



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE, RUBRO HOTELES DE LA AV. VÍCTOR RAÚL
HAYA DE LA TORRE, PAITA AÑO 2020.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR:

OLIVERA RODRIGUEZ, DANTE ALFIERI

ORCID: 0000-0002-7248-5532

ASESOR:

PELAEZ CAMACHO, HECTOR YVAN

ORCID: 0000-0002-5394-1037

PIURA – PERÚ

2020

TÍTULO

“Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE, Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020”

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Olivera Rodríguez, Dante Alfieri

ORCID: 0000-0002-7248-5532

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Piura,

Perú

ASESOR

Peláez Camacho, Héctor Yvan

ORCID: 0000- 0002- 5394-1037

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura,

Perú

JURADO

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Mgtr. Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Mgtr. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Guzmán Castro Iván Arturo

Miembro

Mgtr. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

Miembro

Mgtr. Peláez Camacho Héctor Iván

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme permitido llegar hasta aquí, a mis Padres por su gran apoyo y a mi compañera de estudios Migceli Alvarado por su ayuda continua, para así poder lograr mis objetivos.

DEDICATORIA

A mis padres Jaime Olivera y Francisca Rodríguez de Olivera por su amor incondicional y eterna compañía, a mis compañeras Migceli Alvarado Jiménez y Diana Espinoza Guanilo que con su ayuda y soporte he podido lograr las metas trazadas.

RESUMEN

Este trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad y competitividad de las MYPE, rubro hoteles de la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita Año 2020”. Donde su objetivo general es determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE, rubro Hoteles de la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita año 2020. La investigación fue cuantitativa, nivel descriptiva, con diseño no experimental de corte transversal, donde la población es finita e infinita para ambas variables, los resultados de la muestra en estudio son 04 dueños, 14 colaboradores y 120 clientes, se utilizó la técnica de encuesta y cuestionario como instrumento. Se obtuvo como resultados que el 100% de los propietarios si diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad, también se obtuvo que el 100% de los propietarios considera que su servicio es mejor que la competencia. Por otro lado se tuvo como conclusiones que estas MYPE se basan en tener una buena gestión de calidad logrando poder satisfacer las necesidades del cliente, dando a conocer el adecuado manejo de la competitividad ya que permite establecer estrategias que ayuden a sobresalir en el mercado que cada vez es más competitivo, gran parte de los propietarios aplican de forma correcta los sistemas de la gestión de calidad llevando una correcta planificación de sus funciones y responsabilidades, la cual les permite desarrollar sus procesos y procedimientos para el cumplimiento de sus objetivos planificados.

Palabras claves: Competitividad– Gestión de calidad– Hoteles – MYPES

ABSTRACT

The development of this research project is entitled Management Of Quality And Competitiveness Of The MYPE, Heading Hotels Of Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Year 2020. Its general purpose is to determine the characteristics of quality management and Competitiveness of The MYPE, Category Hotels De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Year 2020. The research is quantitative, descriptive level, with a non-experimental cross-sectional design, where the population is finite for the variables quality management and internal control, with the results of the study sample being 04 owners, 14 employees and 120 clients, where the survey and questionnaire technique was used as an instrument. After the relevant applications of the analysis of results, it was concluded that these MYPES are based on having a good quality management, being able to satisfy the needs of the client, making known the adequate management of the competitiveness of the MYPES under study since it allows establish strategies that help to stand out in the market that is increasingly competitive, of the total of representatives of the MYPES category hotels in the city of Paita, a large part of the owners correctly apply the Quality Management systems, carrying out a correct planning of their functions and responsibilities, which allows them to develop their processes and procedures for the fulfillment of their planned objectives. In addition, the MYPES have a highly trained staff committed to the organization and the client. For this reason, the owners of these hotels consider it more important to carry out training and implement strategies and advantages of quality management and competitiveness.

ÍNDICE DE CONTENIDO

TÍTULO.....	ii
EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
I. INTRODUCCION.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	14
2.1 Antecedentes	14
2.2 Bases teóricas.....	24
III. HIPÓTESIS.....	42
IV METODOLOGIA	43
4.1 Tipo de investigación.....	43
4.2 Nivel de la investigación.....	43
4.3 Diseño de la investigación.....	43
4.4 Población.....	44
4.5 Definición y operacionalización de las variables	47
4.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTO	49
4.7 Plan de análisis	50
4.8 Principios Éticos	51
4.9 Matriz De Consistencia.....	55
<i>Tabla 2 matriz de consistencia</i>	<i>55</i>
V. RESULTADOS	56

5.1 Resultados	56
5.2. Análisis De Resultados	90
VI CONCLUSIONES	113
Referencias bibliográficas.	116
ANEXOS	119
Anexo 1: Tabla Matriz de indicador pregunta	120
Anexo 2: Tabla Matriz de resultados de indicador pregunta	122
Anexo 03: Cuestionario	124
Anexo 04: Constancia de Validación.....	128
Anexo 05: Libro de códigos.....	138

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Matriz de operacionalización de las variables</i>	47
<i>Tabla 3 ¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?</i>	56
<i>Tabla 4 ¿El hospedaje, lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?</i>	57
<i>Tabla 5 ¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?</i>	58
<i>Tabla 6 ¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?</i>	59
<i>Tabla 7 ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?</i>	60
<i>Tabla 8 ¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?</i>	61
<i>Tabla 9 ¿Se establece claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?</i>	62
<i>Tabla 10 ¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?</i>	63
<i>Tabla 11 ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?</i>	64
<i>Tabla 12 ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?</i>	65
<i>Tabla 13 ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?</i>	66
<i>Tabla 14 ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?</i> ..	68
<i>Tabla 15 ¿Supervisa las actividades que realiza su personal?</i>	69
<i>Tabla 16 ¿Las instalaciones del hotel son seguras?</i>	70
<i>Tabla 17 ¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?</i>	71
<i>Tabla 18 ¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?</i>	72
<i>Tabla 19 ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?</i>	73
<i>Tabla 20 ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?</i>	75
<i>Tabla 21 ¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?</i>	76
<i>Tabla 21 ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?</i> ..	77
<i>Tabla 22 ¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?</i>	79
<i>Tabla 23 ¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?</i>	80
<i>Tabla 24 ¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?</i> ...	81
<i>Tabla 25 ¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?</i>	82
<i>Tabla 26 ¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?</i>	83
<i>Tabla 27 ¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?</i>	84
<i>Tabla 28 ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?</i>	86
<i>Tabla 29 ¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?</i>	87
<i>Tabla 30 ¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?</i>	88
<i>Tabla 31 ¿Lleva usted una relación pacifica con su competencia?</i>	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Grafica 1: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?</i>	<i>56</i>
<i>Grafica 2: Diagrama circular que representa ¿El hospedaje, lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?</i>	<i>57</i>
<i>Grafica 3: Diagrama circular que representa ¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?.....</i>	<i>58</i>
<i>Grafica 4: Diagrama circular que representa ¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?</i>	<i>59</i>
<i>Grafica 5: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?</i>	<i>60</i>
<i>Grafica 6: Diagrama circular que representa ¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?</i>	<i>61</i>
<i>Grafica 7: Diagrama circular que representa ¿Se establece claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?</i>	<i>62</i>
<i>Grafica 8: Diagrama circular que representa ¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?</i>	<i>63</i>
<i>Grafica 9: Diagrama circular que representa ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?.....</i>	<i>64</i>
<i>Grafica 10: Diagrama circular que representa ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?</i>	<i>65</i>
<i>Grafica 11: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?</i>	<i>66</i>
<i>Grafica 12: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?.....</i>	<i>68</i>
<i>Grafica 13: Diagrama circular que representa ¿Supervisa las actividades que realiza su personal?.....</i>	<i>69</i>
<i>Grafica 14: Diagrama circular que representa ¿Las instalaciones del hotel son seguras? 70</i>	
<i>Grafica 15: Diagrama circular que representa ¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?</i>	<i>71</i>
<i>Grafica 16: Diagrama circular que representa ¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?</i>	<i>72</i>
<i>Grafica 17: Diagrama circular que representa ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?.....</i>	<i>73</i>
<i>Grafica 18: Diagrama circular que representa ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?.....</i>	<i>75</i>
<i>Grafica 19: Diagrama circular que representa ¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?</i>	<i>76</i>
<i>Grafica 19: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?.....</i>	<i>77</i>
<i>Grafica 20: Diagrama circular que representa ¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?</i>	<i>79</i>

<i>Grafica 21: Diagrama circular que representa ¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?</i>	80
<i>Grafica 22: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?</i>	81
<i>Grafica 23: Diagrama circular que representa ¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?</i>	82
<i>Grafica 24: Diagrama circular que representa ¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO? .</i>	83
<i>Grafica 25: Diagrama circular que representa ¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?</i>	84
<i>Grafica 26: Diagrama circular que representa ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?.....</i>	86
<i>Grafica 27: Diagrama circular que representa ¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?</i>	87
<i>Grafica 28: Diagrama circular que representa ¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?</i>	88
<i>Grafica 29: Diagrama circular que representa ¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia?</i>	89

INDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 01: Relación de las MYPE en estudio</i>	45
<i>Cuadro 02: Aplicación de cuestionario a los Trabajadores</i>	49
<i>Cuadro 03: Aplicación de cuestionario a los clientes</i>	50

I. INTRODUCCION

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año 2019 las llegadas internacionales a América del Sur crecieron un 6%, pero con resultados bastante heterogéneos según los destinos. Paraguay casi dobló el número de llegadas, aunque partía de una base más modesta, mientras Chile (+22%) y Colombia (+16%) también registraban crecimiento de dos dígitos. Perú y Uruguay registraron un incremento del 7% y del 3% respectivamente, mientras que Argentina y Brasil registraron ligeros descensos (UNWTO, 2019).

La presente investigación tiene como disposición legal al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo autorizado por Decreto Supremo N° 001 -2015 Mediante Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones, la cual se aprobó el reglamento de establecimiento de hospedajes mediante veredicto supremo N° 029-2004-MINCETUR, que establece las disposiciones para la agrupación, y fiscalización de hospedajes. En lo financiero la contribución hotelera ha sido simbólica, pero a nivel nacional, por esta razón Como región hay carencia de Participación, por la ausencia de impulso por parte de MINCETUR, y poca colaboración del Gasto Público en infraestructura terrestre. Por ese motivo el acontecimiento de El Niño Costero impactó la visita de turistas y visitantes por elevadas precipitaciones y por el daño que suscitaron las lluvias a las principales vías de transmisión, donde hicieron que Este sector se derrumbe significativamente. (Congreso de la República del Perú, 2015)

La Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) brinda los servicios de inscripción de actos y derechos que concretan los requisitos de ley y publicidad registral. Cuando se registra una propiedad se aprueba el derecho sobre ella, resguardándola de algún acto que vulnere contra el derecho de propiedad. Además, al incorporar la propiedad se está sujeto a crédito bancario, pudiendo así diligenciar préstamos o créditos personales para mejorar la casa o emprender el negocio. Diario La República, (2016)

En toda la Región Piura, en proporción con el informe del Banco Central de Reserva del Perú (BCR) de julio 2019 develó que el crecimiento promedio anual de esta ciudad, en los últimos 10 años, fue de 3,9 por ciento. Aunque, esta cifra es inferior al promedio nacional (4,4 por ciento).

En Paita el turismo ha incrementado, por eso la oferta es más heterogénea. Paita no solamente son playas, sino también es conocida por su gastronomía. En Paita destacan solo cinco hoteles de alta calidad, como son: Marina del Bay, Hotel Náutico de Paita, Buongiorno, Costa Esmeralda Inn Suite & Lodge.

Es indudable entonces que el turismo está aportando importantes ingresos económicos al país, donde la industria hotelera constituye un factor fundamental en este proceso, por eso es válido decir que el desarrollo de la hotelería está estrechamente ligado al desarrollo turístico; sin embargo, en la industria hotelera la atención y servicio al cliente es elemental, ya que este tipo de empresas no venden productos sino servicios y sobre todo experiencias a sus consumidores, teniendo como único propósito la total satisfacción del cliente.

La actual indagación titulada “Gestión de calidad y competitividad en las MMYPE rubro hoteles en la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre Paita año 2020”, procede de la línea de investigación de ULADECH CATÓLICA denominada Gestión de calidad y competitividad de las MYPE, línea que ha sido adjudicada por la Escuela de Administración y comprende el campo disciplinar: promoción de las MYPE y se sujeta con las variables que se emplearon para realizar el estudio que son gestión de calidad y competitividad. Este estudio busca identificar las características de los hoteles ubicados en la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre Paita, 2020.

A nivel de ambiente exterior o Macro ambiente, logramos subrayar el factor Político Legal conformado por el lindante de mandatos, decretos y normas establecidos por los órganos Gubernamentales como Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), donde es aquella institución rectora de la “Administración del trabajo y Promoción del Empleo” con competencias desarrolladas para encabezar la implementación de Políticas y Programas de Generación y progreso de empleo, en donde estas colaboran al acrecentamiento de las pequeñas y micro empresas (Betancourt, 2017).

En el factor Económico También es destacable que el grueso del número de clientes de este tipo de hoteles sea extranjero, hecho que se convierte en un punto a su favor, permitiendo la llegada de turistas de otros países más estables económicamente o aventajados en la salida de la recesión económica. Por su parte, los clientes nacionales pueden convertirse en público objetivo de los hoteles de 5 estrellas, debido a la menor disponibilidad económica en tiempos de crisis, que puede hacer que viajen menos al extranjero (Betancourt, 2017).

Otra de las causas económica es el conjunto de problemas con EPS GRAÛ y ENOSA PAITA, debido al incremento de costos Como el servicio de agua y Luz. Como es el caso del EPS GRAU que Aumentó su Consumo de M3. De 18- 20 M3 Desde el 2014 Siendo sus precios de consumo más elevadas, todavía más el de los Servicios Hoteleros. Es por ello que las MYPE rubro hotelería en la ciudad de Paita se sienten con obligación incrementar su valor por consecuencia al alza de consumo (Betancourt, 2017).

En el Marco Sociocultural el turista busca un servicio de alta calidad que satisfaga sus necesidades, infraestructura que esté acorde a toda su perspectiva y una buena Atención. Partiendo desde esta expectativa podemos observar que los Turistas recorren por distintas Cinco motivaciones, como conocer nuevos lugares con diversidad de climas, aprender culturas realizando nuevos dinamismos y descubrimientos emocionales que llenen y contenten su viaje (Betancourt, 2017).

Betancourt (2017), los cambios en la tecnología afectan a las empresas tanto en su parte industrial, como en su parte comercial y administrativa, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han supuesto un importante avance en el sector, posibilitando a los clientes el uso de herramientas on-line para gran cantidad de acciones como pueden ser:

- Comparar precios y ofertas.
- Reservar on-line.
- Consultar paquetes y servicios.
- Visualizar una galería de imágenes sobre las instalaciones, habitaciones etc.
- Compartir y obtener opiniones.

El incremento del uso de redes sociales constituye una potente herramienta para todos los participantes en el sector. Se pueden utilizar para promocionar productos y empresas, generar opinión acerca de distintas experiencias, o fidelizar a los propios clientes, en las cadenas hoteleras, las redes internas permiten a los diferentes hoteles estar en permanente comunicación y compartir información actualizada en tiempo real, de manera que pueda ser aprovechada por todos (Serrano, 2020).

Cada vez hay una mayor conciencia de la necesidad de cuidar el medio ambiente en más ámbitos, y uno de ellos en alza es el turismo. Cada día se demandan más alojamientos que se preocupen de reducir la huella de carbono, y se tienen en cuenta otros factores a la hora de organizar unas vacaciones para que sean más sostenibles. Según un estudio de 2014, realizado por el Global Sustainable Tourism Council y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), el 90% de los viajeros elige un hotel sostenible y el 34% está dispuesto a pagar por alojarse en establecimientos con tales criterios.

Reducir el impacto en el entorno: esto se hace a través de varias medidas, como integrando el hotel al máximo con el entorno a la hora de su construcción para respetar la biodiversidad y cuidar la armonía del paisaje, reducir los residuos generados, mediante el reciclaje, por ejemplo, no explotar de manera no sostenible los recursos naturales de la zona (no crear un campo de golf en una zona con poca agua, por ejemplo), hacer una piscina ecológica, etc.

Por último, en el Factor Legal, (Gomero, 2016) desde la perspectiva del estado peruano define a las MYPE como unidades económicas formadas por personas naturales o jurídicas, cuyo objeto es realizar formas de organización o gestión

empresarial prevista en la legislación vigente para la extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, y tienen las siguientes características:

Microempresa:

- Número total de trabajadores de (1 a 10).
- Niveles de venta: menores a 150 UIT

Pequeña empresa:

- Número total de trabajadores con un máximo de 50
- Niveles de venta anuales entre 151 y 850.

Mediana empresa:

- Ventas anuales superiores a 1700 UIT hasta monto máximo de 2300 UIT

El Ministerio de la Producción en su informe: MIPYME2. Estadísticas de la micro, pequeña y mediana empresa argumenta que establecer el tamaño empresarial se utiliza la definición establecida en la *Ley N° 30056, “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y crecimiento empresarial.”* El propósito de la ley es establecer un marco legal para promover la competencia, la formalización y el desarrollo de la pequeña y mediana empresa mediante la formulación de políticas generales y medios de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos, entre otros. Políticas que promueven el espíritu empresarial y permiten que

las organizaciones corporativas mejoren y el crecimiento continuo de estos sectores económicos. (Gomero, 2016).

Asimismo, en la empresa se recurrió a analizar el factor interno, recurriendo a las cinco fuerzas de Porter, los cuales se mencionan a continuación.

Para Vargas (2021), la amenaza de los competidores potenciales depende del grado de barreras de entrada que tenga una industria específica. Las barreras de entrada son condiciones estructurales de la industria o situaciones coyunturales que frenan el ingreso de nuevas empresas a un determinado mercado. Se puede constituir barreras por el monto de capital requerido para el ingreso, por el costo de desarrollo de tecnología, por el dinamismo del mercado, por efectos de la legislación, etc. Para poder competir con la alta demanda de hoteles en la ciudad teniendo en cuenta que la ciudad de Paita es el segundo Puerto más importante del Perú por lo tanto tiene una alta demanda de turistas nacionales e internacionales tanto como para el turismo y empleo.

Como productos/servicios sustitutivos podemos encontrar a los hoteles 5 estrellas, también podemos destacar el alquiler de villas, chalets o departamentos, bungalow que se encuentran frente a la playa y cuartos de arrendamiento por mes que son mucho más baratos que una habitación de un Hotel.

Poder de negociación de los proveedores. Los proveedores ejercen un poder de negociación pequeño, ya que existe una importante cantidad de ellos que pueden satisfacer las necesidades de aprovisionamiento en los hoteles de la ciudad de Paita.

Poder de negociación de los clientes. Los clientes sí pueden ejercer un importante poder de negociación sobre los Hoteles en la ciudad de Paita debido a la

fuerte competencia existente con los hospedajes, departamento, arrendamientos por mes, entre otros.

Rivalidad competitiva. La rivalidad competitiva de los Hoteles en Paita es elevada, ya que existen más de 70 Hoteles fuera de la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre que se reparten la cuota de mercado de manera más o menos equitativa. Aun así, con estas cifras en la Ciudad de Paita ha aumentado el número de clientes por ende hace falta más MYPE de este rubro.

Como ya se sabe que las MYPE se subdividen en tres tipos, a saber, la microempresa de subsistencia y micro y pequeña empresa acumulativas, estas MYPE mencionados anteriormente producen grandes variables en productividad, expansión y disimilitud entre otras. La razón por la que aparecieron las MYPE es para darse cuenta de la autorrealización de los empresarios. Su propósito es aumentar el negocio que genera muchos ingresos. Para esto, muchas personas necesitan ser creativas. Lo más importante es poder permanecer en el mercado y evolucionar, para que puedan encontrar un buen nivel de ventas (Vargas, 2021).

Si consideramos que algunos de estos empresarios carecen de educación, es decir, su nivel educativo es bajo y demandan poca inversión financiera, por lo tanto, este tipo de MYPE ignorará la segmentación del cliente objetivo y buscará otros tipos cliente de. Para lograr el volumen de ventas requerido por las micro y pequeñas empresas. (Zambrano, 2015)

Para la gestión de la calidad de las pequeñas y medianas empresas, generalmente es importante ingresar a la empresa, porque se sabe que este es el objetivo que toda empresa desea, pero para lograr este objetivo, es necesario integrar

múltiples factores juntos, de modo que la gestión de la calidad sea obvia Sobresalir del suelo. Y competitividad, si hablamos de calidad desde el punto de vista del cliente, para satisfacer mejor sus necesidades como consumidores, de acuerdo con las normas ISO, la gestión de calidad es una serie de actividades previamente coordinadas para guiar y controlar a la empresa en sus servicios.

Dichos beneficios serán mejorar la organización de la empresa y permitir el control del rendimiento. El proceso y la propia empresa han mejorado enormemente su capacitación. Los colaboradores, aumentan la motivación y el compromiso de la organización, ayudan a cumplir Estándares de manera correcta que satisfacen plenamente su a generar lealtad a Sus Clientes.

En la provincia de Paita, en general, los problemas de los hoteles turísticos se concentran en la falta de calidad, es decir, rara vez brindan servicios de calidad, lo que afecta la lealtad de los clientes y turistas que no están satisfechos con los servicios prestados por el servicio muchas veces. Buscas opciones más ansiosas. Para obtener el servicio de calidad satisfactoria necesario. La calidad es la clave del éxito de una empresa. Esta es la base para estudiar cómo mejorar la calidad del servicio de una forma u otra. Su único propósito es cumplir y aumentar las expectativas que los clientes desean obtener. Paga algunos servicios.

Por lo anteriormente argumentado el problema anunciado de investigación es el siguiente:

¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE, rubro Hoteles, en la AV. Víctor Raúl Haya de la Torre Paita, año 2020?

Como se tiene entendido, la competitividad está estrechamente relacionada con la prestación de servicios de calidad, por lo que la competitividad reflejará una forma de ver o buscar ideas positivas sobre cómo fortalecer aún más la estrategia de calidad, buscando respuesta al enunciado se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las de las MYPE rubro Hoteles en la Av. Víctor Raúl Haya de La Torre, Paita, año 2020. Así también para alcanzar este objetivo general se formulan los siguientes objetivos específicos como son:

- a) Identificar los principios de la gestión de calidad de las MYPE rubro hoteles en la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.
- b) Analizar dimensiones de la gestión de calidad en las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.
- c) Describir las estrategias de la competitividad de las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.
- d) Conocer las dimensiones de la competitividad bajo las 5 fuerzas de Porter de las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.

Por tanto, la presente investigación se justifica de manera teórica, porque es por esa razón que se realizó la investigación ya que la MYPE presenta dificultades con respecto a la gestión de calidad y competitividad y se necesita hacer un análisis para determinar qué se sabe sobre la gestión de calidad y competitividad de las MYPE, rubro Hoteles, en la AV. Víctor Raúl Haya de la Torre Paita, año 2020, a fin de que el

empresario pueda diseñar estrategias que serán importantes para el actuar futuro de la empresa, a fin de realizar cambios que contribuyan a mejorar la gestión de calidad y competitividad además gozar de los beneficios que brinda ambas variables.

Se justifica de manera práctica porque según la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), con la ley N° 30220 señala que todo profesional egresado del país a partir del 2014 debe realizar una tesis de investigación, constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza (Bedoya, 2020).

Por lo tanto, desde un punto de vista metodológico, la aplicación de métodos científicos y estadísticos es razonable: el método tiene como objetivo demostrar la competitividad y el desarrollo de la gestión de calidad y proponer un conocimiento más efectivo y confiable. Es socialmente razonable, hace que las personas sean conscientes de que la fuerza laboral empleada tiende a reducir la tasa de pobreza y mejorar la calidad de vida de este grupo de personas. Al mismo tiempo, la aplicación del nivel metodológico permitirá a la investigación utilizar metodologías científicas, utilizar fuentes primarias y secundarias para obtener datos, además, determinar el tamaño de la población y el tamaño de la muestra, y diseñar un cuestionario donde se hará el recojo de información (Bedoya, 2020).

De manera social, porque permite a la sociedad (excepto representantes y trabajadores) obtener el mayor beneficio de este proyecto en términos de su gestión de calidad y competitividad, también nos permite conocer la problemática de las empresas de las MYPE rubro hoteles para hacerse más competitivos, asimismo el estudio brinda un aporte sobre los principales principios de la gestión de calidad y competitividad que

brinda al mercado local y de lo importante que es la buena gestión del recurso humano. (Bedoya, 2020).

Con respecto al aspecto profesional, esto tiene sentido porque nos permite adquirir nuevos conocimientos al desarrollar nuestras habilidades y destrezas como futuros profesionales y elegir una licenciatura en administración, también como base para otros estudios de investigación, y porque es un requisito que ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional de la escuela de Administración (ULADECH, 2019).

Finalmente, desde la perspectiva de la universidad, esto tiene sentido, porque bajo la constante dedicación de la universidad y la orientación del tutor, el proyecto de investigación puede llevarse a cabo, lo cual es otra contribución a la certificación universitaria. Carrera y futura investigación (ULADECH, 2019).

Así como también, se empleó la investigación, nivel descriptivo de grado cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal, donde la población es finita e infinita para las variables gestión de calidad y competitividad, siendo los resultados de la muestra en estudio 04 propietarios, 14 colaboradores y 120 clientes, donde se utilizó la técnica de encuesta y cuestionario como instrumento.

Obteniendo los siguientes resultados principales: que el 100% de los encuestados considera que es importante organizar e instruir a sus trabajadores para que proporcionen un buen servicio, por otra parte, el 100% de los encuestados manifiestan que si lleva una relación pacífica con su competencia, el 75% de los clientes manifiesta que sí está conforme con el precio y el 81% respondieron que si hacen promociones y descuentos en sus servicios. Después de las concernientes

aplicaciones de los análisis de resultados, se concluyó que estas MYPES se basan en tener una buena gestión de calidad logrando poder satisfacer las necesidades del cliente, dando a conocer el adecuado manejo de la competitividad de las MYPES en estudio ya que permite establecer estrategias que ayuden a sobresalir en el mercado que cada vez es más competitivo, del total de representantes de las MYPES rubro hoteles de la ciudad de Paita, gran parte de los propietarios aplican de forma correcta los sistemas de la Gestión de Calidad llevando una correcta planificación de sus funciones y responsabilidades, la cual les permite desarrollar sus procesos y procedimientos para el cumplimiento de sus objetivos planificados. Además, las MYPES cuentan con un personal altamente capacitado y comprometido con la organización y con el cliente. Por ello los propietarios de estos hoteles, consideran de mayor importancia realizar capacitaciones e implementar estrategias y ventajas del Gestión de calidad y competitividad.

La investigación quedó delimitada desde la perspectiva: Temática, por las variables Gestión de Calidad y Competitividad. Psicográfica, microempresas rubro Hoteles. Geográfica, en la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre y temporal, año 2020.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Variable de Gestión de Calidad.

Para Lopez (2018) nos explica sobre la propuesta sobre el modelo del sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001: 2008 del HM 18 International Hotel" para obtener el Master of Quality, Environmental and Safety Management Integrated System en la universidad Politécnica Salesiana, El diseño de investigación resulto ser cualitativa, y su unidad de análisis ha sido adoptada por el cliente.

Se concluye que en este estudio: la recopilación del reporte se realizó a través de entrevistas con todas las personas que trabajan en dicho hotel, por lo que no tienen roles ni responsabilidades donde se indica claramente qué dichos resultados no ayudarán a los objetivos de la empresa. Otro detalle importante es que no hay Los procedimientos y otros registros que pueden hacer que los colaboradores improvisen, lo que lleva a un servicio insatisfactorio.

Jaramillo (2019) En el trabajo de investigación de tesis sobre "Calidad y satisfacción del cliente en la hospitalidad de bajo costo, realizado por la Universidad de Segovia Valladolid, con el objetivo de obtener una licenciatura en turismo; enfaticó lo siguiente: "Servicios para establecer hoteles de bajo costo La relación entre calidad y satisfacción del cliente. Este estudio es de tipo de correlación descriptiva, que utiliza a los clientes que han visitado hoteles como muestra y encuesta como herramienta para sacar las siguientes conclusiones: los consumidores satisfechos recomendarán en función de los puntajes Efectos multiplicadores o comentarios de otros clientes.

Santoma (2017) En la siguiente pesquisa titulada Aspectos de gestión en la calidad de servicio, una aplicación del CONCEPT MAPPING al caso de las cadenas hoteleras en España, (2017)” señala que la colectividad turística conforma la primera Industria Mundial, si se analiza su Producción mundial (cercana al 11% del PIB), la inversión de capital, el valor añadido y el empleo provocado, confirmado por World Travel And Tourism Council (WTTC). España ejerce un papel elemental en este proscenio, dado que es un líder en el campo de playa, sol y ocupa el primer lugar del Ranking Mundial, preocupado por aspectos como la demanda internacional o la cantidad de ingresos producidos por la zona. En el campo Económico, la Industria Hotelera es Crucial para la instauración de trabajo y su impacto indirecto medioambiental.

Según Beraún (2017) La investigación titulada “Percepción de la Calidad del Servicio de un Hotel Tres Estrellas en el Distrito de Independencia, (2016)” tiene como objetivo principal realizar la propuesta de mejora de la calidad de servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016. Esta variable se ha evaluado en base a dos instrumentos, una encuesta realizada a los clientes y una entrevista a la administradora del hotel. El estudio se realizó con una población de 100 huéspedes que visitaron el hotel ya sea para una estancia corta o larga. Dicha investigación se empleó bajo el enfoque cuantitativo y cualitativo de diseño no experimental transversal. Los datos fueron recogidos mediante encuestas aplicadas a la población (100 clientes), los datos fueron procesados mediante el paquete estadístico para las ciencias sociales (SPSS) versión 23.00 y sometida a validación y confiabilidad a través de la aplicación del coeficiente de correlación, el alfa de Cronbach.

Según Gastañaudi (2017) En su tesis titulada “Los estilos de liderazgo y su influencia en el clima organizacional en el sector hotelero tres estrellas en la ciudad de Trujillo-Perú” En el periodo 2011. Tenía como objetivo determinar qué Factores del clima organizacional repercuten negativamente en el desenvolvimiento del Trabajador. Para lo cual aplicó una Investigación descriptiva con un instrumento de 57 preguntas cerradas a 37 colaboradores.

Se concluye que el clima organizacional de la empresa repercute positivamente en el desenvolvimiento de los trabajadores para un 50% de los aspectos evaluados. Entre los aspectos positivos están el compañerismo, ambiente de trabajo, relación entre el jefe y el trabajador, confianza motivación hacia el trabajo; y por el contrario se posicionó la satisfacción laboral, prestaciones, seguridad y apoyo. Concluyó el estudio que existen factores que no repercuten en el clima, como el horario de trabajo. Y recomienda revisar los planes de prestaciones adicionales para cubrir las necesidades reales del equipo de trabajo.

Por otro lado Arias (2019) nos explica que la Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la MYPE del sector servicios rubro hoteles de 3 estrellas del Distrito de Piura, 2015 tiene como problema central deficiente servicios de las MYPES. El objetivo general es conocer la calidad de servicio y satisfacción. En la metodología de la investigación realizada se utilizó el diseño no experimental – descriptivo, porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto y descriptivo, porque sólo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio. Para el recojo de la información de una población de 31 MYPES, según fórmula se determinó una muestra poblacional de 14

Micro y pequeñas empresas, se aplicó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario de 12 preguntas cerradas.

Bances, (2016) en su tesis titulado Caracterización de Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPE de Servicios, Rubro Hoteles de Sechura (Piura) 2016. Nos dice que tuvo como objetivo general: Caracterización de gestión de calidad y competitividad. Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población se consideró tres unidades económicas, con 15 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, siendo los resultados de la muestra obtenidos, 84 clientes, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario.

Luego de las aplicaciones de análisis de los resultados se 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.

Según Carrillo (2018) en su tesis “caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2012”, ha utilizado la metodología de investigación cuantitativo y el nivel de investigación es descriptivo y La población está constituida por 10 Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio - rubro hotelería.

Llegando a las siguientes conclusiones: Respecto a los empresarios Del 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados: el 80% es de sexo masculino y el 50% tiene superior universitaria completa, el 20% secundaria.20% superior

universitaria incompleta. Respecto a las características de las MYPE Las principales características de las MYPE del ámbito de estudio son: el 100% se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, el 80% de las empresas son formales, el 60 % no tiene ningún trabajador permanente, el 20% tiene 01 trabajador eventual y el 50% se formaron por subsistencia y 50% también por ganancia. Respecto al financiamiento.

Garrido (2019) Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones El presente trabajo persigue un doble objetivo dar a conocer la escala SERVQUAL, una nueva metodología para medir la calidad de servicio, muy utilizada en el mundo de servicios, pero poco aplicada en nuestro país. Y, en segundo lugar, aplicar dicha metodología a una típica empresa de servicios, de modo que se pueda determinar el grado de satisfacción de los clientes y pueda servir de herramienta a los directivos para implementar prácticas de mejora.

En este sentido, primero se introducen los conceptos de calidad, servicio y calidad de servicio. Aunque existen numerosas definiciones de calidad de servicio, la mayoría de ellas se centran en alcanzar las necesidades y los requerimientos de los consumidores y conocer hasta qué punto el servicio prestado alcanza sus expectativas. Finalmente detallaremos las conclusiones a las que se ha llegado en el estudio, así como las recomendaciones que se han elaborado como resultado de la investigación y de la interacción con los clientes.

Variable de Competitividad

Guarnizo (2019) en su investigación titulada: “Analizar la competitividad hotelera de Cartagena dentro de los objetivos transversales del Plan Regional de

Competitividad 2015-2016, en las MYPE del Centro y Bocagrande”. La metodología para la siguiente investigación es descriptiva y longitudinal para la recolección de datos se utilizó por medio de una encuesta, como muestra tenemos a 200 empleados.

La totalidad de hoteles que se encuestaron, al menos según los representantes de los mismos, están formalizados. En el 50% de los hoteles encuestados, la cuarta parte de los empleados manejan al menos otro idioma. En el 41% de los hoteles la mitad del personal maneja una segunda lengua. Solo en 12 el 6% de los hoteles, todo el personal domina otra lengua. La formación del personal del hotel es predominantemente de nivel tecnológica (72%). La educación técnica, ya que en el 25% de los hoteles, este tipo de educación es la que se presenta. Solo en el 3% de los hoteles se presenta mayormente la educación básica o de bachillerato.

Mora (2015) en tesis titulada Planificación estratégica y niveles de competitividad de las MYPES del sector comercio en Bogotá, el objetivo final es determinar el nivel de competitividad de los sectores servicio y comercio en Bogotá, detalle la metodología de investigación cuantitativa desarrollada en el estudio.

Tiene como resultado que en los últimos tres años siempre se ha ubicado dentro del 25% de los países con menor nivel de competitividad, y que el comportamiento que ha tenido es un comportamiento negativo, ya que aunque en los años 2010 y 2011 ha tenido un comportamiento mejor que al 2009, en general la tendencia es a ubicarse cada vez más lejos de los países más competitivos. Dando con la conclusión que Los niveles de competitividad global de las MIPE de los sectores Comercio y Servicio de Bogotá se encuentran en bien, ya que el sector Servicios tiene un nivel “Muy Alto” de competitividad y el sector Comercio de “Alto” según la clasificación dada por el Mapa

de competitividad del BID, además existe un buen desempeño en las 8 dimensiones que componen el instrumento.

Ruiz (2015) realizó una investigación titulada “La competitividad del sector hotelero”, trabajo presentado en la universidad Abat Oliba Ceu, Facultad de Ciencias Sociales, Barcelona - España, en la cual analizó la competitividad del sector hotelero entre las ciudades de Barcelona y Madrid. Su estudio consistió en un análisis sobre la oferta y demanda hotelera de las dos ciudades, para tal fin definió un producto-hotel de negocios para poder estimar unos precios y una inversión, ya que dichos afectan a la rentabilidad del negocio.

Concluyendo que Barcelona es más competitiva en gestión hotelera que Madrid, asimismo comprobó con el estudio, que en la medida que se asume menor riesgo, la rentabilidad disminuye, siendo la alternativa del alquiler la alternativa de menor riesgo y menor rentabilidad.

Lozano, (2018) expresa en su tesis titulada “La competitividad en la atención al cliente de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro hotelería de la ciudad de nuevo Chimbote 2015. Tuvo como objetivo general, describir las principales características de la competitividad. 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 100% del micro y pequeñas empresas son formales. El 40 % permanecen en el mercado de 0 a 6 años. Se determinó que el 80% de las MYPE cuentan con 1 a 5 trabajadores. Se muestra que

el 100% de las empresas fueron creadas para generar ganancias. EL 100% de las MYPE son competitivas. Se muestra que el 100% de los empleados son motivados por los dueños de la MYPE, El 80% expresan que conocen a sus competidores.

Ortiz (2018) en su investigación “Caracterización De La Competitividad Y La Capacitación De Las MYPE Del Sector Hotelero Categoría Dos Estrellas En El Distrito De Pariñas, Provincia De Talara, Año 2018” tiene objetivo general, Determinar las características principales de la competitividad y capacitación en MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, año 2018. La Metodología de investigación, es de tipo descriptiva de nivel cuantitativo, Diseño no experimental transversal, la población para el estudio en la variable de competitividad la población es 05 MYPE, considerando a los clientes. Y para capacitación está conformada por 46 trabajadores, utilizando la técnica de la encuesta obteniendo.

Se obtuvo como resultado sobre competitividad. El 100% ofrece precios bajos. El 80% brinda un servicio diferente al de la competencia. El 80% usa estrategias para mantenerse en el mercado. Solo el 20% considera que sus trabajadores cuentan con la capacidad de trabajar en equipo.

Carranza (2018) en su proyecto titulado Características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2018, donde su objetivo general: Describir las Características de la Competitividad y Atención al cliente de las MYPE del sector servicio Rubro Hoteles, del Casco Urbano del Distrito De Sullana, 2018. El tipo de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo- cuantitativo. La población para el estudio, la

variable de competitividad está conformada por los clientes, es considerada como una variable infinita. En conclusión, si Conoce las ofertas que la empresa realiza a diferencia de la competencia, si se preocupan por el servicio que usted necesita como cliente.

Correa (2018) Caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPE del rubro restaurantes de la urbanización Santana de Piura, año 2018 constituyó como objetivo, conocer las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE rubro restaurante de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018. La investigación fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental - transversal. Se utilizó el cuestionario como instrumento de la investigación, aplicándolo sobre una muestra de 49 trabajadores para la variable capacitación y 126 clientes para la variable competitividad.

Se consideró 06 MYPE del rubro restaurantes para la presente investigación. Para la presente investigación se consideró 06 MYPE del rubro restaurantes. En relación a la variable competitividad, se concluyó que las MYPE cuenta con las siguientes ventajas competitivas: buena ubicación, precios diferenciados, buena imagen, la atención al cliente, se enfocan a un solo segmento del mercado, y buscan fidelizar a sus clientes frecuentes.

Minga (2018) Capacitación en la Competitividad de las MYPE del Servicio Rubro Hoteles de Chulucanas año 2018, pretende ver la relación que existe entre la capacitación de los empleados para que la empresa sea más competitiva dentro de su rubro. Se empleó la metodología nivel de investigación descriptiva, el tipo de investigación cuantitativa, diseño no experimental, con corte transversal. La población

para este estudio en la variable de capacitación está conformada por los trabajadores, para la variable competitividad está conformada por los clientes, la técnica utilizada es la encuesta, el plan de análisis recopilados los datos se tabularon y se graficaron ordenándolos de acuerdo a cada variable. Se tomó información de 5 MYPE, utilizando las variables de Capacitación y Competitividad.

En cuanto al sustento teórico de la investigación, esta se realizó basada en las teorías, conceptos, tipos, indicadores, dimensiones y fuentes que pueden tener las MYPE supeditado especialmente en las variables de Capacitación y Competitividad.

Arias (2019) Calidad del servicio del cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles de 3 estrellas del distrito de Piura, 2015. Para el desarrollo del trabajo utilizó un tipo y nivel de investigación correlacional y un diseño no experimental transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 329 clientes, de los cuales se escogió una muestra de 141 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 44 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados:

El 53,9% de clientes encuestados, expresan estar algo de acuerdo en cuanto a la modernidad del mobiliario, equipos y herramientas, el 43,3% manifiesta estar apenas de acuerdo respecto a la entrega del servicio con la menor cantidad de errores, el 46,8% manifiesta estar algo de acuerdo respecto al comportamiento de los empleados en la inspiración de confianza y el 50.4% considera estar apenas de acuerdo que los empleados tienen conocimientos suficientes para responder preguntas. Finalmente como conclusión: La calidad del servicio que aplican los hoteles de 3

estrellas del distrito de Piura inciden desfavorablemente en el logro de la satisfacción de sus clientes.

2.2 Bases teóricas

Gestión de la Calidad.

El sistema de gestión de calidad puede considerarse como La organización que desarrolla estrategias de gestión empresarial en todos los aspectos que tenga relación con la calidad de los productos y servicios (Jaramillo, 2018).

Principios de la gestión de calidad.

Jaramillo (2018) define que son las actividades coordinadas para planificar, organizar, dirigir y controlar una organización con el propósito de establecer la política, los objetivos de la calidad. Es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la satisfacción permanente de las necesidades y expectativas del cliente y la obtención de beneficios en términos financieros y de competitividad.

Para Aenor (2017) Sistema de Gestión de la calidad. Requisitos (ISO 9001:2015). España. Estipula de acuerdo con las Normas ISO (9001-2015) se proporcionará una visión práctica de la calidad dentro del comercio y analizará los principales estándares para implementar un plan integral de calidad. Hay ocho principios de gestión de calidad las cuales son la siguiente:

Principio 1: Liderazgo, Los líderes instauran metas y objetivos. Las empresas deben crear y mantener un entorno interno para ellas, por eso que se debe mejorar el liderazgo de todos los departamentos y directivas de la entidad. Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la Administración de la Organización. Ellos

deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la Organización. Esto implica:

El liderazgo, compromiso y la participación activa de la dirección de la Organización, son esenciales para desarrollar y mantener un sistema de gestión de la calidad eficaz y eficiente para lograr beneficios para todas las partes interesadas. Para alcanzar estos beneficios es necesario establecer, mantener y aumentar la satisfacción del Cliente. La dirección debería considerar acciones tales como:

- Establecer una visión, políticas y objetivos estratégicos coherentes con el propósito de la institución,
- liderar la Organización con el ejemplo, con el fin de desarrollar confianza entre el personal,
- Comunicar la orientación de la Organización y los valores relativos a la calidad y al sistema de gestión de la calidad,
- Participar en proyectos de mejora en la búsqueda de nuevos métodos, soluciones y servicios,
- Obtener directamente retroalimentación sobre la eficacia y eficiencia del sistema de gestión de la calidad,
- Identificar los procesos de prestación del servicio que aportan valor a la Organización,
- Identificar los procesos de apoyo que influyen a la eficacia y eficiencia de los procesos de realización,

-Crear un ambiente que promueva la participación activa y el desarrollo del personal, y proveer la estructura y los recursos necesarios para apoyar los planes estratégicos de la Organización.

Principio 2 Enfoque al Cliente, la organización siempre dependerá de su clientela por ende debe entender las insuficiencias actuales y próximas del comprador o cliente. Dirigir y operar una Organización con éxito requiere gestionarla de una manera sistemática y visible. El éxito debería ser el resultado de implementar y mantener un sistema de gestión que sea diseñado para mejorar continuamente la eficacia y eficiencia del desempeño de la Organización mediante la consideración de las necesidades de las partes interesadas.

La dirección debería establecer una organización orientada al cliente mediante la definición de sistemas y procesos claramente comprensibles, gestionables y mejorables, en lo que a eficacia y eficiencia se refiere, y asegurándose de una eficaz y eficiente operación y control de los procesos, así como de las medidas y datos utilizados para determinar el desempeño satisfactorio de la Organización.

Beneficios clave:

-Mejora de la imagen de la Organización a través de una respuesta flexible y rápida a las oportunidades del mercado meta de Clientes.

-Aumento de la eficacia en el uso de los recursos de la Organización para aumentar la satisfacción del Cliente.

-Mejora de la fidelidad del Cliente, lo cual conduce a la mayor utilización de los servicios que brinda la organización.

-La aplicación del principio de enfoque al Cliente se implementa por medio de:

-Estudiar y comprender las necesidades y expectativas del Cliente, mediante investigaciones cuantitativas como las encuestas o cualitativas como los grupos focalizados (Focus Group).

-Asegurarse de que los objetivos y metas de la Organización están ligados a las necesidades y expectativas del Cliente

-Comunicar las necesidades y expectativas del Cliente a toda la Organización

-Medir la satisfacción del Cliente y actuar sobre los resultados.

-Gestionar de forma sistemática las relaciones con los Clientes.

-Asegurar el equilibrio entre la satisfacción de los Cliente y de las otras partes interesadas (tales como los accionistas, empleados, proveedores, comunidades locales y la sociedad en general).

Principio 3: Participación del personal, la motivación de empleados Para la compañía, esto es crucial, la compañía debe desarrollar un plan para compensar a sus subordinados con incentivo y reconocimiento. La dirección debería mejorar tanto la eficacia como la eficiencia de la Organización, incluyendo el sistema de gestión de la calidad, mediante la participación y el apoyo de las personas. Como ayuda en el logro de sus objetivos de mejora del desempeño, la dirección debería promover la participación y el desarrollo de su personal:

-Proporcionando formación continua y la planificación de carrera.

-Definiendo sus responsabilidades y autoridades.

-Estableciendo objetivos individuales y de equipo, gestionando el desempeño de los procesos y evaluando los resultados.

-Facilitando la participación activa en el establecimiento de objetivos y la toma de decisiones.

-Mediante reconocimientos y recompensas.

-Facilitando la comunicación de información abierta y en ambos sentidos.

-Revisando continuamente las necesidades de su personal.

-Creando las condiciones para promover la innovación.

-Asegurando el trabajo en equipo eficaz.

-Comunicando sugerencias y opiniones.

-Utilizando mediciones de la satisfacción del personal, e investigando las razones por las que el personal se vincula a la organización y se desvincula de ella.

Principio 4: Enfoque basado en procesos; cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso, los resultados esperados se pueden obtener de manera más eficiente, esto implica:

Cualquier actividad, o conjunto de actividades, que utiliza recursos para transformar entradas en salidas puede considerarse como un proceso. Para que las organizaciones operen de manera eficaz, tienen que identificar y gestionar numerosos procesos interrelacionados y que interactúan. A menudo la salida de un

proceso forma directamente la entrada del siguiente proceso. La identificación y gestión sistemática de los procesos empleados en la organización y en particular las interacciones entre tales procesos se conocen como «enfoque basado en procesos».

Promover la adopción de un enfoque basado en procesos para el desarrollo, implementación y mejora de la eficacia y eficiencia de un sistema de gestión de la calidad, con el fin de alcanzar la satisfacción de las partes interesadas mediante el cumplimiento de sus requisitos. Una ventaja del enfoque basado en procesos es el control continuo que proporciona sobre los vínculos entre los procesos individuales dentro del propio sistema de procesos, así como sobre su combinación e interacción.

Principio 5: Enfoque de sistemas para la gestión, comenzar a determinar y conducir los procesos interrelacionados como un sistema, cooperando a la efectividad y operatividad, esto implica: un enfoque para desarrollar e implementar un sistema de gestión de la calidad comprende diferentes etapas tales como:

- a. determinar las necesidades y expectativas de los Clientes y de otras partes interesadas.
- b. Establecer la política y objetivos de la calidad de la Organización.
- c. Determinar los procesos y las responsabilidades necesarias para el logro de los objetivos de la calidad.
- d. Determinar y proporcionar los recursos necesarios para el logro de los objetivos de la calidad.
- e. Establecer los métodos para medir la eficacia y eficiencia de cada proceso;
- f. Aplicar estas medidas para determinar la eficacia y eficiencia de cada proceso.

- g. Determinar los medios para prevenir no conformidades y eliminar sus causas;
- h. Establecer y aplicar un proceso para la mejora continua del sistema de gestión de la calidad.

Principio 6: Mejora continua, este principio tiene que ver con el ejercicio general de las entidades, como proyectar, producir, constatar y proceder. Esto implica: La mejora continua del sistema de gestión de la calidad es incrementar la probabilidad de aumentar la satisfacción de los Clientes y de otras partes interesadas. Las siguientes son acciones destinadas a la mejora: Análisis y evaluación de la situación existente para identificar áreas para la mejora; el establecimiento de los objetivos para la mejora; la búsqueda de posibles soluciones para lograr los objetivos; la evaluación de dichas soluciones y su selección; la implementación de la solución seleccionada; la medición, verificación, análisis y evaluación de los resultados de la implementación para determinar que se han alcanzado los objetivos; la formalización de los cambios.

Los resultados se revisan, cuando es necesario, para determinar oportunidades adicionales de mejora. De esta manera, la mejora es una actividad continua. La información proveniente de los clientes y otras partes interesadas, las auditorías, y la revisión del sistema de gestión de la calidad pueden, asimismo, utilizarse para identificar oportunidades para la mejora.

Para asegurar el futuro de la Organización y la satisfacción de las partes interesadas, la dirección de la Organización debería crear una cultura que implique a las personas de manera activa en la búsqueda de oportunidades de mejora del desempeño de los procesos, las actividades y los servicios.

Principio 7: Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones. Que se fundamenta al análisis de los datos y la información recopilada, entonces esto implica: Basarse en el análisis de datos obtenidos a partir de medidas e información recopilada. En este contexto, la Organización debería analizar los datos de sus diferentes fuentes tanto para evaluar el desempeño frente a los planes, objetivos y otras metas definidas, como para identificar áreas de mejora incluyendo posibles beneficios para las partes interesadas. Las decisiones basadas en hechos requieren acciones eficaces y eficientes tales como: métodos de análisis válidos, técnicas estadísticas apropiadas, y tomar decisiones y llevar a cabo acciones basadas en los resultados de análisis lógicos, en equilibrio con la experiencia y la intuición.

El análisis de los datos puede ayudar a determinar la causa de los problemas existentes o potenciales y por lo tanto proporciona una guía efectiva acerca de las acciones correctivas y preventivas necesarias para la mejora. La información y datos de todas las partes de la Organización deberían integrarse y analizarse para evaluar eficazmente el desempeño global de la organización. El desempeño global de la Biblioteca debería presentarse en un formato adecuado para los diferentes niveles de la organización. Los resultados del análisis pueden ser utilizados por la organización para determinar:

- las tendencias,
- la satisfacción del cliente,
- el nivel de satisfacción de las otras partes interesadas,
- la eficacia y eficiencia de sus procesos,

- la contribución de los proveedores,
- el éxito de sus objetivos de mejora del desempeño,
- la economía de la calidad y el desempeño financiero y el relacionado con el entorno,
- los estudios comparativos (benchmarking) de su desempeño, y
- la competitividad.

Principio 8: Relaciones con el proveedor, desarrollando confederaciones estratégicas con los proveedores, para mejorar las afinidades intrínsecas. Esto implica: Establecer relaciones con los proveedores y los aliados de la Organización para promover y facilitar la comunicación con el objetivo de mejorar mutuamente la eficacia y eficiencia de los procesos que crean valor. Existen varias oportunidades para que las Organización incrementen el valor a través del trabajo con sus proveedores y aliados tales como:

- optimizando el número de proveedores y de aliados,
- estableciendo comunicación en ambos sentidos en los niveles apropiados en ambas organizaciones para facilitar la solución rápida de problemas y evitar retrasos y disputas costosos,
- cooperando con proveedores en la validación de la capacidad de sus procesos,
- dando seguimiento a la habilidad de los proveedores para entregar productos conformes con el objetivo de eliminar verificaciones redundantes,
- alentando a los proveedores a implementar programas de mejora continua del desempeño y a participar en otras iniciativas conjuntas de mejora,

-involucrando a los proveedores en las actividades de diseño y desarrollo de la Organización para compartir el conocimiento y mejorar eficaz y eficientemente los procesos de prestación del servicio y entrega de productos conformes,

-involucrando a los aliados en la identificación de necesidades de compra y en el desarrollo de estrategias conjuntas, y evaluando, reconociendo y recompensando los esfuerzos y los logros de los proveedores y de los aliados.

Beneficios clave al tener una buena relación con el proveedor:

- a. Aumento de la capacidad de crear valor para ambas partes.
- b. Flexibilidad y rapidez de respuesta de forma conjunta a un entorno cambiante o a las necesidades y expectativas del Cliente
- c. Optimización de costos y recursos.

Dimensiones de la gestión de calidad.

Anco (2017) expresa que, por las siguientes razones, la alta calidad del producto ya no es una excepción aleatoria, en cambio, es el resultado de un plan de calidad integral, confiable y efectiva, construida sobre unos principios muy claros. La Gestión de Calidad Total ha sido uno de los fundamentos que ha ganado mayor interés en las últimas décadas dentro del campo de la gestión empresarial. El interés estimulado tiene su germinación en la transmutación producidos en el entorno, tal cual es la globalización de la economía, una lucha creciente, la expansión de las innovaciones escoltadas por una aceleración de la tecnología, y un desplazamiento diseminado de los consumidores de servicios y productos en orden a exigencias de mayores niveles de calidad.

Planificación

Anco (2017) Una acción racional que tiene como propósito lograr múltiples intenciones por medios convenientes para la determinación de la asignación de recursos carentes. En este apartado se montará las facies que propugnan el proceso de programación y de planificación reanudando la metodología dada por Ezequiel. Existen diferentes definiciones para el término "PLANIFICACION", cada individuo tiene sus propias nociones sobre el concepto de la palabra "PANIFICACION". De entre todas las descripciones más habituales para este término están:

-La planificación es el procedimiento por el cual las organizaciones establecen ciertos planes de acción futuros por adelantado.

-La planificación es el protocolo de disponer cómo la empresa u organización puede llegar adonde desee ir.

-La planificación implica tamizar entre un futuro facultativo de acción para la empresa y para cada sector o dependencia que esté incluida.

Control

Benítez, (2016) expone que el Control de la Calidad que da solución a la problemática detectada en el desarrollo de fabricación por intermedio de la aplicación de los fundamentos y métodos del análisis estadístico y de probabilidad En esta etapa, considere la calidad orientada al proceso.

Después de diseñar un proceso o una planificación, y una vez que se procede a su implantación a nivel local, es imprescindible poner en marcha mecanismos de control y mejora continua que permitan medir su calidad. Estos mecanismos deben

utilizarse sistemáticamente para conocer todos los aspectos claves en el desarrollo del proceso asistencial:

- Si su variabilidad se mantiene dentro de unos márgenes aceptables.
- Si la efectividad del proceso es la deseada, es decir, si los indicadores de resultados o de valoración integral del proceso son satisfactorios.
- Si los usuarios están satisfechos: se han eliminado espacios en blanco, tiempos de espera innecesarios, se garantiza la accesibilidad a los clientes,
- Si se mantienen los niveles de eficiencia previstos, y los indicadores demuestran una mejor utilización de los recursos.
- Si se escucha la opinión de los profesionales y las personas que intervienen en el desarrollo del proceso consideran que su trabajo ha mejorado.

Aseguramiento

Ruíz (2019), el Aseguramiento de la calidad es el proceso que consiste en auditar los requisitos de calidad y los resultados obtenidos a partir de medidas de control de calidad y se utilicen definiciones operacionales y normas de calidad adecuadas. El aseguramiento de la calidad persigue construir confianza en que las salidas futuras o incompletas se completarán de tal manera que se cumplan los requisitos y expectativas establecidos. A menudo, las actividades de aseguramiento de calidad son supervisadas por un departamento de aseguramiento de calidad o una organización similar.

Mejora Continua

Ruíz (2019) Sustenta que existe una cultura de mejora continua. La enseñanza continua es los cimientos para mejorar La educación continua es la base del progreso. Fomentar la comprensión creativa y la innovación. Actividades de evaluación comparativa para apoyar la innovación y la mejora.

Ruíz (2019), es necesario establecer un Plan de Mejora para introducir los cambios necesarios en el proceso previamente diseñado. Este Plan debe contemplar todos los aspectos que permitan conducir el proceso hacia la excelencia y, en este sentido, debe responder a las siguientes preguntas:

¿Quién lleva a cabo la mejora?: Aspectos relacionados con las personas, como el grado de implicación de los profesionales (objetivos individuales, incentivos, etc.), la capacidad de introducir innovaciones y el grado de autonomía para hacerlas posible.

¿Cómo se lleva a cabo?: Forma de organizar las estrategias de mejora, es decir, cuestiones tales como quién las lidera, con qué estructura organizativa (comisiones, grupos de trabajo, etc.).

¿Cuándo?: Si se planifican las actividades de mejora con carácter puntual o están integradas en el trabajo diario, etc. ¿Qué se necesita?: Recursos de formación, tiempo, personas, recursos materiales, etc.

Variable Competitividad

Para Villegas, (2018), nos explica que el desempeño competitivo de una organización o industria se sujeta de una amplia gama de factores, que dentro de ella puede subdividirse en factores de la organización, factores estructurales

(especialmente cada departamento dentro del parque industrial) y sistémicos. Rigurosamente hablando, las causas sistémicas que determinan la competitividad de una organización son aquellos que constituyen factores extrínsecos. También afectan el entorno competitivo y pueden afectar significativamente las ventajas competitivas que la empresa de un país tiene o carece en relación con sus competidores en el mercado internacional.

Estrategias de Competitividad

Villegas, (2018) Es una característica distintiva de una entidad u organización, por ende, destaca de la competencia y tiene una cristalina ventaja en comparación con otras empresas, con la finalidad generar una mayor utilidad, debe ser única dentro de su departamento, estimada por los consumidores o clientes finales, y sustentarse a lo largo de la era. Para este fin, la entidad o las entidades pueden usar cualquiera de los siguientes tres métodos de estrategia competitiva general de Michael Porter:

Estrategia de liderazgo en costos, Una organización puede lograr un liderazgo en costos cuando el costo de la calidad de servicios o productos de calidad similar es menor que el de sus competidores. Debido a la ventaja de costos, la compañía logró bajar los precios hasta que eliminó las ganancias de la competencia. (Villegas, 2018)

Estrategia de desemejanza o diferenciación no es exclusivamente de 1 organización de cada departamento, por el contrario, varias compañías pueden tenerla, un ejemplo claro es que Uno de ellos se destaca en diseño y el otro se destaca en términos de rendimiento. Perfectamente recomendable para su uso en mercados insensibles a los precios. Esto significa Que La singularidad que ofrece esta unidad de negocios no tiene comparación con sus competidores y sus compradores, valoran más

que solo ofrecer precios más bajos. Es primordial entender las importantes fuentes potenciales de las desemejanzas que surgen de las actividades de la cadena de valor y el despliegue de la experiencia necesaria para hacer realidad estos potenciales (Villegas, 2018).

Estrategia de Enfoque, Crea mercancías y Servicios diseñados específicamente a propósito de satisfacer sus inclinaciones y necesidades en función de segmentos de mercado específicos. Una entidad puede focalizar en una agrupación de usuarios específicos. Línea de productos o mercado geográfico. Con esta táctica, la compañía apunta a mercados pequeños, pero por proposición puede aumentar la eficiencia donde debe lograr equilibrio de mercado suficientemente diminuto para que la competencia no puede producir economías de proporción, y un mercado suficientemente enorme puede ser provechoso y tener aptitud de incremento y el principal riesgo es que los competidores decidan apuntar al mismo mercado o que la segmentación no avanza bien y se pierden oportunidades en otros segmentos del mercado (Villegas, 2018).

Dimensiones de Competitividad

Calluper (2019) Por competitividad se entiende que la capacidad de cualquier tipo de empresa u organización para desarrollar y mantener una ventaja comparativa le permite gozar y sustentar una posición importante en el entorno socioeconómico en el que opera. La competitividad empresarial puede considerarse desde dos aspectos; como competitividad interna y competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad propia de la empresa al comparar la eficiencia con la eficiencia de su estructura interna (producción y servicio) durante un período de tiempo.

Eficiencia, pero en general, es menos importante que el análisis de competencia externa, que expresa los conceptos de mayor debate, mayor divulgación y mayor análisis.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es una muestra estratégica preparado por el profesor y futbolista Michael Porter de la Escuela de Negocios Harvard, en el año de 1979. Esta muestra determina un marco para examinar el grado de competencia dentro de una organización, para luego poder elaborar una estrategia en el negocio (Calluper, 2019).

Poder de negociación de los clientes: Si hay pocos clientes en el mercado, existe el riesgo de organizarse y aceptar el precio que creen que debe pagarse. Esto representa una amenaza para la empresa. El adquisidor busca aprovechar al máximo sus recursos al negociar el costo de compra. Esto logra que el proveedor tenga que establecer el costo de las materias primas y de los demás componentes (Calluper, 2019).

Poder de negociación de los proveedores: El poder de negociación amenaza a los proveedores. Podremos decir que en esta fuerza es el poder de los proveedores, en la cual atrapan más valor al incrementar los precios, restringiendo los servicios y la calidad, igualmente modificar los costos entre los agentes del sector. Estos pueden apretar la rentabilidad de una industria que es incapaz de difundir el incremento de los costos a sus mismos precios. Un grupo es sólido cuando está más focalizado en sí mismo que a la empresa que le vende, la cual no depende de la empresa para sus ingresos, cuando la industria no logra presionar el precio del costo de lo que adquieren enfrentando a los proveedores, cuando los proveedores brindan productos muy

diversos, cuando no existe un producto de reemplazo y cuando el proveedor se une a la industria (Calluper, 2019).

Amenaza de los nuevos competidores entrantes: Desea lanzar un nuevo producto en un mercado específico con ciertas barreras de entrada. Esta fuerza es la amenaza de los próximos participantes que produzcan capacidad y aspiración de incrementar la participación del mercado al montar tensión en los precios, costos y en el índice de inversión indispensable para entrar en competencia; así como la afluencia de otros mercados con potenciales y afluencia de efectivo nuevos que alborotan la competencia. El peligro de nuevos participantes impone un tope en la cabida de beneficios del sector. Cuando la amenaza es superior, los operadores deben preservar sus precios bajos y agilizar sus inversiones para desalentar a los nuevos rivales (Calluper, 2019).

Amenaza de productos sustitutos: Hay productos que son muy similares entre sí en el mercado, lo que significa que la mayoría de las empresas tienen bajos márgenes de ganancia. El producto sustancial es aquel que pueda ejercer la misma tarea que la oferta de la industria y sobre todo una competencia en los precios por los innovadores productos. Establece una amenaza en el mercado puesto que puede repercutir la oferta y la demanda y más incluso cuando estos productos se muestran con bajos precios, buena efectividad y buena calidad (Calluper, 2019).

Esta fuerza se lleva a cabo de la misma manera o con funciones semejantes a los productos disponibles en la industria, sin embargo, por formas distintas. Constantemente están asistentes, pero es muy sencillo pasarlos por alto, puesto que la forma en la que surgen es imprevista y reducen los costos y capacidades de una

industria. La intimidación de los suplentes es elevada si muestran una alta desempeño, relación y costo, en tanto la evolución del valor al suplente es menudo.

Rivalidad entre las empresas: Este es el resultado de las otras cuatro fuerzas. Dependiendo de la competencia entre la competencia, las ganancias generadas por el sector son mayor o menor. En otras palabras, cuando un conjunto de organizaciones que combaten entre sí genera el mismo producto, donde la contienda en relación a ventas se sustenta en Avances en la exhibición del producto, en su sencillo manejo, en su contenido (Calluper, 2019).

Conforme a Porter según (Calluper, 2019), ésta potencia es el efecto de otras potencias anteriores y la más fundamental en una industria, ya que contribuye a que una compañía tome las acciones precisas para garantizar su postura en el mercado a costa de los contrincantes vigentes. Estas potencias son distintos modos, desde la reducción de costos, la implantación de productos renovados, trabajos de propaganda, e intensificaciones en el servicio.

III. HIPÓTESIS

La hipótesis de la investigación es una proposición hecha mediante la recopilación de datos e información. Aunque no se ha confirmado, puede responder alternativamente a problemas con una base científica, que también puede usarse como sugerencias temporales que no están destinadas a ser utilizadas. Probar estrictamente qué predicciones deben verificarse mediante métodos científicos. (Hernández, 2018)

IV METODOLOGIA

4.1 Tipo de investigación.

Según Hernández (2018) la metodología fue de tipo cuantitativa que consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo. Por ello, El tipo de la investigación fue Cuantitativa puesto que se cuantifico y midió numéricamente las variables estudiadas Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro hoteles en la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.

4.2 Nivel de la investigación

El nivel de la presente es DESCRIPTIVO. Para el autor Hernández (2018) , define que la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Donde los resultados de una investigación descriptiva se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. Este trabajo de investigación busca especificar las características del problema y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado de las MYPE rubro Hoteles en la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.

4.3 Diseño de la investigación.

Diseño No experimental: Hernández, (2018) manifiesta que el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado. Por lo tanto, la investigación

utilizará un diseño no experimental transversal, primero porque se analizará y medirá la Gestión de Calidad y competitividad de las MYPES rubro hoteles en la av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita año 2020, sin la manipulación deliberada de estas variables, por lo que únicamente se pretende observar los fenómenos a estudiar en su ambiente natural para después analizarlos y de corte transversal, porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

4.4 Población

Hernández (2018) manifiesta que una población desde el punto de vista estadístico, es un conjunto finito o infinito de entes (individuos, objetos, empresas, etc.) que poseen unas características comunes. El tamaño que tiene una población es un factor muy importante en el proceso de investigación y viene dado por el número de elementos que constituyen la misma.

Mediante esta investigación lo que se busca exponer es quienes son los elementos de estudio: Para las variables Gestión de calidad y competitividad se ha considerado que su población es finita e infinita, en la matriz de operacionalización de las variables y en la matriz de indicador pregunta se especifica la fuente de cada indicador de las variables y dimensiones.

Para la Variable Gestión de calidad donde se tiene que la población es finita para los indicadores: liderazgo, enfoque al cliente, enfoque a procesos, enfoque del sistema, mejora continua, enfoque a toma de decisiones, relación con los proveedores, planificación, control, mejora continua. Por otra parte, es infinita para los indicadores: participación del personal y aseguramiento.

Para la variable Competitividad donde se tiene que la población es finita para los indicadores: Estrategia de diferenciación, estrategia del enfoque, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, rivalidad entre

los competidores. Por otra parte, es infinita para los indicadores: Estrategia de liderazgo en costos, amenaza de nuevos competidores entrantes, Amenaza de nuevos productos sustitutivos.

Muestra:

Para los indicadores de las Variables Gestión de calidad y competitividad donde su población es Finita: (Hernández, 2018) explica que, si la población es mínima o igual de 50 personas, la población es equivalente a su muestra por lo tanto no se requiere de aplicación de fórmula estadística, los elementos identificados conforman la muestra donde $n = N$; entonces $n = 14$. Por consiguiente, la muestra para la variable gestión de calidad queda conformada por los 4 dueños y 10 trabajadores de las MYPE rubro Hoteles de la Av. Víctor Raúl Haya de la torre, Paita 2020. entre mujeres y hombres, las edades son entre 18 y 50 años.

Cuadro 01: Relación de las MYPE en estudio

ORDEN	MYPE	PROPIETARIOS	TRABAJADORES
1	HOTEL 1	1	3
2	HOTEL 2	1	2
3	HOTEL 3	1	2
4	HOTEL 4	1	3
TOTAL		4	10

Fuente: elaboración propia

El tamaño muestral para los indicadores: Participación del personal, aseguramiento, estrategia de liderazgo en costos, amenaza de nuevos competidores entrantes, Amenaza de nuevos productos sustitutivos, requiere de la aplicación de fórmula estadística infinita, siendo la fórmula la siguiente

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot x \cdot y}{e^2}$$

Dónde:

Z 2 = Grado de confiabilidad (92%: Valor = 1.75)

e = Margen de error (8%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Reemplazando:

$$x = \frac{1.75^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.08^2}$$

$$x = \frac{0.765625}{0.0064}$$

$$A = 119.6$$

Criterios de inclusión

- **Variable Gestión de Calidad**

Trabajadores con más de tres meses de servicio

- **Variable Competitividad**

Todos los clientes sin excepción

Criterios de exclusión

- **Variable Gestión de calidad**

A trabajadores con menos de tres meses de servicio

- **Variable Competitividad**

No se excluye a ningún cliente.

4.5 Definición y operacionalización de las variables

Tabla 1 Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensiones	Operacionalización	Indicador	Fuente	Escala
GESTIÓN DE CALIDAD	La gestión de calidad es un proceso oportuno y adecuado de valor agregado, el cual promueve y ejecuta políticas de calidad en forma permanente con el fin de orientar las actividades y procesos a nivel de expectativa con el objetivo de mantener el nivel de calidad del producto de acuerdo a la necesidad y exigencia del cliente. (Jaramillo, 2018)	<p>Principios</p> <p>La gestión de calidad es un conjunto de actividades coordinadas que permiten orientar y controlar a un organismo en materia de calidad que se despliegan de la función general de la dirección de la dirección (Jaramillo, 2018).</p>	<p>La dimensión de “Principios” se calculará a través de sus indicadores, Enfoque al cliente, Liderazgo, Personal Gestión, Toma de decisiones</p> <p>En base a la técnica de la encuesta, mediante la herramienta de cuestionario aplicado a los trabajadores y propietarios</p>	Liderazgo	Trabajador	Nominal
		Enfoque al cliente		Trabajador	Nominal	
		Participación del Personal		Cliente	Nominal	
		Enfoque a procesos		Trabajador	Nominal	
		Enfoque del sistema		Trabajador	Nominal	
		Mejora Continua		Propietario	Nominal	
		Enfoque a toma de decisiones		Trabajador	Nominal	
		Relación con los proveedores		Propietario	Nominal	
		<p>Dimensiones</p> <p>Es el resultado de un plan de calidad integral, confiable y efectiva, construida sobre unos principios muy claros (Anco, 2017).</p>	<p>La dimensión de “Dimensiones” se medirá a través de sus indicadores, Planificación, Control, Aseguramiento, Mejora continua, En base a la técnica de la encuesta mediante la herramienta de cuestionario.</p>	Planificación	Trabajador	Nominal
		Control		Trabajador	Nominal	
		Aseguramiento		Cliente	Nominal	
		Mejora Continua		Propietario	Nominal	

COMPETITIVIDAD	Es una característica distintiva de una entidad u organización, por ende, destaca de la competición y tiene una cristalina ventaja en comparación con otras empresas, con la finalidad generar una mayor utilidad, debe ser única dentro de su departamento, estimada por los consumidores o clientes finales, y sustentarse a lo largo de la era. Para este fin, la entidad o las entidades pueden usar cualquiera de los siguientes tres métodos de estrategia competitiva general de Michael Porter (Villegas, 2018).	Estrategias Villegas, (2018) Es una característica distintiva de una entidad u organización, por ende, destaca de la competición y tiene una cristalina ventaja en comparación con otras empresas,	La dimensión de “Estrategias” se medirá a través de sus indicadores, Estrategia de Liderazgo en costos, Estrategia de Diferenciación y Estrategia del enfoque.	Estrategia de liderazgo en costos.	Cliente	Nominal
		Estrategia de diferenciación		Propietario	Nominal	
		Estrategia del enfoque		Trabajador	Nominal	
	El análisis de las cinco fuerzas de Porter es una muestra estratégica que permite analizar cualquier empresa en términos de rentabilidad (Calluper, 2019).	Dimensiones El análisis de las cinco fuerzas de Porter es una muestra estratégica que permite analizar cualquier empresa en términos de rentabilidad (Calluper, 2019).	La dimensión de “Dimensiones” se medirá a través de sus indicadores, Poder de negociación de los clientes, Poder de negociación de los proveedores, Amenaza de nuevos competidores entrantes, Amenaza de nuevos productos sustitutivos, Rivalidad entre los competidores	Poder de negociación de los clientes	Propietario	Nominal
				Poder de negociación de los proveedores	Propietario	Nominal
				Amenaza de nuevos competidores entrantes	Clientes	Nominal
				Amenaza de nuevos productos sustitutivos	Cliente	Nominal
				Rivalidad entre los competidores	Propietario	Nominal

Fuente: Elaboración Propia

4.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTO

TÉCNICA

Para (Díaz S. C., 2015) Las técnicas es una colección de mecanismos, medios y sistemas que guían, recopilan, guardan, rehacen y transmiten datos en una encuesta determinada. Por lo tanto, con el desarrollo de este estudio, se utilizaron técnicas de encuesta para muestrear la población objetivo.

Se elaboró 29 preguntas cerradas donde 8 preguntas son para los propietarios, 13 preguntas cerradas para los Trabajadores de las 4 MYPES estudiadas, 8 preguntas cerradas para los clientes.

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

El cuestionario con 29 preguntas, el investigador Dante Olivera se encargó de manera personal para el recojo de toda la información distribuida de acuerdo al cuadro número 2 y 3:

Cuadro 02: Aplicación de cuestionario a los Trabajadores

APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A TRABAJADORES	
MYPE	TRABAJADORES
1	3
2	2
3	2
4	3
TOTAL	10

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 03: Aplicación de cuestionario a los clientes

APLICACIÓN DE CUESTIONARIO DIRIGIDO A CLIENTES	
MYPE	CLIENTE
1	55
2	12
3	16
4	37
TOTAL	120

Fuente: elaboración propia

4.7 Plan de análisis

En cuanto a la investigación realizada, los datos recopilados deben ser a través de un programa donde se buscará la frecuencia y el porcentaje de cada elemento. Luego se presentarán a través de las tablas y gráficos utilizados en el programa Excel. Los datos serán analizados y los resultados y porcentajes deben ser explicados.

Para (Díaz S. C., 2015), expone que las herramientas de investigación son recursos que los investigadores pueden usar para tratar fenómenos y extraer información de ellos, de modo que puedan registrar la información recopilada y facilitar la toma de decisiones y los cálculos estadísticos. Los cuestionarios se recopilan para recopilar información de investigación, que es la única forma posible de comunicarse con un gran número de personas para comprender varios aspectos de las variables estudiadas, mientras que las preguntas de estandarización pueden producir datos más confiables.

4.8 Principios Éticos

ULADECH, (2019) en su Código de Ética para la Investigación, publicó: Los principios éticos descritos en el presente código, deben regir las normativas de elaboración de los proyectos de investigación en la universidad, realizados para los distintos niveles de estudios y modalidad; así como para los proyectos del Instituto de Investigación. El presente Código de Ética tiene como propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad. Ese quehacer tiene que llevarse a cabo respetando la correspondiente normativa legal y los principios éticos definidos en el presente Código, y su mejora continua, en base a las experiencias que genere su aplicación o a la aparición de nuevas circunstancias. La aceptabilidad ética de un proyecto de investigación se guía por cinco principios éticos en cuanto se involucre a seres humanos o animales. Estos principios éticos tienen como base legal a nivel Internacional: el Código de Núremberg, la Declaración de Helsinki y la Declaración Universal sobre bioética y derechos Humanos de la UNESCO. En el ámbito nacional, se reconoce la legislación peruana para realizar trabajos de investigación.

PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA

a) Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen

voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad. (ULADECH, 2019).

Se evaluó de manera pertinente el desarrollo del protocolo de consentimiento, asimismo el propietario de la MYPE no colocó sus datos y firma, sin embargo, los propietarios de la MYPE autorizaron la aplicación del instrumento de recojo de información. Mediante ello informaremos con claridad el propósito de la investigación, donde consideramos el perfil del mismo. También informamos que cuando se aplique la encuesta puede retirarse en cualquier momento si no desea continuar por abstenerse a dar respuesta.

b) Libre participación y derecho a estar informado. - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. (ULADECH, 2019)

Se respondieron cada una de las interrogantes de nuestros participantes, de esta manera estarán informados de nuestra investigación y se sentirán seguros de dar su consentimiento para ser encuestados, ya que para proceder a encuestar tenemos que tener el consentimiento de cada uno de ellos, como primordial de las MYPE.

c) Beneficencia no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las

personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios. (ULADECH, 2019)

Mediante la pandemia que estamos viviendo en la actualidad, hemos aplicado parte del cuestionario de manera online, de esta manera evitaremos el contagio del virus COVID-19, ya que es un riesgo en nuestra actualidad que podría llevarnos hasta la muerte, de esta manera nuestros participantes estarían fuera de riesgo.

d) Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación (ULADECH, 2019).

Al iniciar de nuestra encuesta le mostramos a los participantes que la presente investigación será de manera voluntaria, donde todo será equitativo, ya que los datos demográficos son por igualdad a todos nuestros participantes. Asimismo, les informamos que podrán visualizar los resultados en el repositorio de la universidad ULADECH por que serán publicados.

e) Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta

especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados. (ULADECH, 2019).

En este principio nuestros participantes observaron en nuestra encuesta que su participación será de manera anónima, cuidaremos su identidad, ya que el manejo de la información será por el autor de la investigación bajo el asesoramiento del docente tutor.

f) Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios (ULADECH, 2019).

Un gran motivo de reciclar y cuidar el medio ambiente en estos tiempo, utilizamos papel reciclado donde la encuesta fue de manera presencial teniendo en cuenta el cuidado según los protocolos frente a la pandemia que estamos viviendo de la COVID 19, Para conseguir que el ambiente empiece a recuperarse de todos los daños que ha vivido a lo largo del tiempo y de la contaminación por las actividades humanas; es importante cumplir con ciertas medidas y en todos los aspectos; ya que haciéndolo al pie de la letra el tiempo de vida se duplicará; manteniendo la calidad del ambiente disponible para todos los seres vivos.

4.9 Matriz De Consistencia

Tabla 2 matriz de consistencia

TITULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPOTESIS	METODOLOGIA		
Gestión de calidad y competitividad de las MYPE, rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020	¿Cómo es la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020?	OBJETIVO GENERAL	Gestión de calidad	La hipótesis de la investigación es una proposición hecha mediante la recopilación de datos e información. Aunque no se ha confirmado, puede responder alternativamente a problemas con una base científica, que también puede usarse como sugerencias temporales que no están destinadas a ser utilizadas. Probar estrictamente qué predicciones deben verificarse mediante métodos científicos (Hernández, 2018).	Diseño: Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental de corte transversal	Técnicas e instrumentos	
		Identificar como es la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.				Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento el cuestionario	
		OBJETIVOS ESPECÍFICOS			Competitividad	Población y Muestra:	Plan de Análisis
		Identificar los principios de la gestión de calidad de las MYPE rubro hoteles en la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.					La población: Gestión de calidad fue finita. Competitividad fue infinita. Muestra: Gestión de calidad 4 propietarios y 10 trabajadores Competitividad 120 clientes
		Analizar dimensiones de la gestión de calidad en las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.					
		Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.					
		Conocer las dimensiones de la competitividad bajo las 5 fuerzas de Porter de las MYPE hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.					

Fuente: Elaboración propia.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Variable Gestión De Calidad

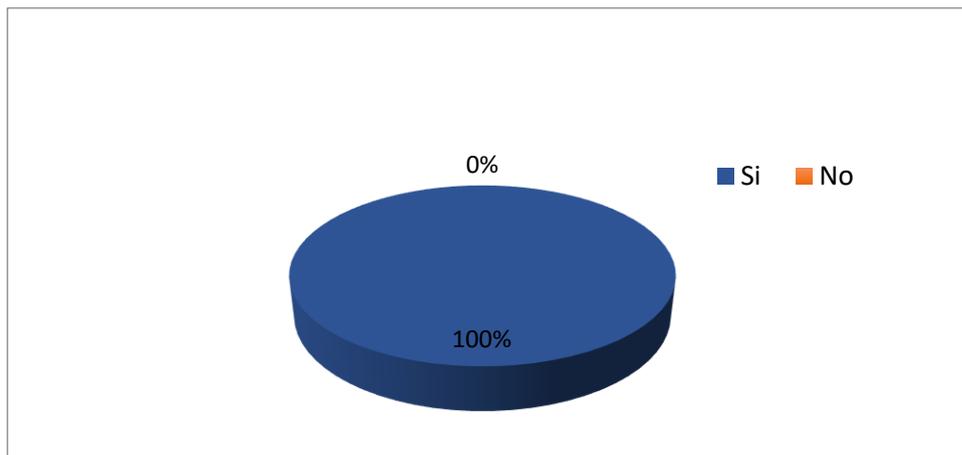
5.1.1.1 Objetivo: Identificar los principios de la gestión de calidad de las MYPE rubro hoteles en la av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita año 2020.

Tabla 3
¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador

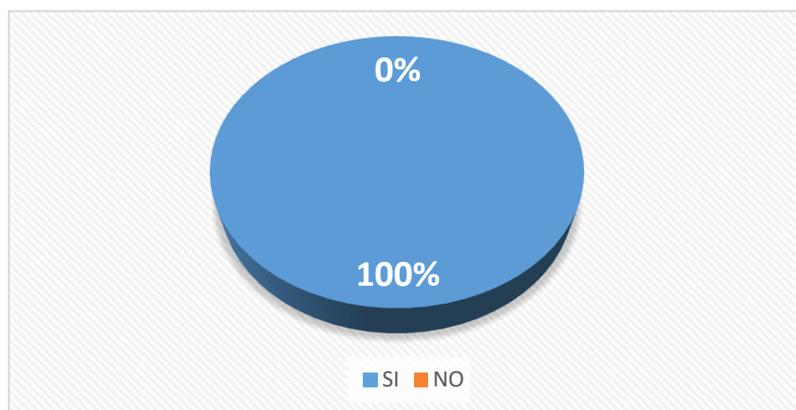
Elaboración: Propia



Grafica 1: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?

Interpretación: En la tabla 3 y figura 1 denominadas ¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo? se puede observar que el 100% si cree que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo.

Tabla 4
¿El hospedaje, lleva a cabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?



Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador

Elaboración: Propia

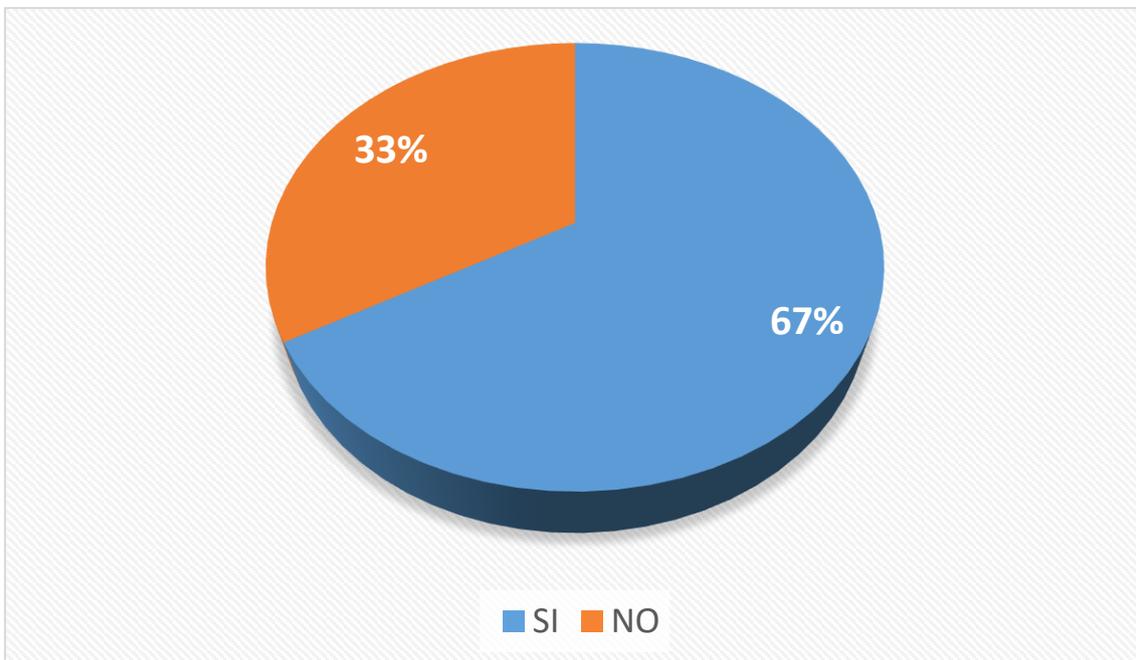
Grafica 2: Diagrama circular que representa ¿El hospedaje, lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?

Interpretación: En la tabla 4 y figura 2 denominadas ¿El hospedaje, lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer? se puede observar que el 100% si lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer.

Tabla 5
¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	67%
No	40	33%
Total	120	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Cliente.



Elaboración: Propia.

Grafica 3: Diagrama circular que representa ¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?

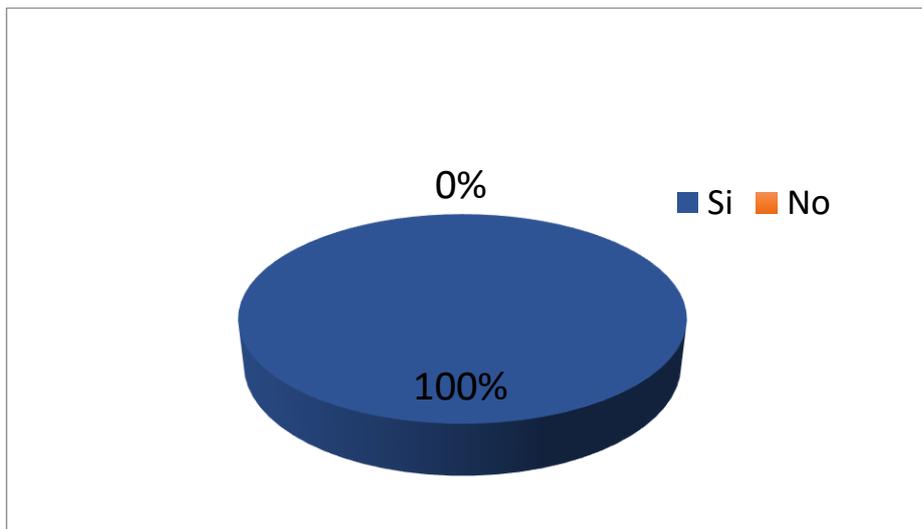
Interpretación: En la tabla 5 y figura 3 denominadas ¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?, se puede observar que el 67% de clientes si están atentos a deseos y necesidades y el 33% no.

Tabla 6
¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al trabajador.

Elaboración: Propia.



Grafica 4: Diagrama circular que representa ¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?

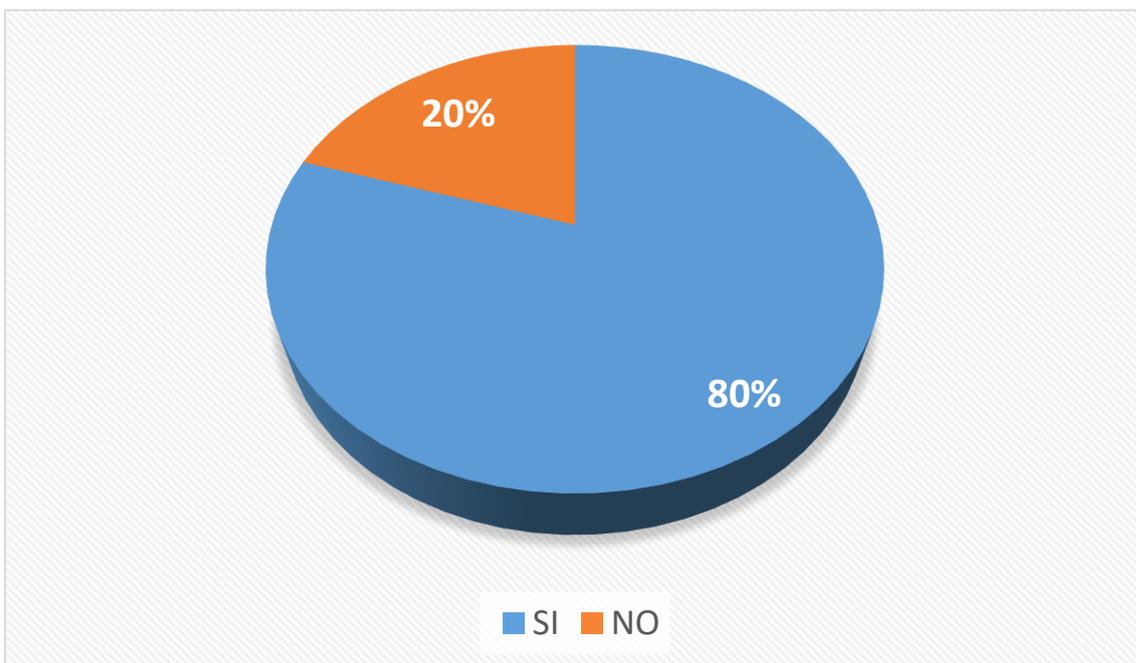
Interpretación: En la tabla 6 y figura 4 denominadas ¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido? se puede observar que el 100% si establecen programas para lograr objetivos en el tiempo requerido.

Tabla 7
¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al trabajador.

Elaboración: Propia.



Grafica 5: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?

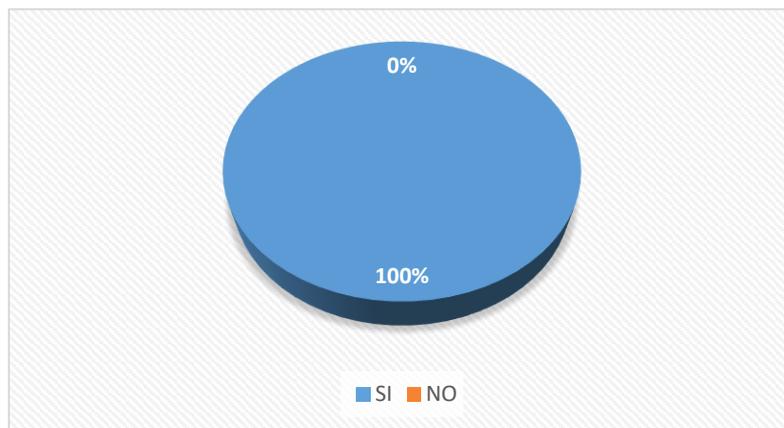
Interpretación: En la tabla 7 y figura 5 denominadas ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información? Se puede observar que el 80% si hacen uso de las Tecnologías de la información y el 20% no.

5.1.1.2 Objetivo: Analizar dimensiones de la gestión de calidad en las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita año 2020.

Tabla 8
¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al trabajador.



Elaboración: Propia.

Grafica 6: Diagrama circular que representa ¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?

Interpretación: En la tabla 8 y figura 6 denominadas ¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE? Se puede observar que el 100% si diseñan estrategias para mejorar la gestión de calidad.

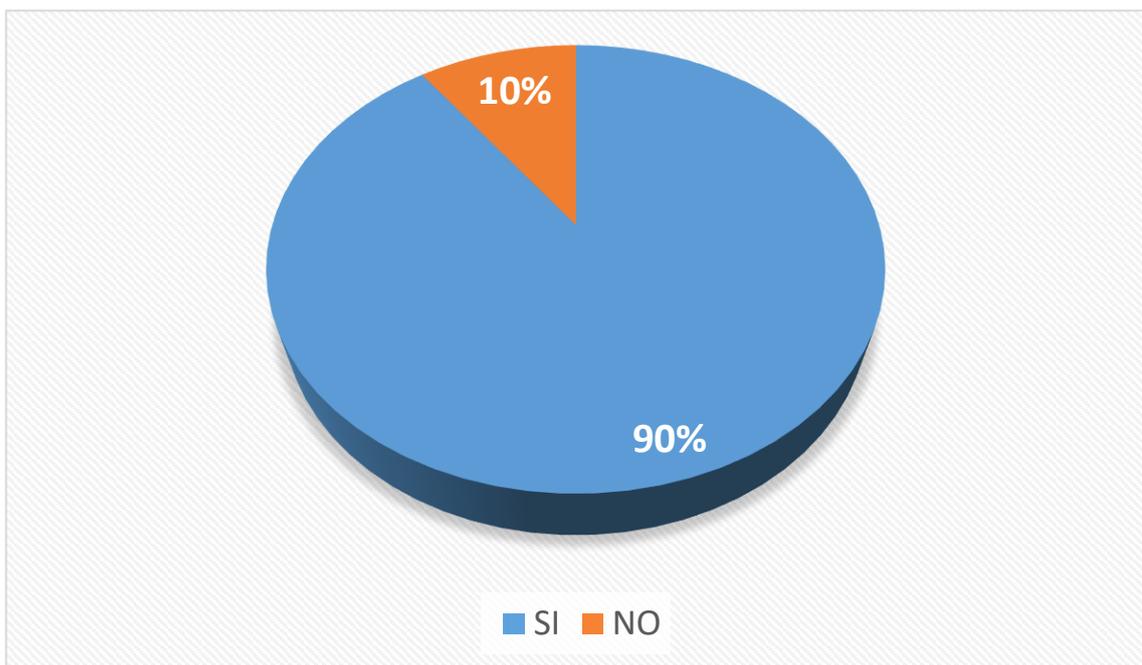
Tabla 9

¿Se establece claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	90%
No	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador

Elaboración: Propia



Grafica 7: Diagrama circular que representa ¿Se establece claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?

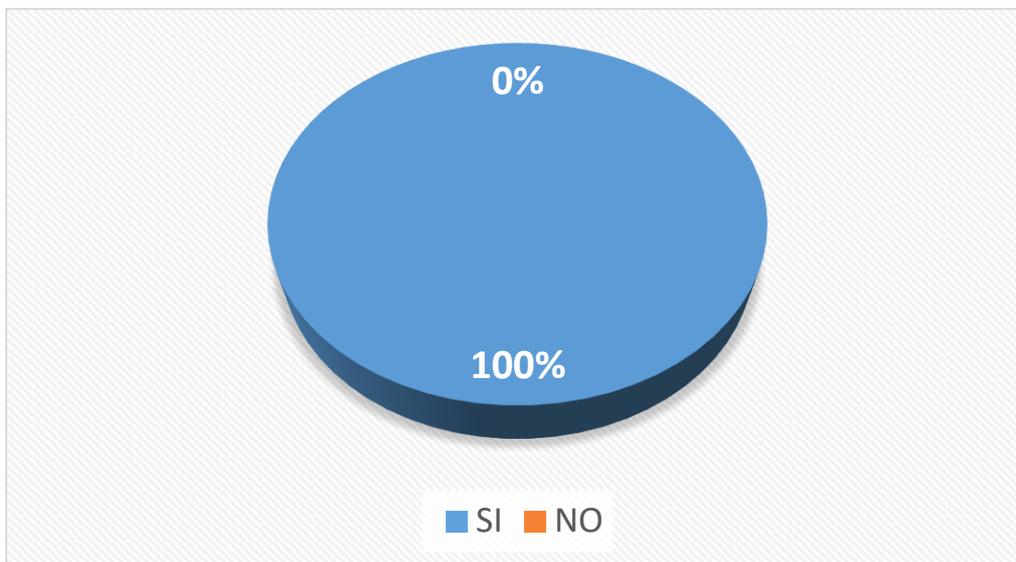
Interpretación: En la tabla 9 y figura 7 denominadas ¿Se establece claramente las áreas de responsabilidad y autoridad? Se puede observar que el 90% de los trabajadores si establecen claramente las áreas de responsabilidad y autoridad, mientras que el 10% no.

Tabla 10
¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Propietario

Elaboración: Propia



Grafica 8: Diagrama circular que representa ¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?

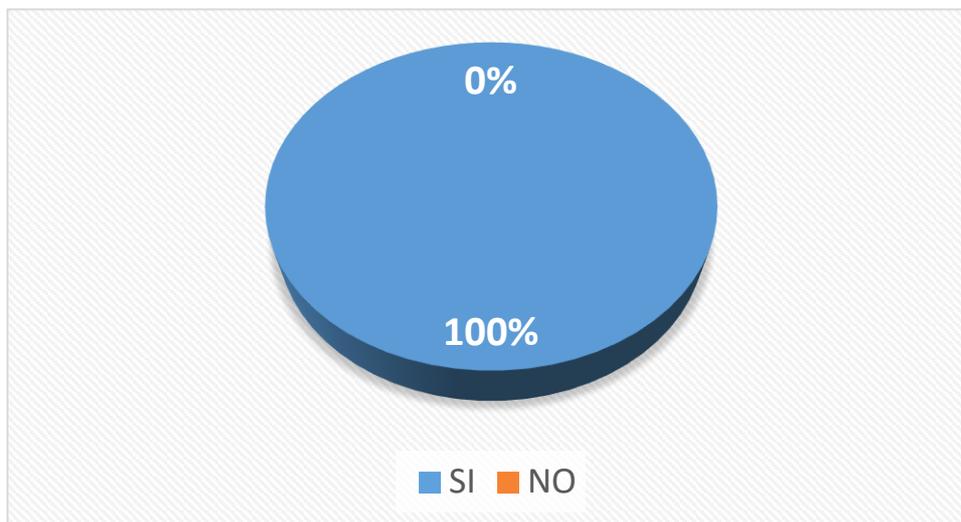
Interpretación: En la tabla 10 y figura 8 denominadas ¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores? Se puede observar que el 100% de los propietarios mantienen una buena comunicación con sus proveedores.

Tabla 11
¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Propietario

Elaboración: Propia



Grafica 9: Diagrama circular que representa ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?

Interpretación: En la tabla 11 y figura 9 denominadas ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos? Se puede observar que el 100% de los propietarios llevan control de proveedores e relación a la compra de productos.

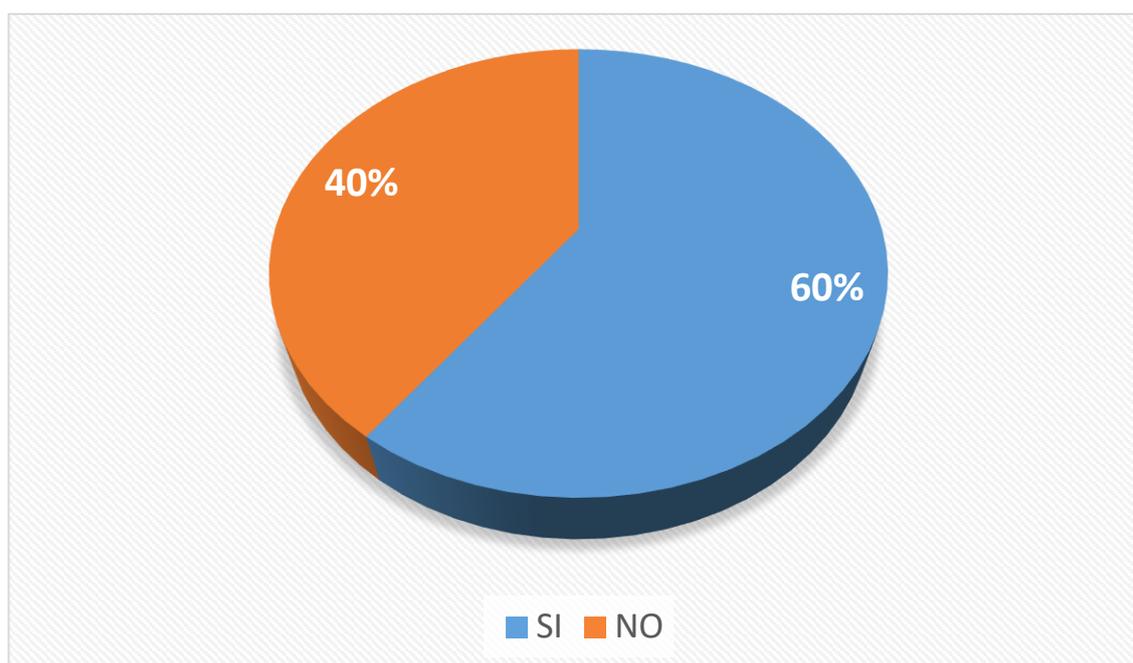
Tabla 12

¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador

Elaboración: Propia



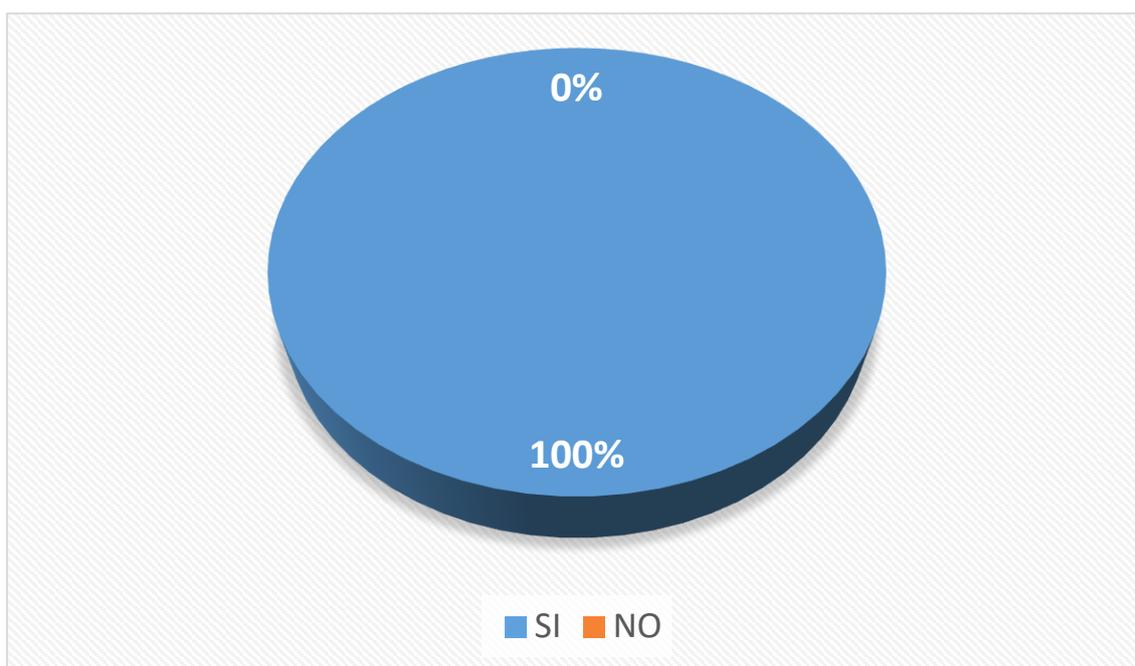
Grafica 10: Diagrama circular que representa ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?

Interpretación: En la tabla 12 y figura 10 denominadas ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado? Se puede observar que el 60% de los trabajadores si cree que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos y el 40% no.

Tabla 13
¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador



Elaboración: Propia

Grafica 11: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?

Interpretación: En la tabla 13 y figura 11 denominadas ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información? se puede observar que el 100% cree que la MYPE hace uso de las Tecnologías de la Información

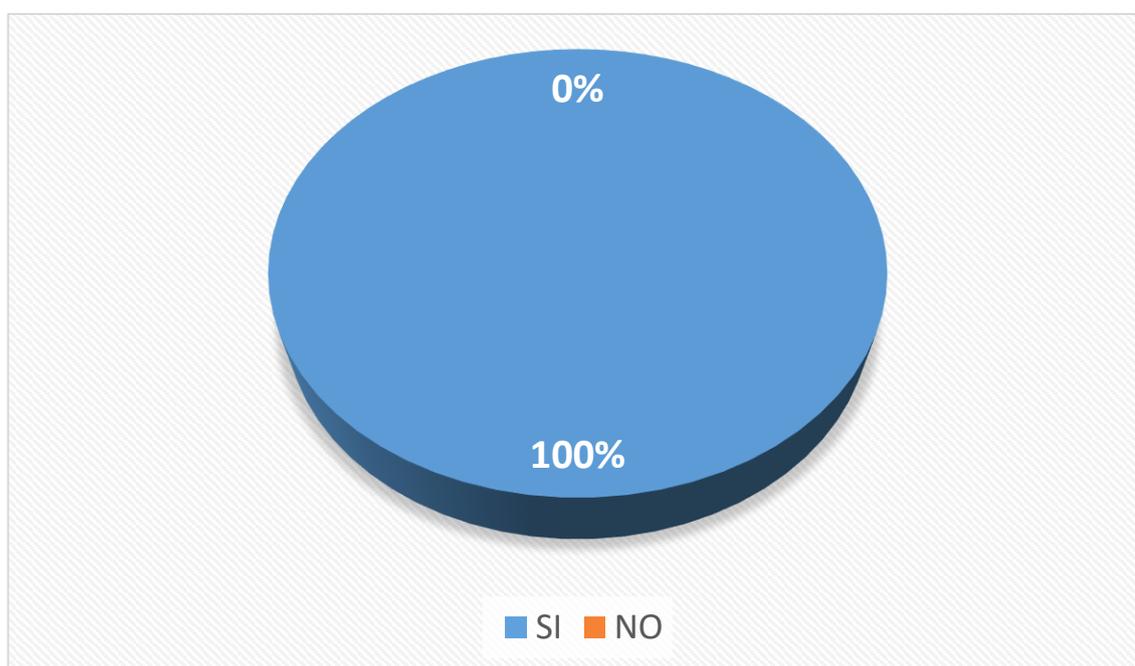
Tabla 14

¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	0	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador.

Elaboración: Propia.



Grafica 12: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?

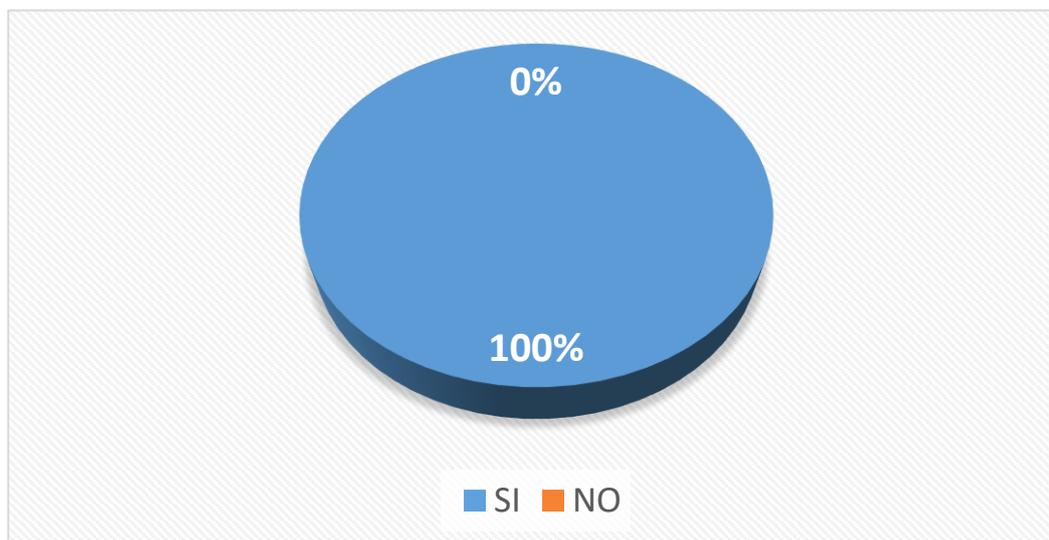
Interpretación: En la tabla 14 y figura 12 denominadas ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos? se puede observar que el 100% cree que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos.

Tabla 15
¿Supervisa las actividades que realiza su personal?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Propietario

Elaboración: Propia



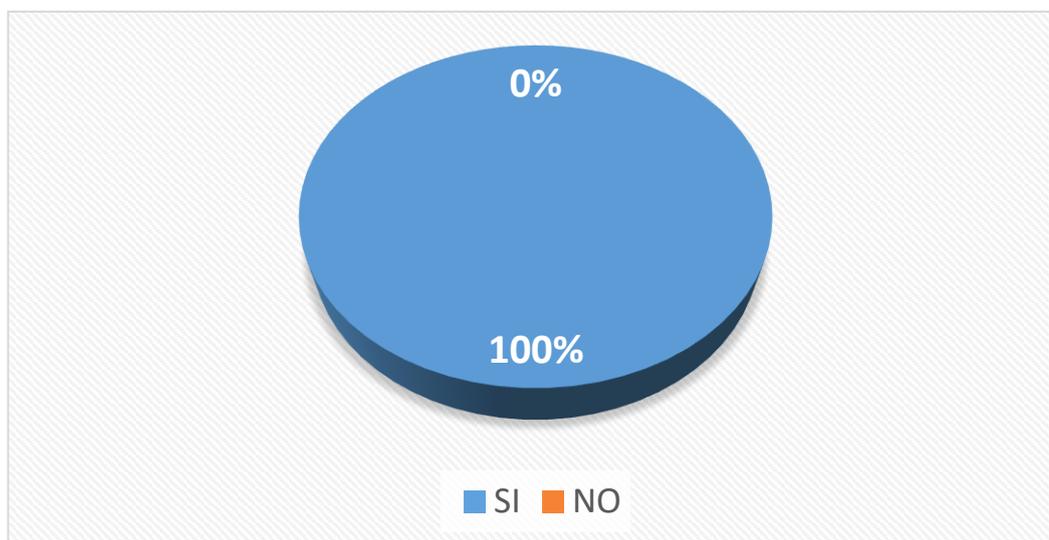
Grafica 13: Diagrama circular que representa ¿Supervisa las actividades que realiza su personal?

Interpretación: En la tabla 15 y figura 13 denominadas ¿Supervisa las actividades que realiza su personal? se puede observar que el 100% de los propietarios si supervisan las actividades que realizan su personal.

Tabla 16
¿Las instalaciones del hotel son seguras?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador.
Elaboración: Propia



Grafica 14: Diagrama circular que representa ¿Las instalaciones del hotel son seguras?

Interpretación: En la tabla 16 y figura 14 denominadas ¿Las instalaciones del hotel son seguras? se puede observar que el 100% de las instalaciones del hospedaje son seguras.

Tabla 17

¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	0%
No	0	0%
Total	10	0%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador.

Elaboración: Propia

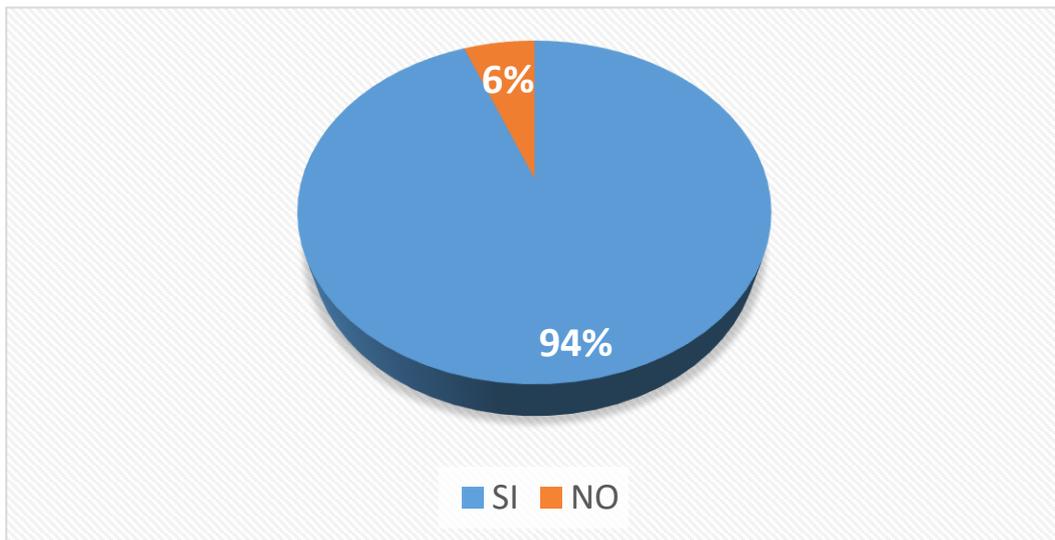


Grafica 15: Diagrama circular que representa ¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?

Interpretación: En la tabla 17 y figura 15 ¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa? Se puede observar que el 100% si existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa

Tabla 18
¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	113	94%
No	7	6%
Total	120	100%



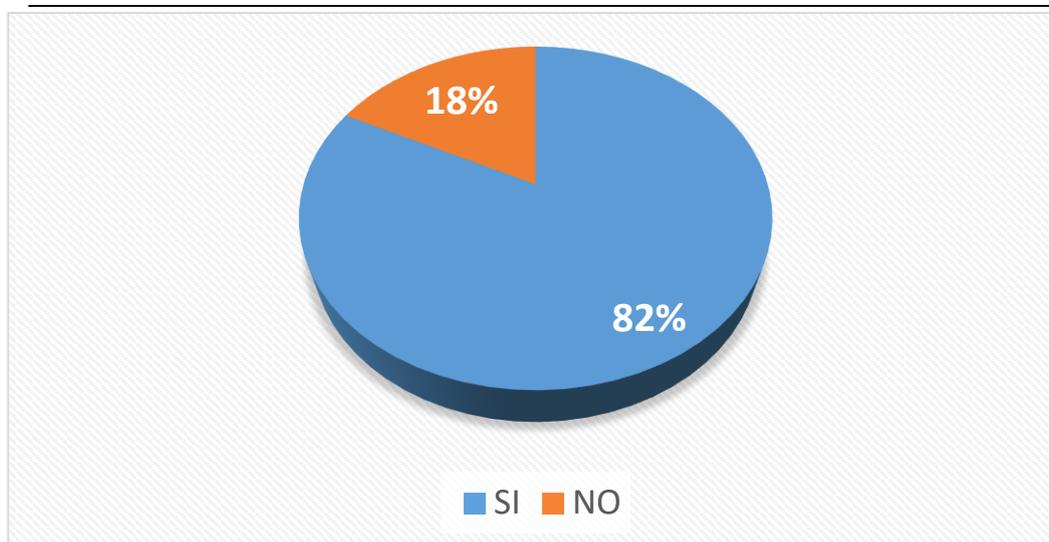
Fuente: Cuestionario aplicado al cliente.
Elaboración: Propia.

Grafica 16: Diagrama circular que representa ¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?

Interpretación: En la tabla 18 y figura 16 *¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?* Se puede observar que el 94% si satisface sus necesidades mientras que el 6% no.

Tabla 19
¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	99	82%
No	21	18%
Total	120	100%



Fuente: Cuestionario aplicado al cliente.
Elaboración: Propia.

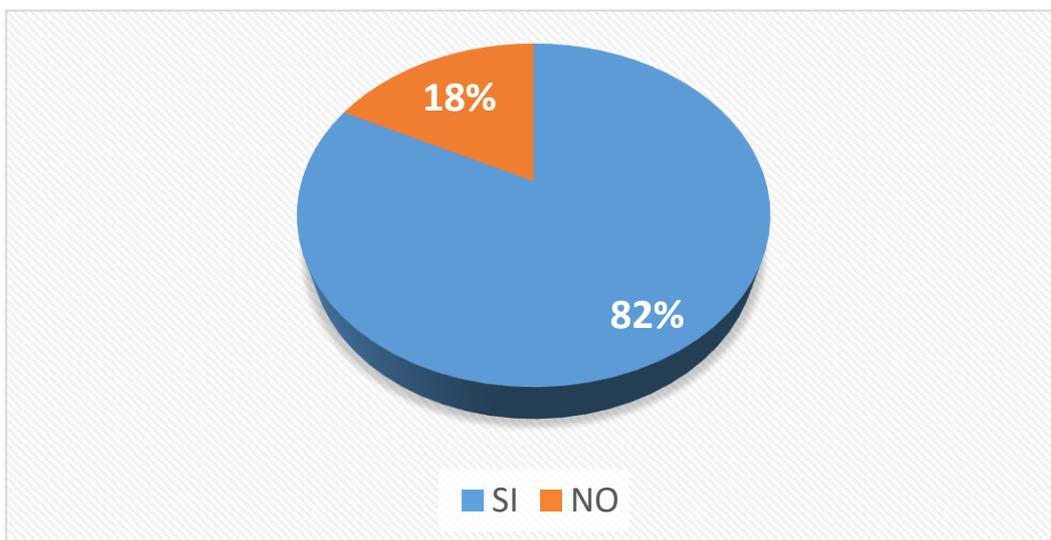
Grafica 17: Diagrama circular que representa ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?

Interpretación: En la tabla 19 y figura 17 ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes? Se puede observar que el 82% si se muestra interesado por servir a los Huéspedes mientras que el 18 % no.

Tabla 20
¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	99	82%
No	21	18%
Total	120	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente.
Elaboración: Propia.



Grafica 18: Diagrama circular que representa ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?

Interpretación: En la tabla 19 y figura 17 ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes? Se puede observar que el 82% si se muestra interesado por servir a los Huéspedes mientras que el 18 % no.

Tabla 21
¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador
Elaboración: Propia.



Grafica 19: Diagrama circular que representa ¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?

Interpretación: En la tabla 19 y figura ¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados? Se puede observar que el 100% constantemente mejora la calidad de los servicios brindados.

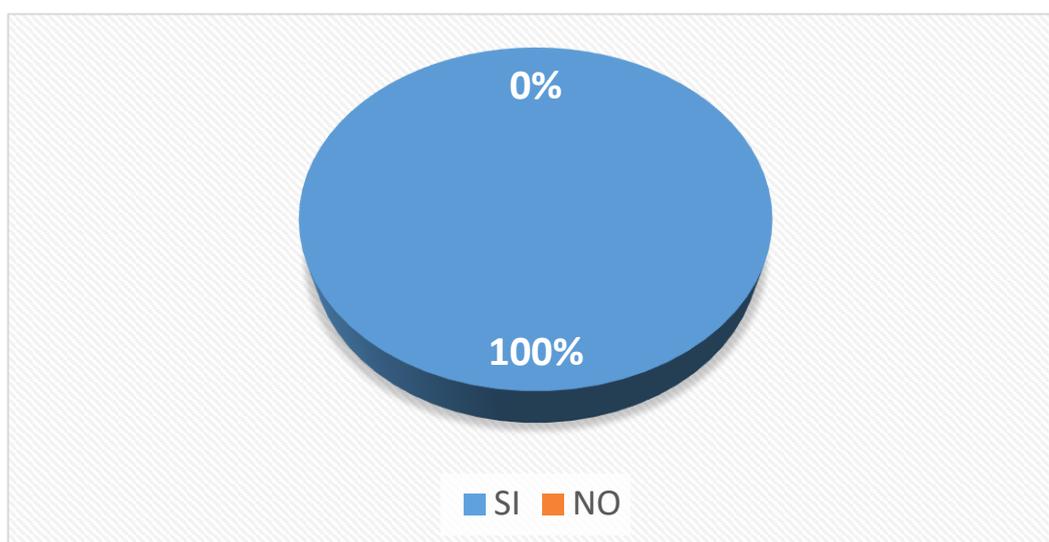
Tabla 21

¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador.

Elaboración: Propia.



Grafica 19: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?

Interpretación: En la tabla 19 y figura ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos? Se puede observar que el 100% cree que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos.

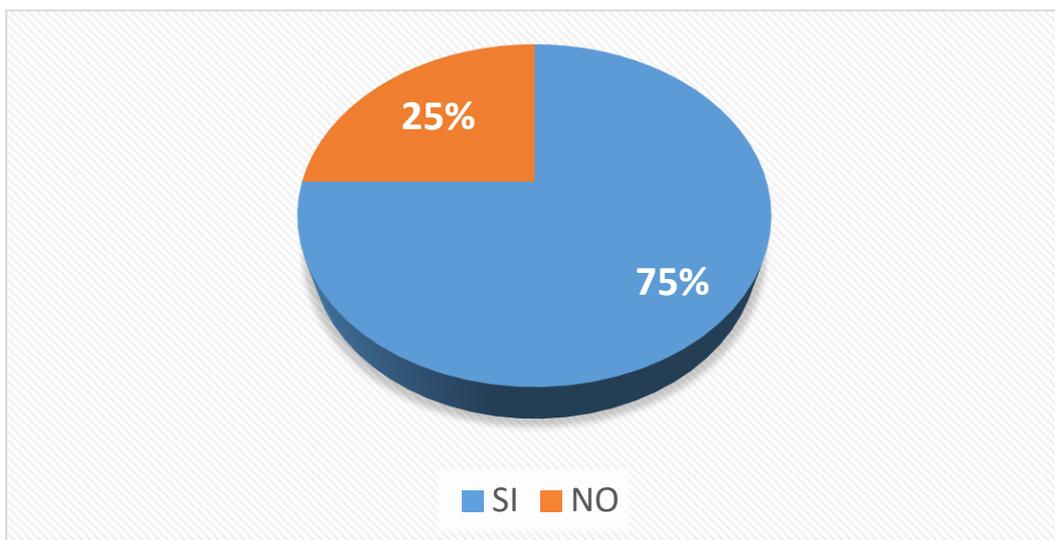
5.1.2 Variable Competitividad

5.1.2.1 Objetivo: Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.

Tabla 22
¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	90	75%
No	30	25%
Total	120	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente.



Elaboración: Propia.

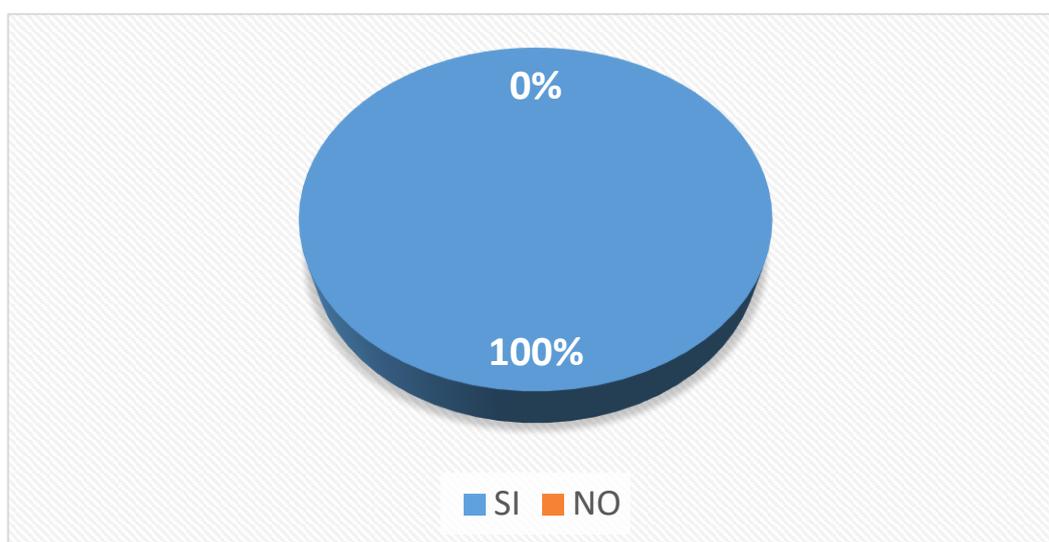
Grafica 20: Diagrama circular que representa ¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?

Interpretación: En la tabla 22 y figura 20 ¿Está conforme con el precio establecido por la empresa? Se puede observar que el 75% si está conforme con el precio establecido mientras que el 25% no.

Tabla 23
¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Propietario
Elaboración: Propia.



Grafica 21: Diagrama circular que representa ¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?

Interpretación: En la tabla 23 y figura 21 ¿Está conforme con el precio establecido por la empresa? Se puede observar que el 96% si mientras que el 4% no.

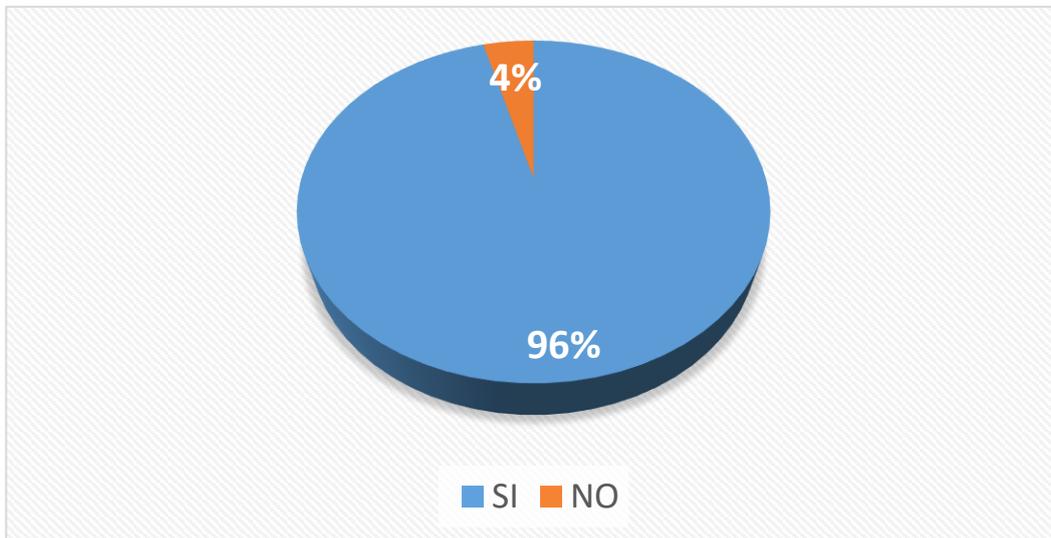
Tabla 24

¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	115	96%
No	5	4%
Total	120	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente.

Elaboración: Propia.



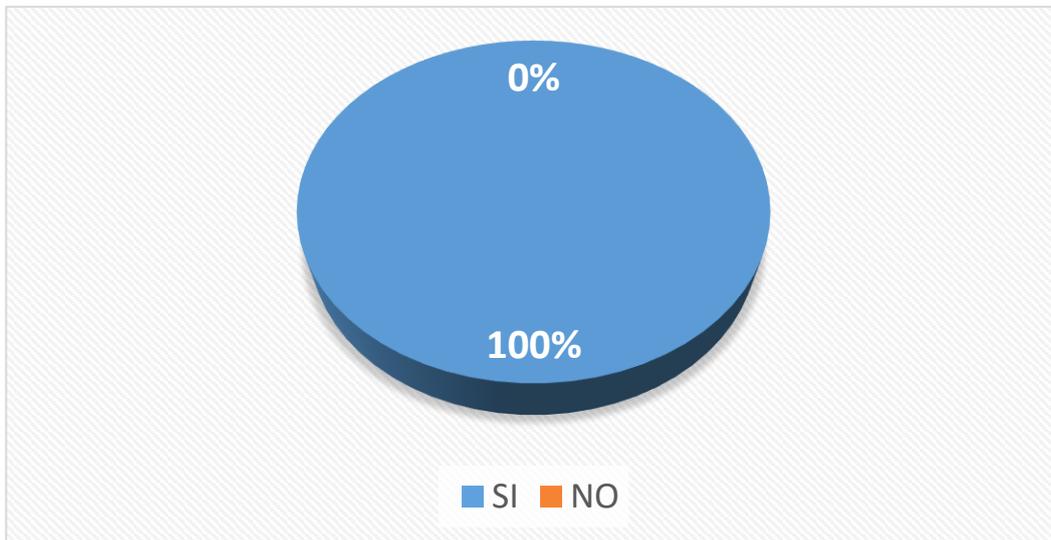
Grafica 22: Diagrama circular que representa ¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?

Interpretación: En la tabla 24 y figura 22 ¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio? Se puede observar que el 96% si Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio mientras que el 4% no.

Tabla 25
¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Trabajador
Elaboración: Propia.



Grafica 23: Diagrama circular que representa ¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?

Interpretación: En la tabla 25 y figura 23 ¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes? Se puede observar que el 100% de los trabajadores si genera confianza en sus clientes y potenciales clientes.

Tabla 26
¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Propietario
Elaboración: Propia.



Grafica 24: Diagrama circular que representa ¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?

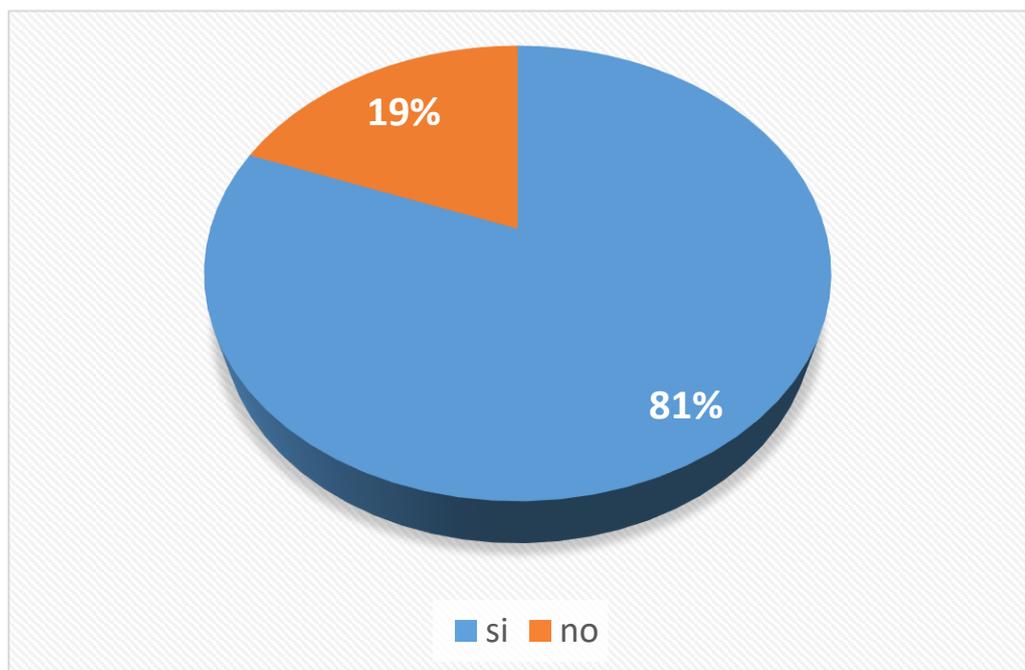
Interpretación: En la tabla 26 y figura 24 ¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO? Se puede observar que el 100% de los propietarios si cuentan con estrategia DAFO.

5.1.1.2 Objetivo: Conocer las dimensiones de la competitividad de las MYPE hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paíta año 2020.

Tabla 27
¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	81%
No	23	19%
Total	120	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente.
Elaboración: Propia



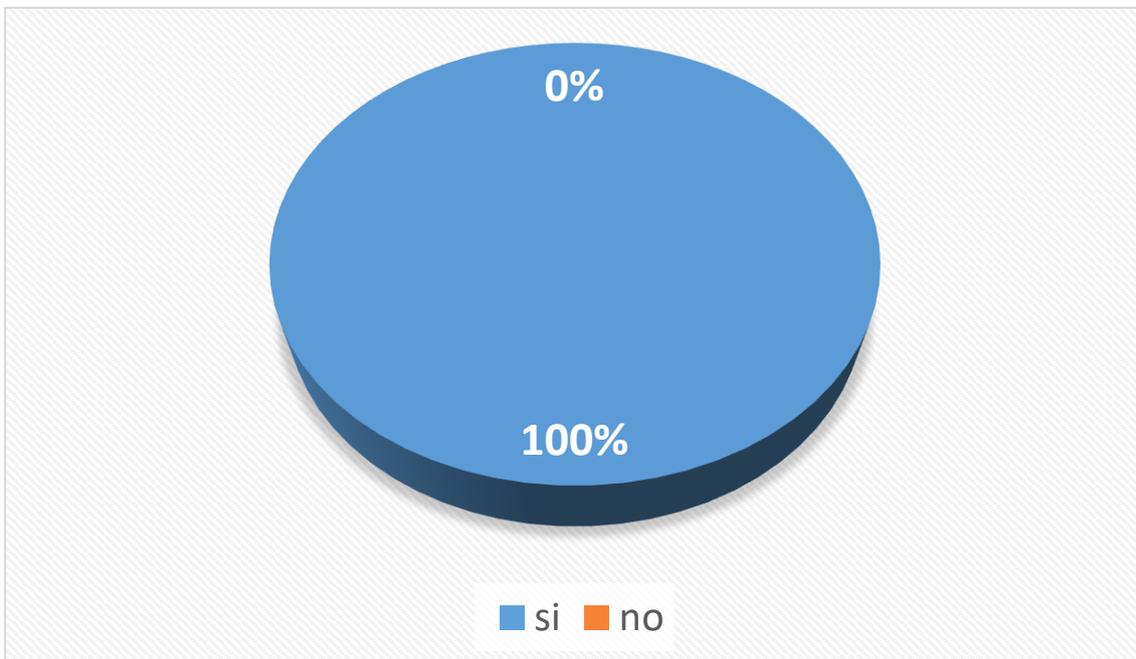
Grafica 25: Diagrama circular que representa ¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?

Interpretación: En la tabla 27 y figura 25 ¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios? Se puede observar que el 81% respondieron que si hacen promociones y descuentos en sus servicios mientras que el 19% no.

Tabla 28
¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Propietario
Elaboración: Propia.



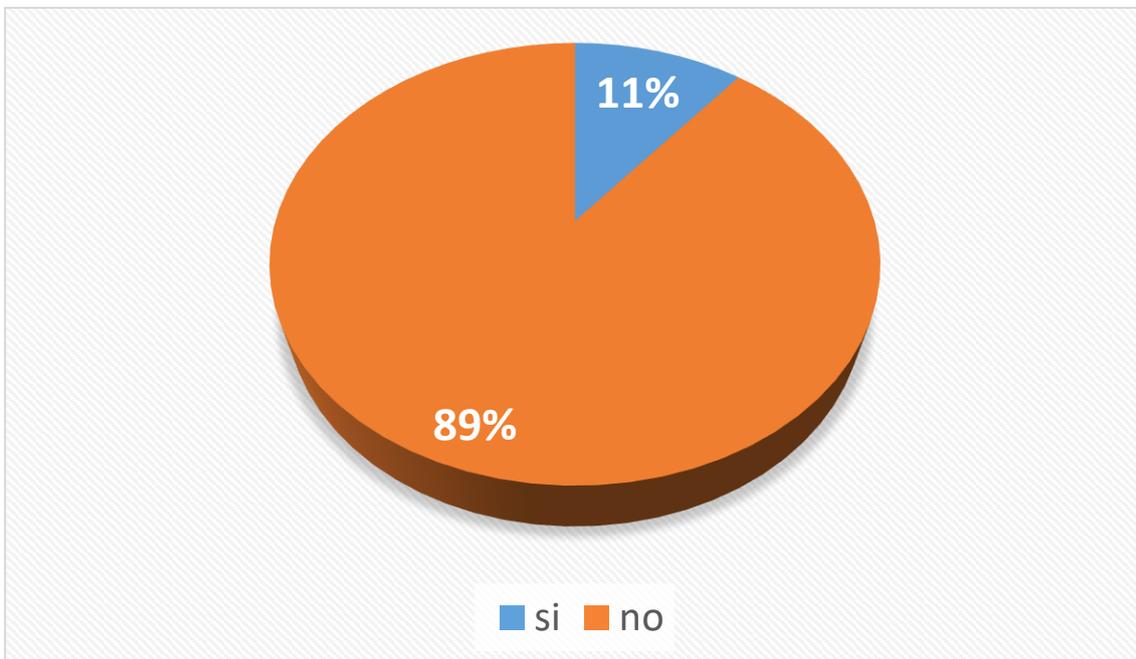
Grafica 26: Diagrama circular que representa ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?

Interpretación: En la tabla 28 y figura 26 ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos? Se puede observar que el 100% de propietarios si tienen control de proveedores en relación a la compra de productos.

Tabla 29
¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	11%
No	107	89%
Total	120	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Cliente
Elaboración: Propia.



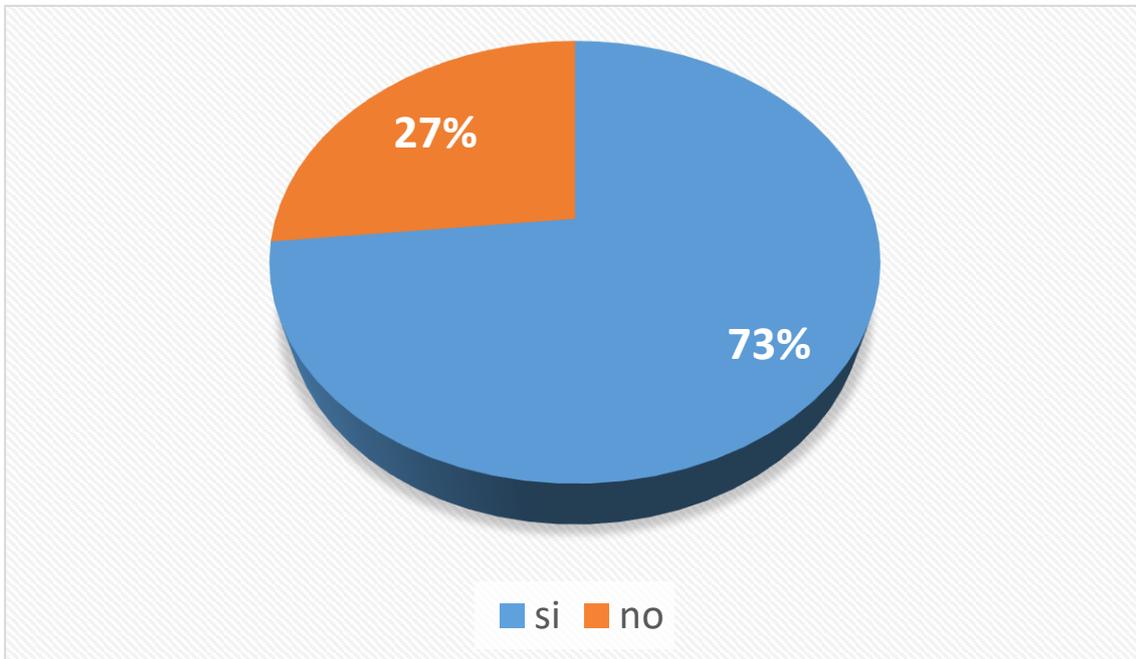
Grafica 27: Diagrama circular que representa ¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?

Interpretación: En la tabla 28 y figura 26 ¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor? Se puede observar que el 89% de clientes no cambiaría el servicio por otro mejor mientras que el 11% sí.

Tabla 30
¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	73%
No	32	27%
Total	120	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Cliente
Elaboración: Propia.



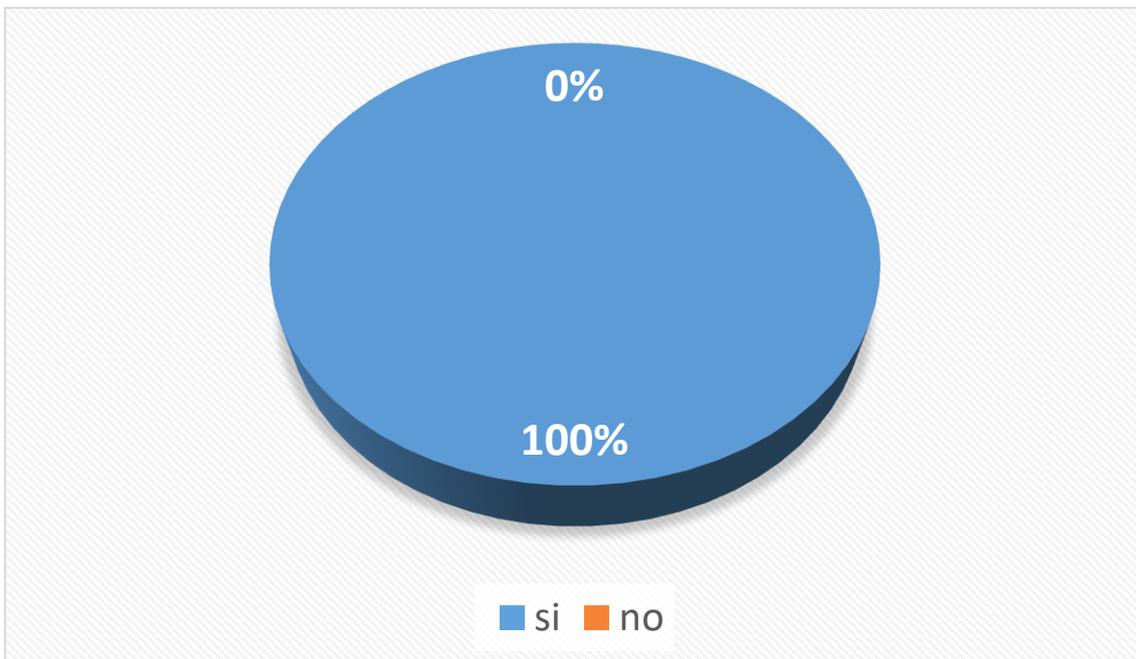
Grafica 28: Diagrama circular que representa ¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?

Interpretación: En la tabla 28 y figura 26 ¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios? Se puede observar que el 73% si ofrece una diversidad de servicios mientras que el 27% no.

Tabla 31
¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al Propietario
Elaboración: Propia.



Grafica 28: Diagrama circular que representa ¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia?

Interpretación: En la tabla 30 y figura 28 ¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia? Se puede observar que el 100% de los propietarios si llevan una relación pacífica con sus competencias.

5.2. Análisis De Resultados

5.2.1 Variable Gestión De Calidad

5.2.1.1 Objetivo: Identificar los principios de la gestión de calidad de las MYPE rubro hoteles en la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020.

En la tabla 3 denominada ¿Considera que es importante organizar e instruir a sus trabajadores para que proporcionen un buen servicio? se aprecia que el 100% de los propietarios indicaron que si es importante organizar e instruir a sus trabajadores. (Godos, 2018) en su investigación, señala que los propietarios tienen claro sus técnicas productivas y servicios a ofrecer que crean con vínculos del publico invitando a sus consumidores a dar dictámenes para mejorar su producto y servicio enfocándose en sus necesidades.

Para Gastañaudi (2017) en su investigación tenía como objetivo determinar qué Factores del clima organizacional repercuten significativamente en el desenvolvimiento del Trabajador, de tal manera que buscan como poder ser identificado, a la vez reconocido de manera sobresaliente de la rivalidad.

Como resultado se puede determinar que las MYPE investigadas sí organizan e instruyen a su personal ya que es ahí donde se debe de mejorar para la calidad del servicio, por eso es necesario e importante enfocarse en detalles propuestos por el público, porque así llegaran a tener un buen perfil empresarial enlazados con mejor rentabilidad y asegurando una indudable fidelidad y reconocimiento.

En la tabla 4 denominada ¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE? se puede observar que el 100% si diseña estrategias para la mejora de la gestión de la calidad en la MYPE. Bances, (2016) en su investigación, indica que todos los propietarios de los establecimientos efectúan constantemente estrategias para mejorar la calidad, el cual es apreciable e indicado por lo que genera eficacia, con proporción a desarrollar la atención en cuanto a su calidad para un satisfactorio servicio.

Según Carrillo & Gómez, (2012) precisa que formar un hábito por parte del jefe en vínculo con los colaboradores, conduciéndolos y mejorando su desempeño en sus áreas, con el fin de obtener fases de desarrollo favorables del servicio enlazadas con la atención a brindar, y el crecimiento de los mismos, creando estrategias para un resultado favorable.

No obstante, como resultado se puede identificar que los titulares de las MYPE si están aplicando liderazgo a sus trabajadores para incrementar y mejorar su gestión de calidad, ya que estos deben ser ejemplo en trabajar conjuntamente y mostrar interés en cuanto al desarrollo del hospedaje, originando destreza, cultura y conductas agradables acogidas por el cliente.

En la tabla 5 denominada ¿Se establece claramente las áreas de responsabilidad y autoridad? se puede observar que el 100% si tiene claro quiénes están en las áreas de responsabilidad y autoridad. Resultado cercano a Moran (2015) quien dijo que la comunicación que practican los empleados cubren las necesidades de la información. De otro lado Herrera (2008) comenta sobre las normas como factor preponderante en la gestión de calidad. Mondragon (2016) señalan también como una estrategia que se basa en los operarios a que se adecúen, en métodos y conozcan los roles a desempeñar, donde podrán ser identificados por parte de los propietarios por ser parte de la misma.

Por ello como resultado se determinó que las MYPE si está estableciendo claramente las áreas de responsabilidad involucrando directamente a sus operarios para que estos puedan sentirse identificados por la misma, de tal modo las compañías deben influir profundamente tácticas para que el trabajador las emplee, que tengan el orgullo de sentirse parte del mismo identificándose por conductas establecidas y agradables para la sociedad y que puedan ingerir simpatía de la organización en que laboran, ya que el trato que se les provee, lo reflejan en su atención que brindan.

En la tabla 6 denominada ¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores? se puede observar que el 100% si mantiene una buena comunicación con sus proveedores. Bances, (2016) en su tesis titulado Caracterización de Gestion de Calidad y Competitividad en las MYPE de Servicios, Rubro Hoteles de Sechura (Piura) 2016. Coincide con nuestra tabla al corroborar que si maneja una buena comunicación con sus proveedores ya que es una de las piezas clave para poder otorgar un buen servicio al consumidor.

Arias-Muñoz, (2019) en la Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la MYPE del sector servicios rubro hoteles de 3 estrellas del Distrito de Piura, 2015 señala que se pretende asociar buenos desempeños y disposiciones dominables de sus Proveedores en donde se obtendría crear un resultado favorable.

En tal sentido como resultado se identificó que el propietario de las entidades si mantienen una buena comunicación entre sus proveedores, una buena relación determina un buen trato entre ambas partes, teniendo siempre en cuenta los efectos indirectos que pueda generarse si la comunicación falla.

En la tabla 7 denominada ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes? Se puede observar que el 100% acredita que el personal se muestra interesado por servir a los huéspedes. Dicho cuestionario coincide con Yahuana (2017) ya que en su informe indica que los componentes del sistema de gestión de calidad que forman en las compañías, es de carácter notable el cual su calidad consta de capacitar a sus trabajadores antes de interactuar con el cliente. Asimismo, Carrasco (2017) indica que, en los últimos tiempos las MYPE se dedican en incrementar su sistema de calidad en el trabajador para tener un servicio eficiente, no obstante, no les convendría proyectarse solo en la rentabilidad, de tal modo enfocarse más en mejorar e invertir en recursos humanos, para y obtener una conformidad de los clientes.

De tal forma como resultado se deduce que los operarios de las MYPE rubro hoteles son elementales fundamentales para que el servicio a ofrecer sea satisfactorio al consumidor, el cliente tiene que sentirse en confianza y seguro al obtener el servicio.

5.2.1.2 Objetivo: Analizar dimensiones de la gestión de calidad en las MYPE

Rubro hoteles de la av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita año 2020.

En la tabla 8 denominada ¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia? Se puede observar que el 100% si lleva una buena relación con las MYPE rivales. Burgos (2017) en su informe señala que los errores más comunes dentro de una organización es tener una relación distante entre sus competencias ya que se genera una disputa entre ellas e incluso entre propietarios, afectando a su entidad, de esa manera es esencial constantemente llevar una relación de manera pacífica.

De igual modo Mendoza, B. (2018) difiere que llevar una relación pacífica entre MYPES del mismo rubro es una forma de evaluar de manera eficiente a nuevos clientes ya que podemos saber con exactitud qué es lo que falta para entregar un servicio de calidad, además se frecuenta como evaluaciones de efectos de lo ofrecido captados por los operarios y realizar su análisis de mejorar su servicio y producto que podría ser disgustado.

Entonces como resultado se puede definir que una relación pacífica entre empresas del mismo Rubro es beneficioso para obtener mejores resultados, donde todos los involucrados saldrán beneficiados desde los propietarios hasta el cliente al obtener un servicio complejo superando sus expectativas.

En la tabla 9 denominada ¿La MYPE toma en cuenta sus ideas para mejorar?

Se puede observar que el 70% de los trabajadores son escuchados y aceptados en sus ideas de mejora mientras que el 30% no. Cuenca (2018) en su investigación señala que darles la participación a los trabajadores sobre alguna idea u opinión es fundamental ya que si se le concede este atributo sentirán que son tomados en cuenta por parte de la MYPE teniendo como resultado el compromiso de ellos.

Según Beraún Berrú, (2017) La investigación titulada “Percepción de la Calidad del Servicio de un Hotel Tres Estrellas en el Distrito de Independencia, (2016) indica que, constituir un enfoque en la gestión proporcionada por la empresa contiene mayor control y organización al momento de ejecutar recursos hacia proveedores, sean estas confiables o no, es primordial tratar con frecuencia y transparencia de manera directa en encontrar debilidades del producto para así garantizar confianza en los mismos y elaborar productos de calidad.

Como resultado del análisis, logramos entender que no siempre los trabajadores son escuchados, un trabajador puede generar buenas ideas ya que unos tienen una buena creatividad que llevaría a la empresa a aumentar sus ingresos, recordemos que si la MYPE triunfa es porque se dio un buen plan para poder satisfacer la necesidad y expectativa del cliente.

En la tabla 10 denominada ¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores? Se puede observar que el 100% de los propietarios manifiestan que mantienen una buena comunicación con sus proveedores, este resultado concuerda con Bances, (2016) que en su investigación, indica que todos los propietarios de los establecimientos llevan una relación positiva con sus proveedores.

De igual forma, Carrasco (2017) señala que se pretende asociar buenos desempeños y disposiciones dominables de sus proveedores en sus áreas propuestas, a consecuencia de tener un resultado favorable para brindar un mejor servicio para el cliente final enfocándose en el aspecto de atraer a más clientela y mejorando su gestión organizacional.

En tal sentido como resultado se identificó que el propietario de las entidades si mantienen sus actividades establecidas llevando una relación favorable con sus proveedores en beneficio de la organización generando así más competitividad a base de un trabajo satisfactorio.

En la tabla 11 denominada ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos? Se puede observar que el 100% de los propietarios llevan control de proveedores e relación a la compra de productos. Resultado cercano a Moran (2015) quien dijo que el seguimiento entre los proveedores que participan para la obtención de un servicio debe de desarrollarse de manera transparente.

Dicho resultado concuerda con Tarrillo (2016) que realizó una investigación titulada “Análisis de la gestión de almacenes y propuesta para incrementar la productividad en el hotel Casa Andina Piura, año 2016”, este trabajo fue presentado en la Universidad Cesar Vallejo del año 2016.

De tal forma se puede deducir como resultado que las entidades si están inspeccionando debidamente a sus proveedores, dado que en toda organización es necesario realizarlo, porque será como una autoevaluación que permitirá detectar

sucesos a mejorar de cada proveedor como también del propio hotel enlazado a una mejor gestión dentro de la misma.

En la tabla 12 denominada ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado? Se puede observar que el 70% de Los trabajadores manifiestan que si cuentan con un organigrama establecido y actualizado sin embargo el 30% manifiestan lo contrario. Dicho resultado concuerda con Espinoza (2017) en su tesis llamada “Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2015”.

Así mismo Sirvent, Gisbert, & Pérez (2017) señala que las entidades se constituyen debidamente en designar roles a cada operario y desarrollarlos en base a sus logros a adquirir, formando que estos roles sean ejecutados con una inspección que se acreditara como una metodóloga que favorece a la compañía y al trabajador para que puedan ser eficaz y eficientes aumentado sus habilidades y al crecimiento de la organización.

Por ello se deduce como resultado que las compañías deben tener un organigrama para mantener un orden jerárquico y conocer sus jefes inmediatos para no pasar por encima de uno de ellos por ende es de vital importancia generar y proponer un organigrama perfectamente establecido.

En la tabla 13 denominada ¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información? se puede observar que el 100% manifiesta que si hace uso de las Tecnologías de la Información Dicho resultado concuerda con Pérez (2015)

en su tesis titulada “calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, Agosto– octubre del 2015” presentada en la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velázquez”.

Asimismo, Mendoza B. (2018) Señala que el espacio de sistemas en el cumplimiento de las actividades y acuerdos que estuvieron proyectados, es con el fin de obtener mejor control al interior de las organizaciones, el permitirá reducir fallas e incrementar el respeto del funcionamiento de la misma estos son denominados herramientas de un control interno dirigiendo de tal modo a donde llegar y cumpliendo notablemente sus funciones.

Por esta razón como resultado se identifica que las organizaciones si utilizan herramientas con el uso de la tecnología de la información para el monitoreo del personal así mismo para mantener una buena relación con el cliente mostrando perfil de gestión bien organizada en cuanto a sus estándares requeridos.

En la tabla 14 denominada ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos? se puede observar que el 100% manifiesta que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos. Dicho resultado concuerda con Gualpa (2016) ejecutó una investigación titulada “Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, para el proyecto crecer gobierno provincial del Azuay, según la normativa ISO 9001:2008” en la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.

Asimismo Carrasco (2017) indica que, en los últimos tiempos las MYPE se dedican en incrementar su sistema de calidad para tener un servicio eficiente, no obstante no les convendría proyectarse solo en la rentabilidad, de tal modo enfocarse más en mejorar e invertir en la innovación para obtener una conformidad de los

clientes.

De tal forma como resultado se deduce que las organizaciones encuestadas si manejan la innovación como parte principal en su empresa ya que esto les ayudara a conseguir más clientes, a mayor satisfacción mayor ganancia, por ello el empresario debe de mantener una constante innovación en su servicio.

En la tabla 15 denominada ¿Supervisa las actividades que realiza su personal? se puede observar que el 100% manifiestan que si supervisan las actividades que realizan su personal encargado, Dicho resultado concuerda con Marchan (2015) presentó su tesis denominada “Evaluación de la Calidad del Servicio del Hotel Feijoo de la ciudad de Tumbes, utilizando Estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2015”

Del mismo modo Balladares (2017) señala que en toda empresa se exige amoldarse a programaciones para mejorar su gestión, enfocadas a distintas técnicas par resaltara en su entorno operativo, una de ellas consta en la orientación de sus trabajadores para que tengan el conocimiento adecuada en cómo realizar una buena tarea formando de tal modo una atención buena para el público y una mejor coordinación de lis mismo dentro de la empresa.

Por ello como resultado las entidades al supervisar a su personal e incluso escuchar las opiniones respecto a mejoras, se podrá obtener como resultado un trabajo impecable por parte del personal. Una buena supervisión con la presión correcta hará que la empresa se mantenga dentro del mercado.

En la tabla 16 denominada ¿Las instalaciones del hotel son seguras? se puede observar que el 100% manifiestan que las instalaciones del hospedaje son seguras. Dicho resultado concuerda con Pérez (2015) en su tesis titulada “calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, Agosto – octubre del 2015” presentada en la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velázquez”.

Roldán (2017) señala que cuando una organización consigue fidelizar clientes o está en proceso continuo de mejoramiento, se está encaminando a lograr la satisfacción de las demandas de sus compradores, de tal manera que los clientes empiezan a darle valor a su negocio de preferencia, no simplemente porque el ambiente es de su agrado sino porque la atención y los productos ofrecidos denotan sustentabilidad en todo momento.

Entonces se analiza como resultado que las entidades si tienen una buena infraestructura, y la seguridad para la protección de la integridad del cliente, la satisfacción de una persona que alquile este tipo de servicio se sentirá seguro estando dentro de las instalaciones de la MYPE.

En la tabla 17 denominada ¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa? Se puede observar que el 100% manifiestan que si existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa Navarro (2015) quien en su investigación ha identificado que en algunos casos el personal de las MYPE no son empáticos y que los clientes no se encuentran satisfechos ni completamente convencidos con el trato brindados, para lo cual resalta que es muy importante tener una comportamiento grato y agradable con el cliente, ya que ellos son

la principal fuente que garantiza el incremento y permanencia de la rentabilidad en las empresas

Dicho resultado concuerda con Ballón (2016) realizó una investigación titulada “Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente en Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay” Las empresas dependen de sus clientes, por la cual deben comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos.

Por lo cual como resultado los establecimientos si mantienen un control y a la vez tienen un trabajador que se encarga de mantener el orden, no solo basándose en el servicio sino también en el entorno interior como sus perspectivas del exterior, por que superar las expectativas de un consumidor, será reflejo de un buen servicio y de una entidad bien gestionada.

En la tabla 18 denominada ¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades? Se puede observar que el 94% manifiestan que si satisface sus necesidades mientras que el 6% manifiesta lo contrario. Dicho resultado concuerda con Pérez (2015) en su tesis titulada “calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, Agosto – octubre del 2015” presentada en la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velázquez”.

Asimismo, Carrasco (2017) señala que hoy en día las compañías contraen en incrementar sus destrezas en lo comercial para entrar en competencia con las demás, sin embargo, se basan en desarrollarse sin tener consideración de nuevos métodos que les servirían para mejorar sus propagandas del establecimiento, y hacer

presente que es una compañía que se adapta con la sociedad.

Por tal motivo como resultado, se manifiesta que para algunos no cubren sus expectativas con respecto al servicio brindado sin embargo la mayoría de clientes se siente satisfechos por lo que hay que seguir trabajando en ello, así permitirá que los clientes les queden una marca de buena experiencia, recomendándolos a sus prójimos originando una cadena de manera agradable.

En la tabla 19 denominada ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes? Se puede observar que el 82% manifiestan que si se muestra interesado por servir a los Huéspedes mientras que el 18 % afirman que no. Dicho resultado concuerda con Perez (2015) en su tesis titulada “calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, Agosto– octubre del 2015” presentada en la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velázquez”.

Asimismo, Martínez (2016) indica que se requiere tomar medidas instantáneas y efectivas para resolver alguna queja o inquietud en el establecimiento por parte del consumidor, de igual manera en los requerimientos de público, ofrecer un servicio de excelente calidad y buen trato a los clientes para que se sientan a gustos en su apoyo en el requerimiento.

Entonces como resultado se deduce que las compañías están cumpliendo un rol importante en cuanto a la capacidad de servir a los huéspedes, el cual tanto trabajadores como los empresarios siempre deben estar disponibles para las posibles dudas e inconvenientes que normalmente se originan. Recalcando que calidad de servicio no es un inconveniente es una buena solución.

En la tabla 19 denominada ¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes? Se puede observar que el 82% manifiestan que si se muestra interesado por servir a los Huéspedes mientras que el 18 % afirman que no. Dicho resultado concuerda con Perez (2015) en su tesis titulada “calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, Agosto– octubre del 2015” presentada en la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velázquez”.

Asimismo, Martínez (2016) indica que se requiere tomar medidas instantáneas y efectivas para resolver alguna queja o inquietud en el establecimiento por parte del consumidor, de igual manera en los requerimientos de público, ofrecer un servicio de excelente calidad y buen trato a los clientes para que se sientan a gustos en su apoyo en el requerimiento.

Entonces como resultado se deduce que las compañías están cumpliendo un rol importante en cuanto a la capacidad de servir a los huéspedes, el cual tanto trabajadores como los empresarios siempre deben estar disponibles para las posibles dudas e inconvenientes que normalmente se originan. Recalcando que calidad de servicio no es un inconveniente es una buena solución.

En la tabla 20 denominada ¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados? Se puede observar que el 100% manifiestan que constantemente mejora la calidad de los servicios brindados. Riaño (2018) considera que una empresa que crea nuevos productos, ofrece mercaderías novedosas y variedad en tu estantería, se encuentra integrando un indicador esencial para lograr la competitividad y así sus productos sean demandados por mercado nacional e incluso internacional.

Arvai (2016) considera que la innovación en un negocio es parte de la competitividad de la empresa, tomándolo desde el punto de vista relacionado con el desarrollo de productos novedosos, variedad de productos, sobre todo aquellos que en la competencia no se vendan.

Por tal motivo como resultado se deduce que las MYPE rubro hoteles de la ciudad de Paita constantemente hace mejoras con respecto a la calidad de sus servicios, haciendo provecho y abriendo más mercado dentro de su sector, generando más ingresos y cubriendo expectativas de sus clientes.

En la tabla 21 denominada ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos? Se puede observar que el 100% manifiesta que la innovación si es conveniente para acoger a clientes cautivos. Dicho resultado concuerda con Perez (2015) en su tesis titulada “calidad de servicio desde la percepción del cliente relacionado con la gestión hotelera en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Puno, Agosto– octubre del 2015” presentada en la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velázquez”.

Asimismo, Carrasco (2017) señala que hoy en día las compañías contraen en incrementar sus destrezas en lo comercial para entrar en competencia con las demás, sin embargo se basan en desarrollarse sin tener consideración de nuevos métodos que les servirían para mejorar sus propaganda del establecimiento, y hacer presente que es una compañía que se adapta con la sociedad.

Por tal motivo como resultado se puede manifestar en las cifras de que las MYPE si sienten que la innovación es necesaria para que la empresa siga en pie dentro del mercado recordemos que el cliente siempre tendrá necesidades, por tal motivo es que las MYPE tienen que cubrir esas necesidades.

5.2.2 Variable Competitividad

5.2.2.1 Objetivo Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE

rubro hoteles de la av. Víctor Raúl haya de la torre, Paita año 2020

En la tabla 22 denominada ¿Está conforme con el precio establecido por la empresa? Se puede observar que el 75% manifiesta que sí está conforme con el precio establecido mientras que el 25% manifiesta lo contrario. Dicho resultado concuerda con Joubert (2014) realizó una investigación titulada “Los Sistemas de Gestión de Calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén” en la Universidad Nacional de Quilmes de Argentina.

De igual modo Mendoza, B. (2018) señala que el análisis hacia la clientela es una forma de evaluar de manera eficiente los ^[1]_[SEP]servicios brindados el cual se basa con las medidas a adquirir para poder lograr mejoras del mismo, además se frecuenta como evaluaciones de efectos de lo ofrecido captados por los operarios y realizar su análisis de mejorar su servicio y producto que podría ser brindados.

Por tal motivo como resultado se puede decir que los clientes están conformes con el precio establecido por las MYPE, no obstante exhortar a las MYPE a que mejoren sus precios de los servicios para obtener mejores resultados al culminar el año.

En la tabla 23 denominada ¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia? Se puede observar que el 100% manifiesta que si es mejor que su competencia. Dicho resultado concuerda con Cueva (2015) realizó una

investigación titulada “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los Portales a través de sus expectativas y percepciones”, de modo que se pueda determinar el grado de satisfacción de los clientes y pueda servir de herramienta a los directivos para implementar prácticas de mejora.

Prieto (2014) dice que “existen muchas fuentes de ventaja competitiva, entre ellos: elaborar un producto o servicio de alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos que los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que genere un mejor rendimiento que las marcas de la competencia, hacer un producto más confiable así como duradero; y proporcionar a los compradores un mayor valor por su dinero”

Por ello como resultado se determina que al tener un servicio de calidad dentro del rubro hoteles y posicionarse entre los mejores de la competencia hace que la organización supere en cifras de movimiento de clientela hacia la competencia por lo tanto seguir manteniendo un servicio de calidad.

En la tabla 24 denominada ¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio? Se puede observar que el 96% manifiestan que los trabajadores si muestran un buen desempeño en el servicio mientras que el 4% opina lo contrario. El citado autor Fuente (2014) sostiene que la competitividad se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los clientes o la capacidad de poder ofrecer un mejor servicio de calidad, es decir, la optimización de la satisfacción o el precio fijados algunos factores.

El autor Soto (2014) señala que siempre hay que estar a la expectativa de los clientes, a lo que ellos sugieran para implementación del servicio, tomando en cuenta su opinión, el cliente al llegar a un establecimiento de servicio es porque requiere de uno de ellos, pero sobre todo busca seguridad, confort de habitaciones y áreas del hotel. Cualquier técnica o ciencia aplicada a la dirección hotelera no sería efectiva si no se logra entender por todos los trabajadores la necesidad de lograr el servicio de excelencia.

Entonces como resultado se deduce que la gestión interna de los operarios con el dueño requiere de ser factible entre ambos, para que los problemas que puedan surgir en el periodo de trabajo tengan una solución con el agrado del cliente y del dueño, estableciéndose confiabilidad y entendimiento en su servicio de atención.

En la tabla 25 denominada ¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes? Se puede observar que el 100% de los trabajadores si genera confianza en sus clientes y potenciales clientes. El autor Plankey (2015) hace referencia al grado de satisfacción de los clientes estará determinado por el desempeño del trabajador, es por ello que deben capacitar al personal para así obtener mejores resultados.

Ivanof (2000) nos hace referencia sobre la forma en que cada miembro de una empresa se comunica e interactúa con cada uno de sus clientes, genera impresiones e impacta de manera positiva o negativa en el proceso de generación de valor de toda la compañía. Por esa razón es importante comprender y tomar conciencia de que siempre es posible mejorar la calidad de atención a los clientes y, a su vez, todos somos responsables de atenderlos bien.

Entonces como resultado se deduce que hay un pequeño déficit dentro de la gestión interna de los operarios que el dueño debe de hacer una investigación, para que los problemas que puedan surgir en el periodo de trabajo tengan una solución con el agrado del cliente y del dueño, estableciéndose confiabilidad y entendimiento en su servicio de atención.

En la tabla 26 denominada ¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO? Se puede observar que el 100% de los propietarios manifiestan que si cuentan con estrategia DAFO. Al respecto la investigación de Rosales, J. (2012), en su tesis “Hotel Ecológico Alta Verapaz”, para optar el grado académico de Licenciado, Universidad Rafael Landívar; cuyo objetivo es “diseñar espacios de bajo impacto ambiental

Esto demuestra la capacidad gerencial de anticiparse a contingencias con la comunidad donde opera. Oliva (2016), en su tesis “Plan de negocio para la creación de un hotel temático en la ciudad de Lambayeque” Con el objetivo el determinar las estrategias correctas que permitan tomar decisiones precisas y concretas.

Entonces como resultado se concluye que la a capacidad gerencial de anticiparse a contingencias con la comunidad donde opera es de gran beneficio para mantener un servicio de calidad para los turistas Asimismo, se señala que la implementación de los métodos evitará el uso excesivo de los sistemas de alto costo, su función principal es conocer las fortalezas y debilidades.

5.2.2.2 Objetivo: Conocer las dimensiones de la competitividad de las MYPE hoteles de la av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita año 2020.

En la tabla 27 denominada ¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios? Se puede observar que el 81% respondieron que si hacen promociones y descuentos en sus servicios mientras que el 19% no. Según Gamero, C. (2015), en su tesis “El Marketing Digital Hotelero como facilitador para la atracción de Turistas Internacionales que se hospedan en Trujillo”, coinciden que los turistas buscaban promociones y descuentos desde las páginas web para la obtención de una habitación

Gómez (2016) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores

Entonces como resultado se concluye teniendo buenas promociones y descuentos hará que la organización sea más atractiva para el ojo del cliente, si lo mantenemos contento cuidando su economía pero sin descuidar la de la empresa se podrá llegar a las metas trazadas.

En la tabla 28 denominada ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos? Se puede observar que el 100% de propietarios manifiesta que si tienen control de proveedores en relación a la compra de productos. La importancia

de la competitividad radica en saber cómo administrar los recursos de la empresa, incrementar su productividad y estar prevenido a los requerimientos del mercado.

Para Benzaquen (2015) la ventaja competitiva se fundamenta en la “productividad” y en los factores que la determinan dentro de la empresa; debido a ello es necesario saber que la productividad es la relación entre la producción obtenida mediante un sistema de producción de bienes y/o servicios y los recursos utilizados para obtenerla, es decir su uso eficiente o la relación entre los resultados obtenidos con respecto a los recursos usados y el tiempo que toma conseguirlos.

Por tal motivo como resultado se puede decir que los clientes están conformes con el precio establecido por las MYPE, no obstante exhortar a las MYPE a que mejoren sus precios de los servicios para obtener mejores resultados al culminar el año.

En la tabla 29 denominada ¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor? Se puede observar que el 89% manifiestan que los clientes no cambiaría el servicio por otro mejor mientras que el 11% afirman que sí. Camilo (2015) sostiene que la competitividad es un factor clave de crecimiento económico de una nación en un entorno mundial cada vez más abierto y dinámico pues una exigencia impuesta por el dinamismo tecnológico y la globalización de la competencia .Hace referencia a la posición competitiva de una empresa en relación con las demás se pone de manifiesto por su capacidad para producir bienes y servicios.

El autor Soto (2014) señala que siempre hay que estar a la expectativas de los clientes, a lo que ellos sugieran para implementación del servicio, tomando en cuenta su opinión, el cliente al llegar a un establecimiento de servicio es porque requiere de

uno de ellos, pero sobre todo busca seguridad, confort de habitaciones y áreas del hotel. Cualquier técnica o ciencia aplicada a la dirección hotelera no sería efectiva si no se logra entender por todos los trabajadores la necesidad de lograr el servicio de excelencia.

Por tal motivo como resultado se puede decir que el cliente se siente satisfecho con la atención, confort, servicio brindado por el hotel, no obstante siempre mantener la valla bien alta para que nuevos clientes contraten el servicio de hotelería para así poder obtener mayor mercado.

En la tabla 30 denominada ¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios? Se puede observar que el 73% manifiesta que si ofrece una diversidad de servicios mientras que el 27% afirma lo contrario. . Vásquez (2018) en su investigación indica que la mayoría de MYPE considera que cuando se genera una variedad de servicios dentro de una sola organización, el cliente tiene la opción de elegir el que más le convenga o llame la atención.

Prieto (2014) dice que existen muchas fuentes de ventaja competitiva, entre ellos: elaborar un producto o servicio de alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos que los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que genere un mejor rendimiento que las marcas de la competencia, hacer un producto más confiable así como duradero; y proporcionar a los compradores un mayor valor por su dinero

Por tal motivo como resultado se puede decir que la mayoría de MYPE considera que cuando se genera una variedad de servicios dentro de una sola

organización, el cliente tiene la opción de elegir el que más le convenga o llame la atención, el cliente siempre tendrá lo que más se le ajuste a sus expectativas.

En la tabla 31 denominada ¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia? Se puede observar que el 100% de los propietarios si llevan una relación pacífica con sus competencias. Dicho resultado concuerda con Joubert (2014) realizó una investigación titulada “Los Sistemas de Gestión de Calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén” en la Universidad Nacional de Quilmes de Argentina.

El autor Mejía (2017), dice que para las grandes marcas, los empresarios y los pequeños emprendedores es muy importante contar con el beneplácito de su audiencia, tener la aprobación de su comunidad y ganar la confianza de sus clientes, así como llevar una relación sana contra su competencia ya que en este sector el mercado es muy grande.

Por ello como resultado se precisa que los dueños de los hoteles mantienen una relación armoniosa con la competencia más cercana, manifiestan que no hay motivos para generar discordia entre ellos porque el mercado es grande y falta más empresas que se instalen ya que año tras año muchas más personas visitan esta ciudad, ya sea para placer o negocio.

VI CONCLUSIONES

- a) En este análisis de investigación se precisó conocer cómo influye la variable de gestión de calidad y competitividad teniendo en cuenta la falta de implementación e iniciativas de mejora en los hoteles de la ciudad de Paita teniendo en cuenta la falta de implementación e iniciativas de mejora en los hoteles, el hallazgo más importante al momento de conocer cómo influye la variable de gestión de calidad y competitividad donde al hacer las encuestas dio como resultado un porcentaje donde los clientes afirman que los servicios que dan estos hoteles de la zona satisfacen sus expectativas referente a un servicio de calidad asimismo los responsables de las MYPE dan a conocer que para lograr la gestión de calidad en sus hoteles ejecutan las normas establecidas de forma escrita, cuentan con un personal de confianza que es cumplidor de sus tareas atendiendo con amabilidad a los clientes, emplean la tecnología como un sistema de control y servicio al cliente, por ello afirman que gestionan los recursos humanos por sus conocimientos y valores para un servicio de calidad
- b) Se identificó que los principios de la gestión de calidad de las MYPES Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020, definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad, existe una persona encargada de controlar la calidad de la empresa y además cuentan con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen, sin embargo se afirma que no cuentan con un sistema de gestión de calidad, ni cuenta con un organigrama establecido y actualizado en la MYPE.

- c) En cuanto a Las dimensiones de gestión de calidad de las MYPES Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020, es que todas las MYPE cuentan con persona responsable que tiene la capacidad para tomar buenas decisiones y ofrece el servicio de acuerdo a las expectativas de los clientes. Sin embargo, en algunas veces no realizan en equipo las actividades asignadas, ni hacen participar el personal en la elaboración de los objetivos.
- d) Por otro lado, de acuerdo a las estrategias de la competitividad de las MYPES Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020, es que la mayoría de las MYPE el trabajador conoce sobre el producto que ofrece, los precios de los productos son aceptables a los de la competencia y el cliente se siente satisfecho con el producto que adquiere. Sin embargo, se afirma que estas MYPE no buscan nuevos mercados a nivel internacional, no hacen uso de las tecnologías de información.
- e) Por último, respecto a las dimensiones de la competitividad bajo las 5 fuerzas de Porter de las MYPES Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020, es que las MYPE realizan descuentos a los clientes que adquieren el producto, ofrecen productos de buena calidad y el personal tiene experiencia con el servicio que brinda. Sin embargo, se afirma que estas MYPE no realizan publicidad para dar a conocer su producto.

RECOMENDACIONES

Es importante ofrecer buena atención para obtener clientes fieles y que puedan recomendar el servicio que se ofrece, teniendo presente que el servicio y el precio son los elementos que nos diferenciar de la competencia.

Aprender a escuchar los comentarios críticos de los clientes es una buena manera de mejorar continuamente el servicio.

Desarrollar planes de capacitación de forma profesional para identificar ciertas falencias en el desempeño del personal.

Crear una estructura de procedimientos y coordinar equipos de trabajo para que realmente se puedan conseguir los objetivos. Lo que no se mide, resulta muy difícil de mejorar por tanto controlar, monitorizar y mejorar los procesos de trabajo. Pero primero tenemos que conocerlos, determinarlos y buscar la manera de evitar problemas como el presentismo, el absentismo y la dispersión a la hora de que cada empleado realice sus tareas.

Referencias bibliográficas.

- Aenor. (2017). *Adaptacion a la Norma ISO 9001:2015 en el Entorno educativo de la Asociacion Española de normalizacion y Certificacion.*
- ANCO Reina. (2019). *GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER EN LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERÍAS DE LA AV. HUANCANÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA - 2019.*
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13089/GESTION_DE_CALIDAD_CINCO_FUERZAS_MYPE_Y_FERRETERIAS_ANCO_SU_CASAIRE_REINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias-Muñoz, C. E. (2019). Calidad de servicio y satisfaccion del cliente en la Myoe del sector servicios rubro hoteles de 3 estrellas del Distrito de Piura, 2015. 216 / *In Crescendo.*
- Bances, E. (2016). CARACTERIZACIÓN DE GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DE SERVICIOS, RUBRO HOTELES DE SECHURA (PIURA), 2018. *Universidad Catolica los Angeles de CHimbote.*
- Beraún Berrú, M. (2017). Percepción de la calidad del servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016. *Universidad César Vallejo.*
- Bedoya, V. H. F. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu emprendedor TES*, 4(3), 65-76.
- Betancourt, D. (2019). Análisis pestel para describir el contexto organizacional.
- CARRANZA, X. (2018). *CARACTERISTICAS DE LA COMPETITIVIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO HOTELES DEL CASCO URBANO DEL DISTRITO DE SULLANA, 2018.*
- Carrillo & Gómez. (2012). CARACTERIZACIÓN DE GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DE SERVICIOS, RUBRO HOTELES DE SECHURA (PIURA), 2018. TESIS. En *Universidad Catolica los Angeles de CHimbote.*
- Congreso de la República del Perú. (2002). *Ley de organización y funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.*
- Correa, F. (2018). *Caracterización De La Capacitación Y La Competitividad En Las Mype Del Rubro Restaurantes De La Urbanización Santa Ana De Piura, Año 2018.* 112. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3525>
- DANNA JULIETH BURGOS GONZÁLEZ. (2017). *DESARROLLO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE-BAR OUZO AGAVE AZUL S.A.S. BAJO LOS LINEAMENTOS DE LA NORMA ISO 9001:2015 Y LA NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTS- USNA 008.* DANNA. 6, 5–9.
- Diaz Vargas, D. T., & Gonzales Torres, J. S. (2021). Gestión de las 5 fuerzas de

- porter en el reposicionamiento de la cooperativa de ahorro y crédito Trujillo a cooperativa de servicios múltiples, año 2020.
- Eliza Zambrano Olivera. (2015). Las Mypes y las ventas al Estado. *Contratando*, 20. <http://www.perucontrata.com.pe/boletincontratandoedicion20.pdf>
- Godos. (2018). *Caracterización De La Competitividad Y Gestión De Calidad De Las MYPE Rubro Restaurantes De La Ciudad De Talara, Año 2018*.
- González, R. (2015). *La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería low cost Presentado por Rafael González Pastor Tutelado por Doña Marta Laguna*. 69. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6001/1/TFG-N.95.pdf>
- Guarnizo. (2019). *GESTIÓN DE CALIDAD Y NEUROMARKETING EN LAS MYPE – RUBRO RESTAURANTES EN AV. GRAU ENTRE AV. VICE Y AV. CHULUCANAS – PIURA, 2019*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8611/COMPETITIVIDAD_CONSTRUCCION_RAMOS_SANCHEZ_QUIMILDA_YUMILDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R. S. C. B. M. (2018). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION 5TA EDICION. En *經濟研究*.
- ISABEL PÉREZ CARBAJAL. (2015). *Implementación De Iso 9001:2015 En Un Sistema De Gestión De Calidad Certificado En Iso 9001:2008*.
- Jaramillo, M. P. (2019). CARACTERIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO RENTABILIDAD Y NEUROMARKETING , DE LAS MYPES SECTOR COMERCIO, RUBRO TIENDAS DE ABARROTOS, EN EL DISTRITO TUMBES, 2017. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*, 152.
- Jesús Euler Aliaga Garrido. (2019). Gestión de Calidad bajo en enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017. *Repositorio.Uladech.Edu.Pe*, 152. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4947/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALIAGA_GARRIDO_JESUS_EULER.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Lopez, D. (2018). Gestión de Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquí. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*.
- LOZANO, J. K. G. (2018). *LA COMPETITIVIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTELERIA DE LA CIUDAD DE NUEVO CHIMBOTE 2014*. 152. <https://doi.org/1>
- Mínga Inga, J. D. R. (2018). Capacitación y competitividad de las Mypes del servicio rubro hoteles - Chulucanas año 2018. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/6067>
- Mondragon, E. J. M., & Campaña, T. A. S. (2016). *Calidad del servicio, como*

estrategia de marketing en el restaurant campestre “el huerto del sabor” de la localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes – 2016.

Mora-Riapira, E. H., Vera-Colina, M. A., & Melgarejo-Molina, Z. A. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*.
<https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>

Natàlia Ruiz Janó. (2015). LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR HOTELERO. *Apuntes: Revista de Ciencias Sociales*, 30, 3–11.
<https://doi.org/10.21678/apuntes.30.343>

ORTIZ, Y. M. G. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR HOTELERO CATEGORÍA DOS ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE PARIÑAS, PROVINCIA DE TALARA, AÑO 2018.*
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4516/COMPETITIVIDAD_CAPACITACION_GRANDA_ORTIZ_YENCI_MARLENI.pdf?sequence=4

Ruíz, C. (2019). *Gestión De Calidad Y Competitividad En Las Mype Rubro Boticas Del Centro Del Distrito De Las Lomas – Tambogrande, Año 2019.*
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15445/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_RUIZ_RUIZ_DE_TALLEDO_CRISTINA_ANAI_ROSMERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SANTOMÁ R. (2017). *ASPECTOS DE GESTIÓN EN LA CALIDAD DE SERSANTOMÁ R. (2017). ASPECTOS DE GESTIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO. UNA APLICACIÓN DEL CONCEPT MAPPING AL CASO DE LAS CADENAS HOTELERAS EN ESPAÑA.*
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/9316/tesis_santoma.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Serrano, A. (2018). El control interno como herramienta indispensable para una gestión financiera y contable eficiente en las empresas bananeras del cantón Machala (Ecuador). *Espacios*, 39(3), 30.

VILLEGAS, M. (2018). *LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE EN EL SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTELES DISTRITO DE CHIMBOTE PROVINCIA DEL SANTA 2017. CASO DEL HOTEL BOULEVARD.*

ANEXOS

Anexo 1: Tabla Matriz de indicador pregunta

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	FUENTE	ESCALA
G E S T I Ó N D E C A L I D A D	Principios de la Gestión de calidad	Liderazgo	¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?	Trabajador	N O M I N A L
		Enfoque al cliente	¿El hospedaje, lleva a cabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?	Trabajador	
		Participación del Personal	¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?	Cliente	
		Enfoque a procesos	¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	Trabajador	
			¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	Trabajador	
		Enfoque del sistema	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	Trabajador	
		Mejora Continua	¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?	Propietario	
		Enfoque a toma de decisiones	¿Se establecen claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?	Trabajador	
	Relación con los proveedores	¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?	Propietario		
		¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	Propietario		
	Dimensiones	Planificación	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	Trabajador	
			Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos	Trabajador	
		Control	¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	Propietario	
			¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	Trabajador	
		Aseguramiento	¿Los distintos servicios que presta el hotel cumplen con las normas de sanidad?	Trabajador	
			¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?	Cliente	
			¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?	Cliente	
		Mejora Continua	¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?	Trabajador	
¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	Propietario				

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	FUENTE	ESCALA
C O M P E T I T I V I D A D	ESTRATEGIAS	Estrategia de liderazgo en costos.	¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?	Cliente	N O M I N A L
		Estrategia de diferenciación.	¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?	Propietario	
			¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?	Cliente	
		Estrategia del enfoque.	¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?	Trabajador	
	¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?		trabajador		
	DIMENSIONES	Poder de negociación de los clientes	¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?	Cliente	
		Poder de negociación de los proveedores	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	Propietario	
		Amenaza de nuevos competidores entrantes	¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?	Cliente	
		Amenaza de nuevos productos sustitutos	¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?	Cliente	
		Rivalidad entre los competidores	¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia?	Propietario	

Anexo 2: Tabla Matriz de resultados de indicador pregunta

MATRIZ DE RESULTADOS DE INDICADOR PREGUNTA								
VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	Resultados por porcentajes				
				SI	NO	TOTAL		
G E S T I Ó N D E C A L I D A D	Principios de la Gestión de calidad	Liderazgo	¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?	100%	100%	100%		
		Enfoque al cliente	¿El hospedaje, lleva a cabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?	100%	100%	100%		
		Participación del Personal	¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?	67%	33%	100%		
		Enfoque a procesos	¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	100%	0%	100%		
			¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	60%	40%	100%		
		Enfoque del sistema	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	80%	20%	100%		
		Mejora Continua	¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?	100%	0%	100%		
		Enfoque a toma de decisiones	¿Se establecen claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?	90%	10%	100%		
	D E C A L I D A D	Dimensiones	Relación con los proveedores	¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?	100%	0%	100%	
				¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	100%	0%	100%	
			Planificación	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	100%	0%	100%	
				Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos	100%	0%	100%	
			Control	¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	100%	0%	100%	
				¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	100%	0%	100%	
			Aseguramiento	Aseguramiento	¿Los distintos servicios que presta el hotel cumplen con las normas de sanidad?	100%	0%	100%
					¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?	94%	6%	100%
¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?	82%	18%			100%			
Mejora Continua	Mejora Continua	¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?	100%	100%	100%			
		¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	100%	100%	100%			

MATRIZ DE RESULTADOS DE INDICADOR PREGUNTA						
VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	Resultados por porcentajes		
				SI	NO	TOTAL
C O M P E T I T I V I D A D	ESTRATEGIAS	Estrategia de liderazgo en costos.	¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?	75%	25%	100%
		Estrategia de diferenciación.	¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?	100%	0%	100%
			¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?	96%	4%	100%
		Estrategia del enfoque.	¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?	100%	0%	100%
			¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?	100%	0%	100%
	Dimensiones	Poder de negociación de los clientes	¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?	81%	19%	100%
		Poder de negociación de los proveedores	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	100%	0%	100%
		Amenaza de nuevos competidores entrantes	¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?	11%	89%	100%
		Amenaza de nuevos productos sustitutivos	¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?	73%	27%	100%
		Rivalidad entre los competidores	¿Lleva usted una relación pacifica con su competencia?	100%	0%	100%

Anexo 03: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario Dirigido Al Propietario

¡Buen Día! Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Piura. Me encuentro realizando una investigación denominada “Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE, Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020”. Con el objetivo de determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente, por ello acudo a usted con el fin de que responda las siguientes preguntas marcando con un aspa (X) la respuesta que le parezca conveniente, espero contar con su honestidad y responsabilidad. Agradezco su participación valiosa, cabe recalcar que las respuestas son con fines académicos y serán totalmente anónimas, cuidando su integridad.

DATOS DEL PARTICIPANTE

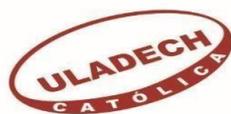
Edad: _____

Genero: _____

Domicilio: _____

Ocupación: _____

1. ¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?
SI NO
2. ¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?
SI NO
3. ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?
SI NO
4. ¿Supervisa las actividades que realiza su personal?
SI NO
5. ¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?
SI NO
6. ¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?
SI NO
7. ¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?
SI NO
8. ¿Lleva usted una relación pacifica con su competencia?
SI NO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario Dirigido Al Trabajador

¡Buen Día! Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Piura. Me encuentro realizando una investigación denominada “Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE, Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020”. Con el objetivo de determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente, por ello acudo a usted con el fin de que responda las siguientes preguntas marcando con un aspa (X) la respuesta que le parezca conveniente, espero contar con su honestidad y responsabilidad. Agradezco su participación valiosa, cabe recalcar que las respuestas son con fines académicos y serán totalmente anónimas, cuidando su integridad.

DATOS DEL PARTICIPANTE

Edad: _____

Genero: _____

Domicilio: _____

Ocupación: _____

¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?

SI

NO

¿El hospedaje, lleva a cabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?

SI

NO

¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?

SI

NO

¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?

SI

NO

¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?

SI

NO

¿Se establecen claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?

SI

NO

¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?

SI

NO

¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?

SI

NO

¿Los distintos servicios que presta el hotel cumplen con las normas de sanidad?

SI

NO

¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?

SI

NO

¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?

SI

NO

¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?

SI

NO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario Dirigido Al Cliente

¡Buen Día! Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Piura. Me encuentro realizando una investigación denominada “Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE, Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020”. Con el objetivo de determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente, por ello acudo a usted con el fin de que responda las siguientes preguntas marcando con un aspa (X) la respuesta que le parezca conveniente, espero contar con su honestidad y responsabilidad. Agradezco su participación valiosa, cabe recalcar que las respuestas son con fines académicos y serán totalmente anónimas, cuidando su integridad.

DATOS DEL PARTICIPANTE

Edad: _____

Genero: _____

Domicilio: _____

Ocupación: _____

¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?

SI

NO

¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?

SI

NO

¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?

SI

NO

¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?

SI

NO

¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?

SI

NO

¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?

SI

NO

¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?

SI

NO

¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?

Anexo 04: Constancia de Validación.



CONSTANCIA DE VALIDACION



Yo Héctor Orlando Arica Clavijo, identificado con DNI: 02786302

Magister en: DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos CUESTIONARIO elaborado por OLIVERA RODRIGUEZ DANTE ALFIERI a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE LA AV. MIGUEL GRAU PAITA AÑO 2021** que se encuentra realizado.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados

Piura 12 de Mayo de 2020


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma y sello



CONSTANCIA DE VALIDACION



Yo Diego Salvador Pacheco Estrada, identificado con DNI: 45067280

Magister en: Administración

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos Cuestionario elaborado por

Olivera Rodríguez, Dante Alfieri a los efectos de su aplicación a

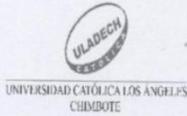
los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE LA AV. MIGUEL GRAU PAITA AÑO 2021 que se encuentra realizado.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados

Piura 06 de mayo de 2020

Firma y sello



CONSTANCIA DE VALIDACION



Yo CARLOS EDUARDO CALLE PASAPERA, identificado con DNI: 03319318

Magister en: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

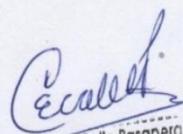
Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por

OLIVERA RODRIGUEZ DANTE ALFIERI, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación

“GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE LA AV. MIGUEL GRAU PAITA AÑO 2019” que se encuentra realizado.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados

Piura 19 de Mayo de 2020

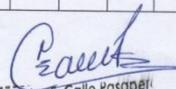

Mgt. Carlos E. Calle Pasapera
ADM. EMPRESAS

Firma y sello

VALIDACION DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

Orden	ITEMS RELACIONADOS CON GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?	X			X		X		X
2	¿El hospedaje, lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?	X			X		X		X
3	¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?	X			X		X		X
4	¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	X			X		X		X
5	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	X			X		X		X
6	¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?	X			X		X		X
7	¿Se establecen claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?	X			X		X		X
8	¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?	X			X		X		X
9	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	X			X		X		X
10	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	X			X		X		X
11	¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	X			X		X		X
12	¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	X			X		X		X
13	¿Las instalaciones del hotel son seguras?	X			X		X		X
14	¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	X			X		X		X
15	¿Los distintos servicios que presta el hotel cumplen con las normas desanidad?	X			X		X		X
16	¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?	X			X		X		X
17	¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?	X			X		X		X
18	¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?	X			X		X		X
19	¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	X			X		X		X


Mgt. Carlos E. Calle Pasaperi
ADM. EMPRESAS

VALIDACION DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

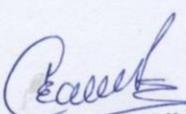
VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

Orden	ITEMS RELACIONADOS CON GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencia a que se alicie?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?	X			X		X		X
2	¿El hospedaje, lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?	X			X		X		X
3	¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?	X			X		X		X
4	¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	X			X		X		X
5	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	X			X		X		X
6	¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?	X			X		X		X
7	¿Se establecen claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?	X			X		X		X
8	¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?	X			X		X		X
9	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	X			X		X		X
10	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	X			X		X		X
11	¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	X			X		X		X
12	¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	X			X		X		X
13	¿Las instalaciones del hotel son seguras?	X			X		X		X
14	¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	X			X		X		X
15	¿Los distintos servicios que presta el hotel cumplen con las normas desanidad?	X			X		X		X
16	¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?	X			X		X		X
17	¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?	X			X		X		X
18	¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?	X			X		X		X
19	¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	X			X		X		X

Carroll
Mgt. Carlos E. Calle Pasapera
ADM. EMPRESAS

VARIABLE: COMPETITIVIDAD

Orden	ITEMS RELACIONADOS CON COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?	X			X		X		X
2	¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?	X			X		X		X
3	¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?	X			X		X		X
4	¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?	X			X		X		X
5	¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?	X			X		X		X
6	¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?	X			X		X		X
7	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	X			X		X		X
8	¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?	X			X		X		X
9	¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?	X			X		X		X
10	¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia?	X			X		X		X


 Mgt. Carlos E. Calle Pasaperi
 ADM. EMPRESAS

VALIDACION DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUCIO

VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

Orden	ITEMS RELACIONADOS CON GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?	✓			✓		✓		✓
2	¿El hospedaje, lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?	✓			✓		✓		✓
3	¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?	✓			✓		✓		✓
4	¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	✓			✓		✓		✓
5	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	✓			✓		✓		✓
6	¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?	✓			✓		✓		✓
7	¿Se establecen claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?	✓			✓		✓		✓
8	¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?	✓			✓		✓		✓
9	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	✓			✓		✓		✓
10	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	✓			✓		✓		✓
11	¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	✓			✓		✓		✓
12	¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	✓			✓		✓		✓
13	¿Las instalaciones del hotel son seguras?	✓			✓		✓		✓
14	¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	✓			✓		✓		✓
15	¿Los distintos servicios que presta el hotel cumplen con las normas desanidad?	✓			✓		✓		✓
16	¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
17	¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?	✓			✓		✓		✓
18	¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?	✓			✓		✓		✓
19	¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Arica Clavijo Hector Oblando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

VARIABLE: COMPETITIVIDAD

Orden	ITEMS RELACIONADOS CON COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?	✓			✓		✓		✓
2	¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?	✓			✓		✓		✓
3	¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?	✓			✓		✓		✓
4	¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?	✓			✓		✓		✓
5	¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?	✓			✓		✓		✓
6	¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?	✓			✓		✓		✓
7	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	✓			✓		✓		✓
8	¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?	✓			✓		✓		✓
9	¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?	✓			✓		✓		✓
10	¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

VALIDACION DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUCIO

VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

Orden	ITEMS RELACIONADOS CON GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Cree usted que si es buen líder podrá organizar bien su trabajo?	/			/		/		/
2	¿El hospedaje, lleva acabo análisis de mercado para conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio a ofrecer?	/			/		/		/
3	¿El personal del hotel siempre está atento a deseos y necesidades?	/			/		/		/
4	¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	/			/		/		/
5	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	/			/		/		/
6	¿Diseña estrategias para mejorar la gestión de calidad de la MYPE?	/			/		/		/
7	¿Se establecen claramente las áreas de responsabilidad y autoridad?	/			/		/		/
8	¿Mantiene una buena comunicación con sus Proveedores?	/			/		/		/
9	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	/			/		/		/
10	¿Cree usted que las MYPE hacen uso de las tecnologías de información?	/			/		/		/
11	¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	/			/		/		/
12	¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	/			/		/		/
13	¿Las instalaciones del hotel son seguras?	/			/		/		/
14	¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	/			/		/		/
15	¿Los distintos servicios que presta el hotel cumplen con las normas desanidad?	/			/		/		/
16	¿El servicio que brinda la organización satisface sus necesidades?	/			/		/		/
17	¿El personal del hotel se muestra interesado por servir a los huéspedes?	/			/		/		/
18	¿Constantemente mejora la calidad de los servicios brindados?	/			/		/		/
19	¿Cree usted que la innovación es conveniente para acoger a clientes cautivos?	/			/		/		/


 Mg. Ing. Diego S. Lachira Estrada
 DNI: 45063280
 CIP: 155585

VARIABLE: COMPETITIVIDAD

Orden	ITEMS RELACIONADOS CON COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencia aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Está conforme con el precio establecido por la empresa?	/			/		/		/
2	¿Usted considera que su servicio es mejor que la competencia?	/			/		/		/
3	¿Cree usted que los trabajadores muestran un buen desempeño en el servicio?	/			/		/		/
4	¿Generas confianza en tus clientes y tus potenciales clientes?	/			/		/		/
5	¿La MYPE cuenta con estrategia DAFO?	/			/		/		/
6	¿La MYPE hace promociones y descuentos en sus servicios?	/			/		/		/
7	¿Existe control de proveedores en relación a la compra de productos?	/			/		/		/
8	¿Usted cambiaría el servicio por otro mejor?	/			/		/		/
9	¿La MYPE ofrece una diversidad de servicios?	/			/		/		/
10	¿Lleva usted una relación pacífica con su competencia?	/			/		/		/


 Mg. Ing. Diego S. Lachira Estrada
 DNI: 45063280
 CIP: 155585

Anexo 05: Libro de códigos

Si.....1

No....2

Propietario

Preguntas Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8
1.	1	1	1	1	1	1	1	1
2.	1	1	1	1	1	1	1	1
3.	1	1	1	1	1	1	1	1
4.	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL	Si: 4 No: 0 Total 4	Si: 4 No: 1 Total 4	Si: 4 No: 0 Total 4	Si: 4 No: 0 Total: 4				

Trabajador

Preguntas Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
3.	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
4.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5.	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
6.	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10.	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
TOTAL	Si: 10 No: 0 Total : 10	Si: 10 No: 0 Total: 10	Si: 10 No: 0 Total : 10	Si: 8 No: 2 total 10	Si: 10 No: 0 Total : 10	Si: 9 No: 1 Total : 10	Si: 6 No: 4 Total : 10	Si: 10 No: 0 Total : 10					

Cliente

Preguntas Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	1	1	1	1	1	1	1	2	2
2.	1	1	1	1	1	1	1	2	2
3.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
4.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
5.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
6.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
7.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
8.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
9.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
10.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
11.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
12.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
13.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
14.	2	1	1	1	2	1	1	2	2
15.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
16.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
17.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
18.	1	1	2	2	1	1	2	2	1
19.	2	1	2	2	1	1	2	2	1
20.	2	1	2	2	1	1	2	2	1
21.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
22.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
23.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
24.	1	1	2	2	1	1	2	2	1
25.	1	1	2	2	1	1	2	2	1
26.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
27.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
28.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
29.	2	1	2	2	1	1	2	2	1
30.	2	1	2	2	1	1	2	2	1
31.	2	1	1	1	2	1	1	2	2
32.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
33.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
34.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
35.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
36.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
37.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
38.	1	1	2	2	1	1	2	2	1
39.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
40.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
41.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
42.	2	1	2	2	1	1	2	2	1

43.	2	1	2	2	1	1	2	2	1
44.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
45.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
46.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
47.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
48.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
49.	2	1	1	1	2	1	1	2	2
50.	1	1	2	2	1	1	2	2	1
51.	1	1	2	2	1	1	2	2	1
52.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
53.	1	1	1	1	1	1	2	2	1
54.	1	1	1	1	1	1	2	2	1
55.	1	2	2	2	2	2	2	2	2
56.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
57.	2	1	1	1	2	1	1	2	2
58.	2	1	1	1	2	1	1	2	2
59.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
60.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
61.	1	2	2	2	2	2	2	2	2
62.	1	2	2	2	2	1	2	2	2
63.	1	2	2	2	2	1	2	2	2
64.	1	2	2	2	2	2	2	2	2
65.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
66.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
67.	2	2	2	2	2	2	2	2	2
68.	2	2	2	2	2	2	2	2	2
69.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
70.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
71.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
72.	2	1	1	1	1	1	1	1	1
73.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
74.	1	1	1	1	2	1	1	2	2
75.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
76.	2	1	1	1	2	1	1	2	2
77.	2	1	1	1	1	1	1	1	1
78.	1	1	2	2	2	1	2	1	2
79.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
80.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
81.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
82.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
83.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
84.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
85.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
86.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
87.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
88.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
89.	2	1	1	1	1	1	1	1	1
90.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
91.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
92.	2	1	1	1	1	1	1	1	1

93.	2	1	1	1	1	1	1	1	1
94.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
95.	2	1	1	1	1	1	1	2	1
96.	2	1	1	1	1	1	1	1	1
97.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
98.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
99.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
100.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
101.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
102.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
103.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
104.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
105.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
106.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
107.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
108.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
109.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
110.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
111.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
112.	1	1	2	2	1	1	2	2	1
113.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
114.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
115.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
116.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
117.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
118.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
119.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
120.	1	1	1	1	1	1	1	2	1
TOTAL	Si: 80 No:40 Total 120	Si: 113 No:7 Total 120	Si: 99 No:21 Total 120	Si: 99 No:21 Total 120	Si: 90 No:30 Total 120	Si: 115 No:5 Total 120	Si: 97 No:23 Total 120	Si: 13 No:107 Total 120	Si: 88 No:32 Total 120

EVIDENCIA DE TURNITIN INFORME FINAL

Visualizador de documentos

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 14-jun.-2021 22:35 -05
Identificador: 1603183343
Número de palabras: 25853
Entregado: 2

Índice de similitud	Similitud según fuente
0%	Internet Sources: 0% Publicaciones: 0% Trabajos del estudiante: 4%

TURNITIN Por DANTE ALFIERI OLIVERA RODRIGUEZ

[Incluir citas](#) [Incluir bibliografía](#) [excluyendo las coincidencias < 4%](#)

modo:

[Change mode](#) [Imprimir](#) [Descargar](#)

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE, RUBRO HOTELES DE LA AV. VÍCTOR RAÚL HAYA DE LA TORRE, PAITA AÑO 2020. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS AUTOR: OLIVERA RODRIGUEZ, DANTE ALFIERI ORCID: 0000-0002-7248-5532 ASESOR: PELÁEZ CAMACHO, HÉCTOR YVÁN ORCID: 0000- 0002- 5394-1037 PIURA – PERÚ 2020 TÍTULO "Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE, Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020" ii EQUIPO DE TRABAJO AUTOR Olivera Rodriguez Dante Alfieri ORCID: 0000-0002-7248-5532 Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Piura, Perú ASESOR Peláez Camacho, Héctor Yvan ORCID: 0000- 0002- 5394-1037 Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú JURADO Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo ORCID: 0000-0003-2027-6920 Mgtr. Guzmán Castro, Iván Arturo ORCID: 0000-0002-4650-4322 Mgtr. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth ORCID: 0000-0001-7372-741X iii HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR _____ Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas Presidente _____ Mgtr. Guzmán Castro Iván Arturo Secretario _____ Mgtr. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth Miembro _____ Mgtr. Peláez Camacho Héctor Iván Asesor iv AGRADECIMIENTO A Dios por haberme permitido llegar hasta aquí, a mis Padres por su gran apoyo y a mi compañera de estudios Migceli Alvarado por su ayuda continua, para así poder lograr mis objetivos. v DEDICATORIA A mis padres Jaime Olivera y Francisca Rodríguez de Olivera por su amor incondicional y eterna compañía, a mis compañeras Migceli Alvarado Jiménez y Diana Espinoza Guanilo que con su ayuda y soporte he podido lograr las metas trazadas. vi RESUMEN Este trabajo de investigación titulada Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE, Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020. Su objeto general es determinar las características de la gestión de calidad y Competitividad De Las MYPE, Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020. La investigación es de grado cuantitativo, nivel descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal, donde la población es finita e infinita para las variables gestión de calidad y competitividad, siendo los resultados de la muestra en estudio 04 propietarios, 14 colaboradores y 120 clientes, donde se utilizó la técnica de encuesta y cuestionario como instrumento. Después de las concernientes aplicaciones de los análisis de resultados, se concluyó que estas MYPES se basan en tener una buena gestión de calidad logrando poder satisfacer las necesidades del cliente, dando a conocer el adecuado manejo de la competitividad de las MYPES en estudio ya que permite establecer estrategias que ayuden a sobresalir en el mercado que cada vez es más competitivo, del total de representantes de las MYPES rubro hoteles de la ciudad de Paita, gran parte de los propietarios aplican de forma correcta los sistemas de la Gestión de Calidad llevando una correcta planificación de sus funciones y responsabilidades, la cual les permite desarrollar sus procesos y procedimientos para el cumplimiento de sus objetivos planificados. Además, las MYPES cuentan con un personal altamente capacitado y comprometido con la organización y con el cliente. Por ello los propietarios de estos hoteles, consideran de mayor importancia realizar capacitaciones e implementar estrategias y ventajas del Gestión de calidad y competitividad. Palabras claves: Competitividad- Gestión de calidad- Hoteles – MYPES vii ABSTRACT The development of this research project is entitled Management Of Quality And Competitiveness Of

EVIDENCIA DE TURNITIN DE ARTICULO CIENTIFICO

Visualizador de documentos

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 19-may.-2021 23:39 -05
Identificador: 1590067722
Número de palabras: 4162
Entregado: 1

Artículo científico Por DANTE ALFIERI OLIVERA RODRIGUEZ

Índice de similitud	Similitud según fuente
10%	Internet Sources: 7% Publicaciones: 0% Trabajos del estudiante: 13%

[incluir citas](#) [incluir bibliografía](#) [excluyendo las coincidencias < 4%](#)

modo:

Change mode

[imprimir](#)

[descargar](#)

6% match (trabajos de los estudiantes desde 03-jul.-2018)

[Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2018-07-03](#)

4% match (trabajos de los estudiantes desde 28-feb.-2019)

[Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2019-02-28](#)

GESTIÓN DE CALIDAD Y [COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE, RUBRO HOTELES DE LA AV. VÍCTOR RAÚL HAYA DE LA TORRE, PAITA](#) AÑO 2020 QUALITY AND COMPETITIVENESS MANAGEMENT OF THE MYPE, RUBRO HOTELES DE LA AV. VÍCTOR RAÚL HAYA DE LA TORRE, PAITA YEAR 2020 OLIVERA RODRIGUEZ DANTE ALFIERI Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas Piura, Perú ABSTRACT: The development of this research project is entitled Management of Quality and Competitiveness of The MYPE, Heading Hotels Of Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Year 2020. Its general purpose is to determine the characteristics of quality management and Competitiveness of the MYPE, Category Hotels De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Year 2020. The research is quantitative, descriptive level, with a non- experimental cross-sectional design, where the population is finite for the variables quality management and internal control, with the results of the study sample being 04 owners, 14 employees and 120 clients, where the survey and questionnaire technique was used as an instrument. After the relevant applications of the analysis of results, it was concluded that these MYPES are based on having a good quality management, being able to satisfy the needs of the client, making known the adequate management of the competitiveness of the MYPES under study since it allows establish strategies that help to stand out in the market that is increasingly competitive, of the total of representatives of the MYPES category hotels in the city of Paita, a large part of the owners correctly apply the Quality Management systems, carrying out a correct planning of their functions and responsibilities, which allows them to develop their processes and procedures for the fulfillment of their planned objectives. In addition, the MYPES have a highly trained staff committed to the organization and the client. For this reason, the owners of these hotels consider it more important to carry out training and implement strategies and advantages of quality management and competitive. Keywords: Quality, competitiveness, elements, management, MYPE, restaurants. 1 INTRODUCCIÓN La actual indagación titulada "Gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro hoteles en la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre Paita año 2020", procede [de la línea de investigación](#) de ULADECH CATÓLICA denominada Gestión de calidad y competitividad de las MYPE, línea que ha sido adjudicada por la Escuela de Administración y comprende el campo disciplinar: promoción de las MYPE y se sujeta con las variables que se emplearon para realizar el estudio que son gestión de calidad y competitividad. Este estudio busca identificar las características de los hoteles ubicados en la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre Paita, 2020. La Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) brinda los servicios de inscripción de actos y derechos que concretan los requisitos de ley y publicidad registral. Cuando se registra una propiedad se aprueba el derecho sobre ella, resguardándola de algún acto que vulnere contra el derecho de propiedad. Además, al incorporar la propiedad se está sujeto a crédito bancario, pudiendo así diligenciar préstamos o créditos personales para mejorar la casa o emprender el negocio. Diario La República, (2016) En toda la Región Piura, en proporción con el informe del Banco Central de Reserva del Perú (BCR) de julio 2019 develó que el crecimiento promedio anual de esta ciudad, en los últimos 10 años, fue de 3,9 por ciento. Aunque, esta cifra es inferior al promedio nacional