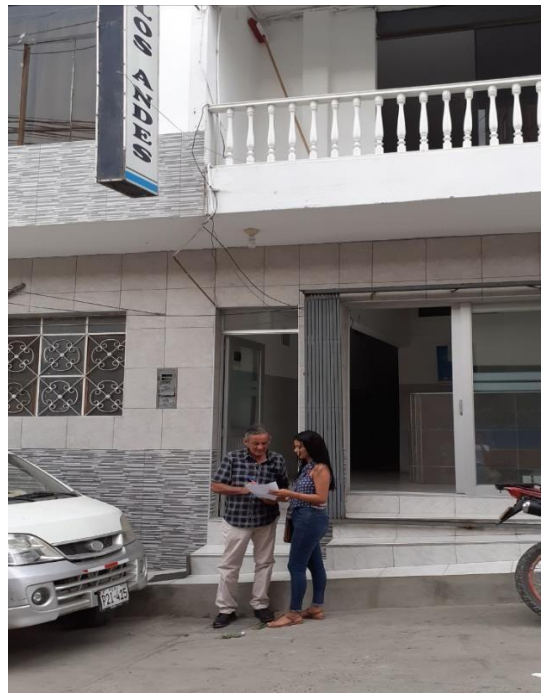
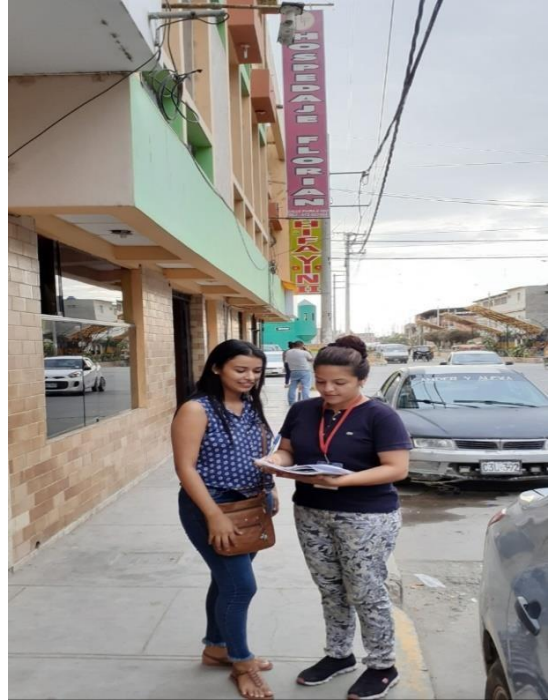
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización De La Gestión De Calidad y Competitividad De Las Mypes. Sector Servicio, Rubro Hospedaje en el Distrito De Tumbes, 2018;									
AUTOR: Lesly Elizabeth Cabrera Rosales									
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>GESTION DE CALIDAD</b>								
10E	<b>Describir las principales características de la gestión de calidad de las MYPES. Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</b>								
1	¿Cree usted que el hospedaje cumple con todos los requisitos de calidad?	✓		✓		✓		✓	
2	¿Cree usted que el hospedaje mejora su calidad de servicio continuamente?	✓		✓		✓		✓	
3	¿Considera que el hospedaje cumple con las normas de gestión de calidad?	✓		✓		✓		✓	
4	¿El hospedaje cubre sus expectativas?	✓		✓		✓		✓	
20E	<b>Determinar los indicadores de gestión de calidad de las MYPES Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</b>								
5	¿El personal de atención orienta respecto a todos los servicios que brinda el hospedaje?	✓		✓		✓		✓	
6	¿Cree usted que el colaborador es amable al momento de brindar información respecto a las habitaciones?	✓		✓		✓		✓	
7	¿Cree usted que el recepcionista utiliza un lenguaje claro?	✓		✓		✓		✓	

  
 Mg. Lic. Adm. Edith Jofre Pariche Castro  
 CLAD - 04038

8	¿Está satisfecho con el trato y la información otorgada al momento de realizar su reservación?	✓		✓	✓	✓
3OE	<b>Conocer las características de competitividad de las MYPES Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</b>					
9	¿Cree usted que el hospedaje evoluciona relativamente con sus ingresos?	✓		✓	✓	✓
10	¿Cree usted que la empresa se acoplaría a la aparición de una nueva competencia?	✓		✓	✓	✓
11	¿Usted ha percibido que la empresa utiliza recursos naturales apropiados?	✓		✓	✓	✓
12	¿Considera que la empresa ha realizado progreso a nivel tecnológico?	✓		✓	✓	✓
4OE	<b>Determinar las estrategias de competitividad de las MYPES. Sector servicio, rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2018.</b>					
13	¿Considera usted que el hospedaje tiene definido su segmento en el mercado?	✓		✓	✓	✓
14	¿Considera usted que la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto a la competencia?	✓		✓	✓	✓
15	¿La empresa presenta precios acordes a la competencia?	✓		✓	✓	✓

  
 Mg. Lic. Adm. Edita Jara Periche Castro  
 CLAD - 04038

Anexo 03: Álbum de fotografías



---

INFORME DE ORIGINALIDAD

---

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE  
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

FUENTE QUE CONTIENE COINCIDENCIAS

---

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

8%

---

8%

★ repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

Activar Windows