



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE
CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES,
SECTOR SERVICIOS, RUBRO HOSPEDAJE EN EL
DISTRITO DE AGUAS VERDES 2018”**

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

AUTOR

LIZANO GUERRERO, ROSA YANELA

ORCID: 0000-0001-8106-7837

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Lizano Guerrero, Rosa Yanela

ORCID: 0000-0001-8106-7837

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

MGTR. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MGTR. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO

MGTR. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios, por estar conmigo en cada momento ayudándome a fortalecer mis conocimientos, brindándome bendiciones para lograr alcanzar mis objetivos, a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, que brinda las facilidades para estudiar en sus diferentes modalidades, a los docentes que con su dedicación en brindar la ayuda correspondiente en sus conocimientos que aportan para poder cumplir con mis estudios, en especial al Asesor. José Fernando Escobedo Gálvez, por su apoyo constante en sus asesoramientos para poder cumplir con la elaboración de este trabajo.

A mi familia que me motiva a seguir adelante y son parte de mis propósitos a mejora.

DEDICATORIA

El presente trabajo dedicado principalmente a Dios, por ser quien día a día me brinda vida y salud, y la fortaleza para seguir adelante, asimismo al docente tutor por su ayuda como guía para la elaboración de este trabajo, y a mi familia que son mi principal motivación para lograr mis objetivos.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes, sector servicios, rubro Hospedajes, en el distrito de Aguas Verdes, 2018, se formuló la interrogante de investigación ¿Cuál es la caracterización de gestión de calidad y competitividad de las MYPES, sector servicios, rubro Hospedajes, en el distrito de Aguas Verdes, 2018?, utilizando una metodología de tipo descriptivo, nivel cualitativo y diseño no experimental; para una población 68 clientes; aplicando una encuesta como instrumento de recolección de datos; se concluyó respecto a la variable gestión de calidad, los clientes en su mayoría se sienten satisfechos por los servicios que les brindan en los hospedajes, pero la empresa no se cumple completamente con la buena gestión de calidad ya que el personal no brinda la atención debida; en la variable competitividad, las empresas demuestran ser competitivas, pero no aun 100%, ya que mantienen un nivel intermedio en la aplicación de las características de la competitividad en ser eficientes, innovadores y existe falta de aplicación de nuevas estrategias competitivas.

Palabra clave: Gestión de calidad, competitividad.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the characterization of the quality management and competitiveness of the MyPes, services sector, Lodging category, in the Aguas Verdes district, 2018, the research question was asked What is the quality management characterization and competitiveness of the MYPES, services sector, Lodging category, in the Aguas Verdes district, 2018 ?, using a methodology of descriptive type, quantitative level and non-experimental design; for a population 68 clients; applying a survey as a data collection instrument; It was concluded with respect to the variable quality management, the clients mostly feel satisfied by the services they provide in the lodgings, but the company does not fully comply with the good quality management since the staff does not provide due attention ; In the competitiveness variable, companies prove to be competitive, but not even 100%, since they maintain an intermediate level in the application of the characteristics of competitiveness in being efficient, innovative and there is a lack of application of new competitive strategies.

Keyword: Quality management, competitiveness.

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.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.1.1. Antecedentes Internacionales	6
2.1.2. Antecedentes Nacionales	8
2.1.3. Antecedentes Locales	10
2.2.1. Gestión de Calidad	12
2.2.2. Competitividad	15
2.2.3. MyPes	16
2.2.4. HOSPEDAJE.....	17
III. HIPÓTESIS	19
IV. METODOLOGÍA.....	20
4.1. Diseño de investigación	20
4.2. Población y muestra.....	20
4.3. Definición y operacionalización de variables	21
Fuente: Elaboración propia.....	21
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
4.5. Plan de análisis.....	22
4.6. Matriz de consistencia	23
4.7. Principios éticos	24
V. RESULTADOS	25
5.1. Resultados	25
5.2. Análisis de resultados	28
5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los clientes:.....	28

5.2.2. Respecto a las características las MyPes:	28
5.2.3. Respecto a las características de la gestión de calidad:	28
5.2.4. Respecto a las características de competitividad:	29
VI. CONCLUSIONES	30
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
ANEXOS	35
Anexo 01: Encuesta	35
Anexo 02: Turnitin	39
Anexo 03: Álbum de Fotografías	40

I. INTRODUCCIÓN

En Bolivia se considera que el sector hotelero es un dispositivo importante para la incrementación del desarrollo económico, por lo tanto, el gobierno boliviano desde el año 2009 se han enfocado en la planificación de perímetros turísticos y nuevas estrategias para mejorar el impulso de los atractivos turísticos de su país para el mundo, fortaleciendo de esa manera a las industrias hoteleras. (Orlandini, 2019)

Estudios realizados en las empresas hoteleras de la ciudad de Cancún y la Rivera - México, acerca de la calidad de servicio interno en el sector hotelero, se encontró que se consigna una significativa inversión al fortalecimiento en sus servicios al cliente, pero no toman en cuenta de igual forma al servicio de los trabajadores, ya que muchas veces los empleados no se sienten conformes del servicio de otros empleados y de la organización dentro del mismo, del cual se ve reflejado hacia el cliente externo, implicando la competitividad del negocio, productividad y la rentabilidad. (Larios & González, 2017)

En Colombia el gobierno de este país derogo la Ley 590, modificada por la Ley 905, con el fin de promover el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana, por el cual se enfoca en el turismo de negocio ya que es unos de los más relevantes para su desarrollo económico, para ello su meta es que las PyMes hoteleras sean más competitivas, mejorando la calidad del servicio al cliente para mantenerse en el mercado y para lograrlo se enfocan principalmente en el recurso humano. (Steffanell, Arteta, & Noda, 2017)

En Venezuela, para el desarrollo económico basado en el turismo se implementó la “Ley de Zona Libre”, para la inversión turística, siendo su objetivo principal constituir un régimen específico territorial de carácter fiscal para

fomenta la prestación de servicios en la actividad comercial y turística ligada al turismo, beneficiándose principalmente servicios hoteleros, ya que consideran que para el desarrollo de un país en esta era global se deben implementar estrategias de mejora continua, dentro de las estrategias se debe considerar principalmente las políticas macroeconómicas consignadas a oprimir la flaqueza económica y proveer la inversión productiva, también dentro de las estrategias esta las encaminadas a desarrollar la competitividad sistémica, un potente reconocimiento de las preferencias de la agenda ambiental, considerar las políticas sociales activas, principalmente de educación, protección social y empleo.(Narvaez, Fernandez, & Henriquez, 2013)

En el Perú, para finales del año 2016, el Ministerio de Comercios Exterior establecieron criterios nuevos para el Plan Nacional de Calidad Turística, para la renovación del Sistema de Aplicación de Buenas Practicas, dirigida a los establecimientos de restaurantes, hospedajes y agencias de viaje. Que para los hospedajes es de ayuda en estandarización y calidad de sus servicios, ya que en la actualidad contamos con cliente más exigentes. La calidad de servicio en los hospedajes es la que marca las ventajas competitivas, considerando que la competencia sigue aumentando en los establecimientos, por lo que se requiere aplicar la capacitación tanto para el gerente como personal de atención de los hospedajes. (Lavado, 2019)

Nuestro país se encuentra ubicado en un segundo lugar de destino turístico sudamericano de acuerdo al índice de competitividad turística del foro económico mundial, por la buena capacidad hotelera. Debido a que nuestro país en un buen destino turístico por la excelencia, por lo que se ha logrado la incrementación del sector hotelero, fijándose como reto mejorar la calidad, competitividad y

eficiencia en la cadena de valor, considerando la tecnología para la mejora continua. (El comercio, 2018)

A través de un estudio longitudinal realizado a las empresas peruanas con el fin de obtener una visión sobre la calidad que se implementan en cada una de ellas, del cual en los años 2006 y 2011 se obtuvo una muestra de las empresas peruanas donde se comparan nueve factores de éxito de calidad con el objetivo de implantar la evolución de la eficacia de la gestión de la calidad dentro de las empresas peruanas. En nuestro país no se han realizado investigaciones que ayuden a determinar efectivamente la evolución positiva de la gestión de calidad, siendo importante obtener esta información. (Benzaquen, 2013)

Para contribuir en la ejecución correcta de un sistema de gestión de la calidad a través de las Normas ISO 9000, la ISO elaboró el documento ISO/TC 176/SC 2 N 544R "ISO 9000 Introduction and Support Package: Guidance on the Process Approach to quality management systems", que para nuestro país, el Comité Técnico de Normalización de Gestión y Aseguramiento de la Calidad, se presentaron diversos documentos de esta norma, siendo uno de ellos la Guía Peruana GP 015 documento para la introducción y soporte de la serie de normas ISO 9000.

Las disposiciones presentadas sobre el enfoque basado en procesos para los sistemas de gestión de la calidad, fueron revisados y la Comisión de Reglamentos Técnicos y Comerciales - CRT (INDECOPI), lo aprobó sometiénndose a discusión pública, y no obteniendo observación alguna, fue oficializada en el 2002. (García, Quispe, & Ráez, 2003)

En el cercado de Tumbes, se está tomando importancia a las necesidades del cliente, al enfocarse en los principios de la gestión de calidad y criterios

competitividad, llegando a la satisfacción del cliente, y se considera que las MyPes del rubro hospedaje si cumplen con las normas que se le establecen. (Avalo, 2018)

En Tumbes, se considera que existe competitividad en el sector hotelero, hay empresas hoteleras que operan sin contar con un buen plan para que dichas empresas se ejecuten con éxito, los empresarios no hacen un buen uso del avance de la tecnología, para llegar a sus clientes y viceversa, por lo que estas empresas necesitan mejorar el plan de actividades de la empresa así como actualizarse de acuerdo al avance de la tecnología, para que la empresa mantenga una buena gestión de calidad y sea competitiva. (Ramos & Romero, 2016)

En Zarumilla, en servicios de hospedaje necesitan enfocarse para mejorar los estándares de gestión medioambiental, es importante mantener buenas prácticas en el ahorro de agua y energía en dichos establecimientos, ya que cumplen con un porcentaje significativo al brindar servicios de calidad y productos de calidad. (Dioses, 2015)

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante ¿Cuál es la caracterización de gestión de calidad y competitividad de las MyPes, sector Servicios, rubro hospedajes, en el Distrito de Aguas Verdes, 2018? Por lo tanto, se elaboró los objetivos de investigación: Objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2018; y objetivos específicos: Determinar la caracterización de la gestión de calidad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2018; y Determinar la caracterización de la competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2018.

El presente estudio se justifica por conocer la satisfacción del cliente y lograr determinar las mejoras que deben realizar las empresas, y así llegar al cliente satisfaciendo sus expectativas con el producto adquirido. Teórico; práctico; metodológico; profesional.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(Tene, 2018) estudio sobre las estrategias empresariales para mejorar la competitividad, determinar la situación actual del Hotel mediante un análisis FODA, evaluar las estrategias empresariales y diseñar la propuesta de investigación, dando soluciones de mejoras al problema planteado. Se determinó que el principal problema es el mercado, que hoy en día es muy competitivo. En el estado de arte se investigó temas en base a las dos variables de estudio. La metodología aplicada fue exploratoria donde se pudo dar una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad la cual se realizó en la investigación explorar y reconocer. Descriptiva donde conociendo la situación actual del hotel, con la aplicación de este método se propuso proponer una estrategia empresarial para que pueda ser competitiva. Correlacional donde determina si dos variables están correlacionadas o no, en cuanto a la investigación las dos variables están correlacionadas ya que la implementación de estrategias empresariales ayudara a mejorar la competitividad del Hotel Márquez de Río. El Inductivo se analizó, cuyos resultados son tomados para extraer conclusiones de carácter general, a partir de la observación sistemática y la aplicación de encuestas. Las Técnicas fueron la entrevista y la encuesta mediante un cuestionario que se realizó a 183 personas aplicando una fórmula para extraer la muestra. Se propuso el modelo downsizing con la utilización de un marco sistemático de trabajo y una metodología adecuada, dirigido hacia los procesos y hacia una verificación de los objetivos de la empresa, se pudo mantener y mejorar

el desempeño durante y después del downsizing, además de la determinación de los puestos y tareas a eliminar, fusionar o redefinir.

(Ronald, Burgos, García, & Rincón, 2016) estudiaron la adopción del mercado interno, propicia ventajas competitivas, sostenibles para la empresa y servicios de calidad a sus clientes. Por ello, el objetivo del presente artículo fue analizar el mercadeo interno como factor clave para la optimización de la calidad de servicio ofrecida por la Banca Universal en Maracaibo-Venezuela. El estudio está soportado en un paradigma cuantitativo, desde un enfoque positivista; de tipo descriptivo, desarrollado bajo un diseño no experimental de campo, transversal. La población está constituida por los cinco principales bancos a nivel nacional. Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia, teniendo como fuentes un total de 140 individuos. La información se recopiló a través de dos cuestionarios estructurados, uno para la variable mercadeo interno conformado por 46 ítems, otro para la variable calidad de servicio constituido por 18 ítems. Ambos instrumentos estuvieron formalizados y estandarizados, obteniendo una confiabilidad de $r=0,94$ y 0.89 respectivamente. Los resultados detectaron deficiencias en las necesidades del personal; irregularidades en la comunicación entre gerentes y supervisores con el personal operativo, fallas en los aspectos motivacionales y en la formación del trabajador, generando descontento, tanto en los clientes internos como externos. Concluyendo que deben generarse relaciones de confianza entre el personal, brindar participación a los trabajadores en la toma de decisiones, potencializando las acciones de mercadeo interno en las instituciones bancarias, lo que se traduce en la optimización del servicio a sus usuarios.

(Zambrano, 2015) estudio sobre el Diseño de un Plan para mejorar la calidad de los servicios en los establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, el objetivo consistió en analizar la calidad brindada a los usuarios que pernotan en estos establecimientos con el fin de poder identificar las falencias existentes y aspectos de mejora a través de la aplicación de un modelo de gestión en la que se analizan los elementos tangibles e intangibles que inciden en su satisfacción, así como la medición de los mismos para el correspondiente diagnóstico. De igual forma se recopiló información por medio de encuestas, lo que permitió conocer la situación actual de los hoteles de segunda categoría y proponer un plan de mejoras con miras a la excelencia.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

(Nizama, 2018) estudio el análisis de la calidad del servicio en Hotel León de Oro Suites & Inn. Teniendo las dimensiones de confiabilidad, empatía y diligencia. Se usó como instrumento útil al cuestionario que asemeja al modelo de SERVQUAL en la medición de calidad del servicio en cualquier rubro; a través de la brecha entre las expectativas y percepciones de los huéspedes. La presente tesis es mixta, de diseño no experimental, de tipo descriptivo – correlacional, en la cual se ha analizado la variable calidad del servicio. La investigación concluye con que Hotel León de Oro Suites & Inn tiene un óptimo nivel de calidad del servicio, sin embargo, existen ciertos puntos por mejorar, tal como la mejora en la infraestructura y mantenimiento de las instalaciones; siempre tomando en cuenta las expectativas de los huéspedes; obtenidas del análisis de los resultados.

(Funegra, 2018) Estudio la calidad de servicio con relación a la satisfacción de huéspedes. el instrumento de investigación utilizado fue SERVQUAL con escala Hotelqual que utiliza tres dimensiones para explicar la calidad de servicio. Se presentan antecedentes relevantes sobre calidad de servicio como instrumento

para generar valor en el sector estudiado. Como parte de la investigación se realizó una encuesta a huéspedes de hotel con la finalidad de explicar la relación entre calidad de servicio y satisfacción con tres variables dependientes asociadas a satisfacción. En el estudio al momento de evaluar el instrumento y los resultados se pudo determinar que una de las dimensiones dependientes, calidad percibida, es la que explica de mejor forma la investigación y que además por intermedio de análisis de correlación determinar que dimensiones independientes tienen una mejor relación con la misma. Esta investigación permite concluir para el hotel en estudio que las dimensiones con mayor relación y/o asociación a calidad de percibida son organización en el servicio y evaluación del personal, dos dimensiones directamente vinculadas al personal que trabaja en el hotel.

(Guanilo, 2015) estudio la características de la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014. La investigación fue no experimental – transversal – descriptiva, para la obtención de la información se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas, quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: se observa que el 50% de las personas encuestadas del sector servicio-rubro hotelería oscila entre las edades de 45 a 65 años. Se demostró que el 80% de los encuestados la mayoría son del sexo masculino. El 40% de las personas encuestadas tienen estudio secundario y el 10% tienen estudio superior universitario. Se muestra que el 100% de las micro y pequeñas empresas son formales. El 40 % de las micro y pequeñas empresas permanecen en el mercado de 0 a 6 años. Se determinó que el 80% de las MyPes cuentan con 1 a 5 trabajadores. Se muestra que el 100% de las empresas fueron creadas para generar

ganancias. EL 100% de las MyPes expresan que son competitivas, el 100% de los trabajadores de las MyPes son competitivos. Se muestra que el 100% de los empleados son motivados por los dueños de la MyPes. Se muestra que el 50% de las MyPes desarrollan nuevos servicios para ser competitivos, el 80% expresan que conocen a sus competidores.

2.1.3. Antecedentes Locales

(Lazo, 2018) estudio sobre la calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero de la región de Puerto Pizarro, en el Departamento de Tumbes para su desarrollo turístico. Respecto a las malas prácticas del servicio; tomando como base la calidad de los servicios al huésped en la región de Puerto Pizarro, cada empresa hotelera debe contar con colaboradores capacitados para su eficiencia hacia una labor extraordinaria. El presente informe es de tipo deductivo básico lo cual pertenece a un tipo de nivel descriptivo simple por lo que posee una sola variable que es calidad de servicio, así también tiene un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), es de tipo observacional, con un nivel descriptivo. El objetivo de la presente tesis es la de demostrar la falta de calidad de servicio al huésped en ámbito hotelero en la zona de Puerto Pizarro en Tumbes. Finalmente se propone la creación de un plan de mejora que surge a raíz de los resultados de esta presente investigación, como aporte a una empresa peruana emprendedora en el rubro hotelero; con la intención de lograr el mejoramiento de la calidad de servicio al huésped en el ámbito hotelero, deberá ir reduciendo los errores innecesarios y mejorando así la productividad de los colaboradores teniendo como resultado un servicio deseado hacia el huésped, llevándose estas experiencias significativas.

(Namuche, 2018) estudio la 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. (Nima, 2015) estudio la calidad del servicio del “Gran Hotel Nacional” de la ciudad de Aguas Verdes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas. La investigación fue de tipo cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al “El Gran Hotel Nacional” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista y la aplicación de cuestionarios. La recolección de datos se dio en tres etapas: La primera consistió en la entrevista a la gerente general de la empresa, quien proporcionó datos respecto a la historia, organización, oferta y demanda de la empresa; en la segunda etapa, se aplicaron

los cuestionarios a todo el personal de la empresa con el fin de obtener un perfil del personal; y en la tercera etapa, se aplicaron cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. El “Gran Hotel Nacional” es una empresa sólida con 10 años en el mercado, orientado al alojamiento de turistas tanto nacionales como extranjeros; con relación al perfil del personal se ha determinado que éste no cuenta con una preparación formal, pero la empresa lleva a cabo estrategias como capacitaciones para garantizar un buen servicio. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que, en términos generales, el “Gran Hotel Nacional” cumple con el 95,83 % de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena, sin embargo, existen muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Gestión de Calidad

2.2.1.1. Definición:

Cuando nos referimos a CALIDAD, podemos encontrar varios aspectos de actividades de una empresa: producto o servicio, proceso, producción o sistema de presentación de servicio o bien. El cliente en la actualidad, se enfoca en la calidad, y la organización tiene que cumplir con las expectativas del cliente. Al pasar el tiempo el concepto de calidad ha venido evolucionado, para lograr renovar el producto o servicio y así mantener un ámbito y objeto de control para la mejor penetración y

aceptación en el mercado.

Según, Feigenbaum (1986) la define como el resultante total de las características del producto y del servicio de mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento a través de los cuales el producto o servicio en uso satisfará las esperanzas del cliente. (Cubillos & Rozo, 2009)

La calidad, es una estrategia empleada en las empresas a largo plazo, regida a suministrar bienes y servicios para satisfacer completamente tanto a clientes internos como externos para adecuarse a sus perspectivas evidentes e implícitas, utilizando el conocimiento y destrezas de todos los trabajadores de la organización, con el fin de obtener de una sociedad particular, los ingresos financieros positivos para la empresa. (Hurtado, Rodriguez, Fuentes, & Galleguillos, 2009)

La Gestión de Calidad, se define como como un conjunto de técnicas ventajosas de forma aleatoria, exacta y oportuna para diferentes aspectos del proceso administrativo. Asimismo, también se define como un área de especialización directiva y técnica, que ha dado lugar a la contratación creciente en las organizaciones de profesionales de la calidad. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

Normas ISO 9001: es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad

(SGC). Esta acreditación demuestra que la organización está reconocida por más de 640.000 empresas en todo el mundo. (Carlo & Yáñez, n.d.)

2.2.1.2. Características del sistema de Gestión de Calidad:

- El sistema de Gestión de Calidad se caracteriza por los diferentes aspectos que detallan su ejecución a paso a paso. Durante la ejecución de las actividades que realizan las empresas en el suministro de producto o servicio, el sistema de calidad ayuda a evadir los problemas que se presenten en el proceso, ya que la destilación de errores a través de las actividades de la empresa puede producir pérdidas numerosas. Este sistema también se caracteriza por tener un enfoque al cliente y que el modelo es basado en procesos para la gestión de la calidad. Según (Carro & Carro, 2008)
- De acuerdo a las Normas ISO, el Sistema de Calidad se caracteriza por sostener 7 principios de gestión de calidad, los cuales pueden ser manejados por la alta dirección para lograr una mejora continua en la organización. Estos principios son: Enfoque al cliente, Liderazgo, compromiso con las personas, enfoque en procesos, la mejora, la toma de decisiones basadas en la evidencia y gestión de las relaciones. (Cruz, Lopez, & Consuelo, 2017)

2.2.1.3. Tipos

En los tipos de gestión de calidad tenemos: (Contenst, n.d.)

- Calidad interna: se aplica dentro de la empresa involucrando al personal que opera dentro de ella y la parte administrativa, con el propósito de mejorar e implementar los medios que permitan limitar, detectar los incorrectos funcionamientos de la empresa, enfocándose siempre en el cliente, lo lograr ser mejor que la competencia.

- **Calidad Externa:** en este tipo de calidad se considera la satisfacción del cliente conociendo sus necesidades, escuchándolo y así poder obtener su fidelidad con el servicio o producto que ofrezca la empresa, para poder lograr mantenerse en el mercado.

2.2.2. Competitividad

2.2.2.1. Conceptos:

En la actualidad existe un mercado muy competitivo debido a la globalización, donde los integrantes de una organización se esmeran por permanecer en el ámbito del mercado compitiendo con las organizaciones similares a ellas. Se define como un ligado de instituciones, políticas y elementos que establezcan el nivel productivo de un país. El aumento de la productividad permitirá que el nivel de ingresos de un país acreciente; logrando bienestar para los ciudadanos mediante un aumento en los niveles de calidad de vida. (Ibarra, González, & Demuner, 2017)

Competitividad se puede determinar como la colocación de una empresa en relación a las otras, asociándose a la estabilidad en el mercado y a la generación del valor para el consumidor, por el cual busca el éxito a empleando estrategias de mejora para la empresa. (Monterroso, 2016)

A través de la competitividad se puede indicar la capacidad que tiene una empresa de producir determinados servicios o bienes para introducción al mercado, logrando el aumento de ingresos, generando aumento de empleo y economía., en este evento todos los miembros de la empresa tienen que estar identificados por el objetivo principal de llegar al cliente. (Vives, n.d.)

2.2.2.2. Características: (Mizrahi, 2018)

La competitividad se caracteriza por su:

- Eficiencia: por su productividad y el control de costos
- Calidad: por la seguridad, constancia y un producto atractivo.
- Innovación: agilidad, diferenciación y flexibilidad
- Sustentabilidad: una limpia producción

Se caracteriza por optimizar la capacidad de innovación de empresas, asimismo estimular el acrecentamiento de la productividad de las empresas y de las industrias que por ende originan la competencia. (Suñol, 2006)

2.2.2.3. Tipos: (Perea, 2011)

Existe diferentes tipos de competitividad:

- Competitividad nacional: aquí se ve involucrados cuatro elementos: El uso y la dotación de factores; la competencia y rivalidad entre las empresas; la formación de la demanda interna, y los sectores de apoyo y conexos.
- Competitividad Sistemática: esta competencia se trata sobre el desarrollo industrial de mucho éxito que se estipula por el lanzamiento de factores a nivel micro y macroeconómico.
- Competitividad estructural: se origina como un resultado de las ventajas competitivas nacionales. Se especifica en especializar la innovación tecnológica, la economía, los factores de localización y la calidad de las redes de distribución, todo esto forma parte del estado de suministro de servicios y bienes.

2.2.3. MyPes

El estado peruano emite esta norma con la finalidad de promover la competitividad y promocionar el desarrollo de las MyPes, logrando así su formalización y contribución en el desarrollo en nuevas fuentes de trabajo, por lo tanto de acuerdo a la Ley N° 28015, la Micro y Pequeña Empresa - MyPes, en el artículo 2°, la define como unidad económica formada por una persona natural o

jurídica, bajo cualquier gestión empresarial basado en la legislación vigente, “teniendo como objeto el desarrollo de actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicios. En el mismo artículo se muestra los niveles de ventas anuales: la micro empresa un máximo de 150 UIT, y las pequeñas empresas desde el monto indicado en la microempresa hasta 850 UIT. (Congreso de la Republica del Perú, 2013)

2.2.3.1. Características

La MyPe, se caracteriza de la siguiente manera:

- El número de trabajadores
- Niveles de ventas

2.2.4. HOSPEDAJE

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, aprobó un reglamento relacionado al establecimiento de hospedajes, donde indican las categorías, clases, operación y supervisión de dichos establecimientos, así mismo las obligaciones del propietario para ofrecer estos servicios. Reglamento aprobado mediante el Decreto Supremo N°001-2015-MINCETUR, en el Artículo 3, a los hospedajes los clasifica de la siguiente manera: (Congreso de la Republica del Perú, 2015)

Clases	Categoría
Hotel	1 a 5 estrella
Apart Hotel	3 a 5 estrellas
Hostal	1 a 3 estrellas
Albergue	

En el Artículo 4° del Reglamento antes mencionado, define al Establecimiento hospedaje como un lugar donde podemos alojarnos temporalmente, siendo un

servicio que se brinda a diario, con diferentes tarifas dependiendo su categoría y sus servicios adicionales. Dentro del establecimiento de hospedaje tenemos: El Hotel es un lugar independizado que ocupa un edificio en su totalidad, siendo sus dependencias una estructura homogénea, categorizado en 1 a 5 estrellas; Apart Hotel este se compone por departamentos que forman una unidad de aprovechamiento y administración, categorizado de 3 a 5 estrellas; Hostal, tiene los mismos aspectos que un hotel con la diferencia que se categoriza de 1 a 3 estrellas; Albergue, es un establecimiento con habitaciones comunes con un determinado grupo de huéspedes; todos estos establecimientos deben cumplir con los requisitos de dicta el reglamento de MINCETUR.

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El tipo de diseño para este estudio cualitativo de acuerdo a las características de las variables competitividad y gestión de calidad.

4.2. Población y muestra

La población de estuvo conformada por 12 empresas del distrito de Aguas Verdes. La muestra es de tipo no probabilístico, ya que se encuestaron a 68 clientes.

Cuadro 1. Población

Detalle	Régimen	# Propietarios	# Trabajadores
Camber Inn	MYPE	1	3
Hospedaje Imperial	MYPE	1	2
Internacional Francis	MYPE	1	2
Internacional Francis II	MYPE	1	2
Judea	MYPE	1	2
Gran Hotel Bonanza	MYPE	1	2
Hospedaje Lima	MYPE	1	2
Hospedaje Jassjol	MYPE	1	2
Hospedaje el conductor silencioso	MYPE	1	2
Hostal Nort	MYPE	1	3
Lotte Suites	MYPE	1	2
Hospedaje secreto	MYPE	1	2

Fuente: Elaboración propia

4.3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 2. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de Calidad	conjunto de técnicas ventajosas de forma aleatoria, exacta y oportuna para diferentes aspectos del proceso administrativo. (Camisón et al., 2006)	Se describirá la variable gestión de calidad de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Características de Gestión de Calidad	Instalaciones y Maquinarias	Nominal
				Personal	
Competitividad	Es la colocación de una empresa en relación a las otras, asociándose a la estabilidad en el mercado y a la generación del valor para el consumidor, por el cual busca el éxito a empleando estrategias de mejora para la empresa. (Monterroso, 2016)	Se describirá la variable competitividad de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Características de competitividad	Satisfacción	Nominal
				Servicio y actividades	
				Imagen	
				Calidad de servicio	
				Innovación	
				Eficiencia	
				Seguridad	
				Tecnología	
				Proceso	
				Dinámica	
				Información	

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron datos durante el año 2018. Por el cual se procedió a solicitar permiso a los propietarios para de las MyPes en Aguas Verdes, para aplicar las encuestas a los clientes de dichos establecimientos, al recibir la autorización, se presentó el estudio y los objetivos, donde el investigador procedió a la recolección de datos mediante la entrevista personal de cada uno de usuarios que utilizan los servicios que prestan estas empresas, se realizó preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el usuario manifestó.

4.5. Plan de análisis

Se recolectaron las siguientes covariables de *características de los clientes* como edad, sexo (femenino/masculino), grado de instrucción (Educación inicial/secundaria/técnico/universitaria); además las *características de las MyPes*, los regímenes tributarios (Nuevo Régimen Único Simplificado/Régimen MyPe/Régimen Especial/Régimen General).

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 3: Matriz de consistencia

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Escala de medición
¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2018?	Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente e formula hipótesis. (Hernández et al., 2017)	<p>Objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2018.</p> <hr/> <p>Objetivos específicos: Determinar la caracterización de la gestión de calidad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2018. Determinar la caracterización de la competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2018.</p>	<p>V1: Gestión de calidad. V2: Competitividad.</p>	<p>Tipo: Descriptivo. Nivel: Cualitativo. Diseño: No Experimental.</p>	Nominal

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 el artículo científico; 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 (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Características de los clientes de las MyPes de hospedajes en Aguas Verdes, 2018.

Características	n (%)
Edad	30.23 ± 9.23
Sexo	
Femenino	30 (44.1)
Masculino	38 (55.9)
Estado civil	
Soltero	30 (44.1)
Casado	12 (17.6)
Viudo	6 (8.8)
Divorciado	20 (29.4)
Grado de instrucción	
Educación básica	15 (22.1)
Técnico	25 (36.8)
Superior	15 (22.1)
Posgrado	13 (19.1)

* Media ± desviación estándar

Tabla 2. Características de los hospedajes en Aguas Verdes, 2018.

Características	n (%)
Régimen	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen MyPe	12 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
Años constituido	10.16 ± 3.46
Modalidad	
Hotel	0 (0.0)
Apart Hotel	0 (0.0)
Hostal	4 (33.3)
Albergue	8 (66.7)

* Media ± desviación estándar

Tabla 3. Características de la gestión de calidad de los hospedajes en Aguas Verdes, 2018.

Gestión de Calidad	n (%)
Instalaciones	
Si	60 (88.2)
No	8 (11.8)
Materiales	
Si	61 (89.7)
No	7 (10.3)
Comportamiento del personal	
Si	33 (48.5)
No	35 (51.5)
Conocimiento	
Si	68 (100.0)
No	0 (0.0)
Atención individualizada	
Si	68 (100.0)
No	0 (0.0)
Horarios convenientes	
Si	68 (100.0)
No	0 (0.0)
Intereses del cliente	
Si	32 (47.1)
No	36 (52.9)
Necesidad del cliente	
Si	31 (45.1)
No	37 (54.4)

* Media \pm desviación estándar

Tabla 4. Características de competitividad de los hospedajes en Aguas Verdes, 2018

Competitividad	n (%)
Calidad de servicio/atención al cliente	
Si	60 (88.2.0)
No	8 (11.8)
Se diferencia por ser innovadora	
Si	49 (72.1)
No	19 (27.9)
Desempeño eficiente	
Si	60 (88.2)
No	8 (11.2)
Indicación de seguridad	
Si	64 (94.1)
No	4 (5.9)
Sistema de control	
Si	65 (95.6)
No	3 (4.4)
Sistema de organización	
Si	66 (97.1)
No	2 (2.9)
Información	
Si	68 (100)
No	0 (0.0)
Mejora de Servicios	
Si	59 (86.8)
No	9 (13.2)

* Media \pm desviación estándar

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los clientes:

Se aplicó interrogantes relacionadas a la investigación sociodemográficas en donde se mostró que la edad promedio de los clientes fluctúa entre 30 años de edad; de sexo masculino, en su mayoría solteros con un 44.1% y grado de instrucción superior técnica.

5.2.2. Respecto a las características las MyPes:

Se identificó que las empresas que ofrecen servicios de hospedajes están inscritas bajo el régimen Mype, con un tiempo de constituido promedio de 10 años, y en su mayoría con razón social del 66.7% Albergues.

5.2.3. Respecto a las características de la gestión de calidad:

Realizado el recojo de datos los clientes manifestaron en un 88.2% que las instalaciones físicas visibles son atractivas, el 89.7% los elementos materias si son visualmente atractivos, el 51.6% el personal no le inspira confianza, al 100% el personal si tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas, el 100% la empresa si brinda una atención individualizada, el 100% consideran que los horarios de trabajo si son convenientes para todos sus clientes, un 52.9% el personal de la empresa no se preocupa por los mejores intereses del cliente, el 54.4% la empresa no comprende las necesidades específicas de sus clientes. Corroborado por (Funegra, 2018), quien concluyo que para una mejor gestión de calidad se tienen que enfocar directamente al personal de la empresa para una mejora continua.

5.2.4. Respecto a las características de competitividad:

En esta variable los clientes manifestaron que en un 88.2% las empresas son competitivas por la calidad de servicio que ofrecen, un 72.1% la empresa se la diferencia de su competencia porque es mucho más innovador, al 88.2% el hospedaje mantiene un proceso de actividades de desempeño para mejorar su atención, un 94.1% proporcionan instrumentos de indicación como medidas de seguridad, el 95.6% utilizan tecnología en el sistema de control de huéspedes, al 97.1% los hospedajes funcionan como un sistema de organización, al 100% se brindan información sobre precios, tipos de habitación para realizar una reserva en el hospedaje y el 86.8% la gerencia hace esfuerzos por mejorar los servicios. Corroborado por (Tene, 2018), donde concluye que con implementación de estrategias mejora la competitividad de una empresa.

VI. CONCLUSIONES

- Respecto al objetivo 01, los clientes en su mayoría se sienten satisfechos por los servicios tangibles que se les brindan en los hospedajes, pero demuestran insatisfacción por los servicios intangibles (atención del personal).
- Respecto al objetivo 02, las empresas demuestran ser competitivas, pero no aun 100%, ya que mantienen un nivel intermedio en la aplicación de las características de la competitividad en ser eficientes, innovadores y existe a falta de aplicación de nuevas estrategias competitivas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Avalo, Y. (2018). *Características de la competitividad y gestión de calidad de las MyPes del sector servicio, rubro hospedajes en el cercado de Tumbes, 2018*.
- Benzaquen, J. (2013). Calidad en las empresas lationamericas: el Caso peruano. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 7, 41–49. <https://doi.org/10.3232/GCG.2013.V7.N1.03>
- Camisión, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestion de calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas* (A. Cañizal, Ed.).
- Carlo, L., & Yáñez, M. (n.d.). *ARTÍCULO-AREA DE GESTIÓN*.
- Carro, J. C., & Carro, J. R. (2008). La inteligencia empresarial y el sistema de Gestion de Calidad ISO 9001:2000. *Revista Ciencias de La Información*, 39(1), 31–44. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181418336003>
- Congreso de la Republica del Perú. (2013). Normas legales Ley N° 28015. *Diario El Peruano*.
- Congreso de la Republica del Perú. (2015). DECRETO SUPREMO N° 001-2015-MINCETUR - Norma Legal Diario Oficial El Peruano. Retrieved October 30, 2019, from [Diario el peruano website: https://elperuano.pe/normaselperuano/2015/06/09/1248181-2.html](http://elperuano.pe/normaselperuano/2015/06/09/1248181-2.html)
- Contenst. (n.d.). Calidad. Retrieved November 2, 2019, from <https://es.ccm.net/contents/606-calidad>
- Cruz, F., Lopez, A., & Consuelo, R. (2017). Sitema de Gestion ISO 9001-2015: Tecnicas y Herramientas de ingenieria de calidad para su implementación. *Rev. Ingeniería Investigación y Desarrollo*, 17(1), 59–69.
- Cubillos, M., & Rozo, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad Citación recomendada. *Revista de La Universidad de La Salle*, 4, 80–99. Retrieved from <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>
- Dioses, T. (2015). *Evalacion de la calidad de servicio del hotel “Boulevard”, de la provincia de Zarumilla, departamento de Tumbes, utilizando los estandares de las buenas practicas, durante el año 2014*.

- El comercio. (2018). El auge del rubro hotelero en el Perú. Retrieved November 2, 2019, from <https://elcomercio.pe/suplementos/comercial/educacion-total-universidades-institutos/auge-rubro-hotelero-peru-1003548>
- Funegra, R. (2018). “*Calidad de servicio y satisfaccion de huéspedes en Hoteles Libertador Puno.*”
- García, M., Quispe, C., & Ráez, L. (2003). Mejora continua de la calidad de procesos. *Revista de La Universidad Nacional de San Marcos*, 6, 89–94.
- Guanilo, J. (2015). *La competitividad en la atención al clientes de la micro y pequeña empresa del sector servicio - rubro hoteleria de la ciudadanía de nuevo Chimbote 2014.*
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). México: Mc Graw Hill.
- Hurtado, R., Rodriguez, W., Fuentes, H., & Galleguillos, C. (2009). Impacto en los beneficios de la implementación de las normas de calidad Iso 9000 en las empresas. *Revista de La Facultad de Ingenieria Universidad de Atacama*, 23, 17.26.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. de R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Articulo Estudios Fronterizos*, 18(35), 107–130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Larios, A., & González, A. (2017). La calidad de servicio interno en el sector hotelero: objeto e instrumento de estudio multidisciplinar. *Revista Teoria y Praxis*, 22(113–136). Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456152576006>
- Lavado, E. (2019). Más de 300 hoteles mejorarán competitividad y calidad de servicio con nuevo sistema SABP – Portal de Turismo. Retrieved November 2, 2019, from Portalturismo website: <https://portaldeturismo.pe/noticia/mas-de-300-hoteles-mejoraran-competitividad-y-calidad-de-servicio-con-nuevo-sistema-sabp/>
- Lazo, D. (2018). *La calidad de los servidores en el ambito hotelero en la región de Puerto Pizarro - Tumbes para sus desarrollo turistico en 2018.*
- Mizrahi, M. (2018). Productividad y Competitividad Empresarial -. Retrieved October 31, 2019, from <https://medium.com/michel-mizrahi-cohen/productividad-y-competitividad-empresarial-1a27a087e46b>

- Monterroso, E. (2016). COMPETITIVIDAD Y ESTRATEGIA: CONCEPTOS, FUNDAMENTOS Y RELACIONES. *Revista Del Departamento de Ciencias Sociales*, 3, 3:4-26. Retrieved from www.redsocialesunlu.net
- 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*.
- Narvaez, M., Fernandez, G., & Henriquez, A. (2013). Competitividad de empresas turísticas: un análisis desde el enfoque sistemático. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, XXI(1), 243–260.
- Nima, F. (2015). *Evaluación de la calidad de servicio del hotel “Gran Hotel Nacional” del distrito de Aguas Verdes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014*.
- Nizama, G. (2018). *La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). *Bioética y Ética en la UNESCO*.
- Orlandini, I. (2019). Investigación de negocios y la industria hotelera un análisis en dos ciudades patrimoniales del su de Bolivia. *Artículo Investigación y Negocios*, 12, 36–45.
- Perea, J. (2011). Tipos de competitividad para el desarrollo. Retrieved October 31, 2019, from *gestiopolis* website: <https://www.gestiopolis.com/tipos-de-competitividad-para-el-desarrollo/>
- Ramos, K., & Romero, J. (2016). *Diseño de un plan de servicio para una mejor gestión competitiva en las empresas hotelesras de la Region de Tumbes - 2016*.
- Ronal, P., Burgos, C., Garcia, J., & Rincon, Y. (2016). *Universidad del Zulia (LUZ) Revista Venezolana de Gerencia (RVG) oo*.
- Steffanell, I., Arteta, Y., & Noda, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras /Internal customer satisfaction in small and medium business hotels. *Revista Ciencias Holguín*, 23, 1–13. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181552082003>

- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Revista Ciencia y Sociedad*, *xxxi*, 179–198.
- Tene, D. (2018). *Estrategias empresariales y competitivas del Hotel Marquez de Rio de la ciudad de Riobamba, provincia de chomborazo*.
- Vives, X. (n.d.). Competitividad en la empresas y los destinos del turismo. *Articulo Tourism Business & Planning*. Retrieved from www.c4tourism.com
- Zambrano, N. (2015). *Diseño de un plan para mejorar la calidad de los servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoria del sector centrico de Guayaquil*.

ANEXOS

Anexo 01: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

La información obtenida en el presente cuestionario tiene como objetivo ser utilizada en la realización de la investigación sobre **“Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2018”**, la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

Características de los propietarios:

Edad : _____

Sexo : _____

Estado civil :

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Viudo
- d. Divorciado

Grado de instrucción :

- a. Educación básica
- b. Técnico
- c. Superior
- d. Posgrado

Características de la MYPE:

¿La empresa tiene RUC?

- a. Si
- b. No

¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?

- a. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
- b. Régimen Especial
- c. Régimen MYPE
- d. Régimen General

¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?

- a. 1 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a 10 años
- d. 11 a 15 años

¿Modalidad de la empresa?

- a. Hotel
- b. Apart Hotel
- c. Hostal
- d. Albergue

Características del Gestión de Calidad:

¿Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas?

- a. Si
- b. No

¿Los elementos materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivos?

- a. Si
- b. No

¿El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza?

- a. Si
- b. No

¿El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?

- a. Si
- b. No

¿La empresa le da una atención individualizada?

- a. Si
- b. No

¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?

- a. Si
- b. No

¿El personal de la empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?

- a. Si
- b. No

¿La empresa comprende las necesidades específicas de sus clientes?

- a. Si
- b. No

Características de la competitividad:

¿Las empresas son competitivos por la calidad de los servicios que ofrecen?

- a. Si
- b. No

¿La empresa lo diferencia de su competencia por que es mucho más innovador?

- a. Si
- b. No

¿El Hospedaje mantiene un proceso de actividades de desempeño eficiente para una mejor atención?

- a. Si
- b. No

¿Le proporcionan instrumentos de indicación como medida de seguridad ante un posible extravío o sustracción?

- a. Si
- b. No

¿Utilizan la tecnología en el sistema de control de los huéspedes?

- a. Si
- b. No

¿Considera usted que los hospedajes funcionan como un sistema de organización?

- a. Si
- b. No

¿El personal de atención les brinda toda la información respecto a los precios, tipos de habitación para poder realizar la reservación en el Hospedaje?

- a. Si
- b. No

¿La gerencia de los Hospedajes hace esfuerzos por mejorar los servicios que brindan?

- a. Si
- b. No

Anexo 02: Turnitin

TESIS - TITULACIÓN

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

4%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Activo

Activar W
Ve a Config

Anexo 03: Álbum de Fotografías

