

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

Facultad de Ciencias Empresariales

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TURÍSTICO-HOTELERA



**COOPETENCIA Y SU RELACIÓN CON LA SUPERVIVENCIA
EMPRESARIAL EN EL RUBRO HOTELERO, EN LA
PROVINCIA DE TACNA, 2020.**

TESIS

PRESENTADA POR:

Br. DEISY MELISSA MAMANI CCAMA

ASESOR:

Mag. Dalila Huanca Coronado

Para optar el título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICO-HOTELERA

TACNA-PERU

2021

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de tesis a Dios, mis padres, abuelos y a mis amigos

A Dios porque ha estado en todo momento conmigo, iluminando cada paso que doy, cuidándome, protegiéndome y dándome la fortaleza para continuar.

A mis quienes han sido mis guías y personas incondicionales apoyándome en cada etapa de mi vida, por ser mi fuente de motivación e inspiración.

Por darme el valor de poder superarme, así pudiendo llegar a este punto de mi carrera. Quienes a lo largo de mi vida han velado por mi felicidad, bienestar y educación depositando toda su confianza y creyendo en mi capacidad.

A mis abuelos por enseñarme el significado de la fuerza, valor y actitud de poder enfrentar los obstáculos, ser valiente ante cualquier situación y así poder luchar para que la vida nos depara un futuro mejor.

Y a mis amigos aquellos que estuvieron en esta etapa de mi vida acompañándome dándome su apoyo, aliento y compartiendo experiencias que guardare en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgen, por iluminarme y guiarme en mi camino permitiendo llegar a este importante momento en mi vida.

A mis queridos padres, Walther Mamani Baca y Maritza Ccama Condori por su sacrificio, dedicación, esfuerzo y creer en mi capacidad me dieron la oportunidad de estudiar, aunque hemos pasado momentos difíciles, pero con ese amor incondicional, respeto, comprensión, comunicación, consejos, confianza hicieron que enfrentemos juntos cada momento difícil que pasaba.

Agradezco a mis compañeros y amigos, a quienes sin esperar nada a cambio compartieron su

conocimiento, amistad, alegrías y tristezas permitiendo que participen en esta aventura.

A mis profesores, a quienes compartieron sus conocimientos, consejos y experiencia gracias por prepararme para un futuro competitivo con dedicación no solo profesionalmente sino como persona.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.2.1. Problema principal	6
1.2.2. Problemas secundarios	6
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.3.1. Justificación teórica	7
1.3.2. Justificación metodológica	7
1.3.3. Justificación práctica	7
1.4. OBJETIVOS	8
1.4.1. Objetivo General	8
1.4.2. Objetivos específicos	8
1.5. HIPÓTESIS	9
1.5.1. Hipótesis general	9
1.5.2. Hipótesis específicas	9
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	10
2.1. ANTECEDENTES	10

2.1.1.	Antecedentes internacionales	10
2.1.2.	Antecedentes nacionales	16
2.1.3.	Antecedentes locales	19
2.2.	BASES TEÓRICAS	20
2.2.1.	Coopetencia	20
2.2.2.	Supervivencia empresarial	25
2.3.	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS.....	34
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....		35
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	35
3.2.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	35
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.4.	VARIABLES E INDICADORES	36
3.4.1.	Identificación de variable	36
3.4.2.	Operacionalización de la variable	37
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA	39
3.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	39
3.6.1.	Técnicas.....	39
3.6.2.	Instrumentos	39
CAPÍTULO IV RESULTADOS		40
4.1.	VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	40
4.1.1.	Validación	40

4.1.2.	Coeficiente de Confiabilidad.....	40
4.1.3.	Escala de valoración de las variables	42
4.2.	TÉCNICA DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	42
4.3.	TRATAMIENTO ESTADÍSTICO	43
4.3.1.	Análisis por dimensión de la Variable Coopetencia	43
4.3.2.	Análisis por dimensión de la Variable Supervivencia Empresarial	47
4.3.3.	Análisis por Variable.....	53
4.4.	VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	55
4.4.1.	Verificación de las hipótesis específicas	55
4.4.2.	Verificación de la hipótesis general	63
4.5.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	65
	CONCLUSIONES	70
	SUGERENCIAS	72
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
	APÉNDICE	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Lista de Hoteles Categorizados en Tacna - 2020</i>	33
Tabla 2 <i>Operacionalización de la Variable Coopetencia</i>	37
Tabla 3 <i>Operacionalización de la Variable Supervivencia Eempresarial</i>	38
Tabla 4 <i>Cuadro de Fiabilidad de la Variable Coopetencia</i>	41
Tabla 5 <i>Cuadro de Fiabilidad de la Variable Supervivencia Empresarial</i>	41
Tabla 6 <i>Estadísticos de la Dimensión Clientes</i>	43
Tabla 7 <i>Estadísticos de la Dimensión Proveedores</i>	44
Tabla 8 <i>Estadísticos de la Dimensión Complementadores</i>	45
Tabla 9 <i>Estadísticos de la Dimensión Competidores</i>	46
Tabla 10 <i>Estadísticos de la Dimensión Producto</i>	47
Tabla 11 <i>Estadísticos de la Dimensión Mercado</i>	48
Tabla 12 <i>Estadísticos de la Dimensión Tecnología</i>	49
Tabla 13 <i>Estadísticos de la Dimensión Capital</i>	50
Tabla 14 <i>Estadísticos de la Dimensión Personal</i>	51
Tabla 15 <i>Estadísticos de la Dimensión Competencia</i>	52
Tabla 16 <i>Estadísticos de la Variable Coopetencia</i>	53
Tabla 17 <i>Estadísticos de la Variable Supervivencia Empresarial</i>	54
Tabla 18 <i>Prueba de Hipótesis de la Dimensión Clientes y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	55
Tabla 19 <i>Prueba de Hipótesis de la Dimensión Proveedores y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	57
Tabla 20 <i>Prueba de Hipótesis de la Dimensión Complementadores y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	59

Tabla 21 <i>Prueba de Hipótesis de la Dimensión competidores y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	61
Tabla 22 <i>Prueba de Hipótesis de la Variable Coopetencia y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Clientes</i>	43
Figura 2 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Proveedores</i>	44
Figura 3 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Complementadores</i>	45
Figura 4 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Competidores</i>	46
Figura 5 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Producto</i>	47
Figura 6 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Mercado</i>	48
Figura 7 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Tecnología</i>	49
Figura 8 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Capital</i>	50
Figura 9 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Personal</i>	51
Figura 10 <i>Gráfico de barras de la Dimensión Competencia</i>	52
Figura 11 <i>Gráfico de barras de la Variable Coopetencia</i>	53
Figura 12 <i>Gráfico de barras de la Variable Supervivencia Empresarial</i>	54
Figura 13 <i>Gráfico de Dispersión de la Dimensión Clientes y la Variable</i>	56
Figura 14 <i>Gráfico de Dispersión de la Dimensión Proveedores y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	58
Figura 15 <i>Gráfico de Dispersión de la Dimensión Complementadores y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	60
Figura 16 <i>Gráfico de Dispersión de la Dimensión competidores y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	62
Figura 17 <i>Gráfico de Dispersión de la Variable Coopetencia y la Variable Supervivencia Empresarial</i>	64

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal: Determinar la relación entre la cooepetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Para ello, se realizó una investigación con un diseño no experimental, correlacional de corte transversal; la muestra estuvo conformada por 45 colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo durante el 2020.

Con respecto a la hipótesis general, con un valor $-p$ (0,000) menor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual se rechaza la H_0 , y se concluye con un nivel de confianza del 95% que existe relación entre la cooepetencia y la supervivencia empresarial en los colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo, 2020. Así mismo, la fuerza de la relación es de 0.523, indicando una relación moderada.

Palabras claves: Supervivencia Empresarial, Coopetencia, Hotel, Hostal.

ABSTRACT

The main objective of this research is: To determine the relationship between competence and business survival of the hotel sector, in the province of Tacna, 2020. For this, an investigation was carried out with a non-experimental, correlational cross-sectional design; The sample was made up of 45 collaborators from the hotels: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo during 2020.

With respect to the general hypothesis, with a p-value (0.000) less than the level of significance (0.05), for which the H_0 is rejected, and it is concluded with a confidence level of 95% that there is a relationship between cooperation and business survival in hotel employees: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo, 2020. Likewise, the strength of the relationship is 0.523, indicating a moderate relationship.

Keywords: Business Survival, Competence, Hotel, Hostel.

INTRODUCCIÓN

En medio de la crisis sanitaria que está atravesando el país y el mundo debido a la COVID-19. Los diferentes países están enfrentando una pandemia, el rol de las empresas en esta situación es de vital importancia. Dado que, brindan dinamismo económico en la sociedad y una correcta gestión empresarial garantizará seguridad y fuente de ingresos a través de puestos de trabajo para sus colaboradores.

En este momento, las empresas del sector hotelero están enfrentando diversos riesgos estratégicos y operativos, como retrasos en la cadena de suministro; variaciones en los gustos y preferencias de los clientes; incremento de los gastos operativos; prolongación en los tiempos de entrega; problemas para el cuidado de la salud, seguridad de los empleados y mano de obra insuficiente. Del mismo modo, un hotel es un lugar de alta interacción entre los turistas nacional e internacional con los colaboradores. Por ello, se recomienda la aplicación de los protocolos de sanidad en el alojamiento del turista, los servicios de alimentos y bebidas, limpieza y organización de eventos (OMS, 2020).

Por tal motivo, se desarrolló la presente investigación titulada “La cooepetencia y su relación con la supervivencia empresarial en el rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020”.

El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la cooepetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

En el Capítulo I, presentamos el planteamiento del problema, la descripción del mismo, la formulación del problema, la justificación de la problemática, objetivos e hipótesis de la investigación.

En el Capítulo II, se centra el marco teórico, dando a conocer los antecedentes del estudio, las bases teóricas y la definición de los conceptos básicos; necesarios para comprender la investigación.

En el Capítulo III, reúne los aspectos correspondientes a la metodología, como: el tipo, nivel, diseño de la investigación, principales variables, sus dimensiones y operacionalización, la población y muestra, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección, procesamiento, análisis de los datos obtenidos.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados obtenidos a través de tablas descriptivas y figuras. Asimismo, se muestra la verificación de las hipótesis planteadas; a través del estadístico no paramétrico Rho de Spearman y finalmente, se redactan las conclusiones en base a los resultados obtenidos y se proponen las sugerencias de la presente investigación para las empresas del sector hotelero en la Provincia de Tacna, 2020, finalizando con el Apéndice.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En América, desde que se habla de competitividad, gracias a los estudios de Michael Porter; diferentes organizaciones con y sin fines de lucro, han desarrollado una serie de estrategias para mejorar su posición dentro de un mercado, que inicialmente se buscaba ser el líder o llevarse la mayor ganancia; sin embargo a través del tiempo esta situación ha cambiado (Matos, 2019). Hoy en día, las empresas han evolucionado y reconocen que el crecimiento no es aislado, este debe ser compartido, dando cabida a una estrategia, que se ha desarrollado mediante una simbiosis entre la competitividad y la cooperación empresarial. Esta estrategia ha dado paso, a un neologismo denominado “Coopetencia” (Fernández, 2020).

Actualmente, las empresas buscan ser competitivas ante un mercado cada vez más exigente; por ello es relevante contar con una estrategia clara y que se adapte a los cambios, sin embargo, pocas son las empresas que generan estrategias claras. Dicha situación se acentúa mucho más ante las situaciones críticas, como la actual pandemia que se viene dando y que ha dañado las operaciones de muchas empresas, afectando gravemente al sector turístico a nivel internacional.

En el caso del Perú, no ha sido la excepción, muchas de las empresas que constituyen los eslabones de la cadena turística a nivel nacional se han visto obligadas a subsistir a costa de cambiar el giro de su negocio; otras debido a la gran inversión realizada tienen barreras de salida, como su infraestructura y vehículos, que no les permite salir de sector generando un sobre costo de mantenimiento de su activo fijo al no contar con la demanda esperada.

Y peor aún, ante la parálisis económica y sistemática, agravada por la actual coyuntura política. De manera específica, dentro del sector turístico uno de los rubros más afectados ha sido el hotelero, en zonas de frontera como Tacna, donde existió una gran dependencia por los turistas extranjeros y nacionales que llegaban por motivos comerciales. Ante esta situación, pese a las dificultades, algunas empresas hoteleras están luchando por sobrevivir en la Región de Tacna, que, a pesar de ser competencia entre ellas, a la vez, cooperan para obtener un resultado beneficioso. En tal situación las empresas no solo deben preocuparse por ser competitivas en el mercado, sino por sobrevivir durante los tiempos difíciles que la economía peruana atraviesa.

Este es el caso de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo; los cuales, han demostrado ayuda mutua a nivel empresarial, ante la actual situación difícil; dentro de esta ayuda, se ha observado que ante una sobredemanda sobre los servicios de un hotel, el excedente es atendido por otro hotel de este grupo; otro de los

aspectos relevantes es la reducción de los costos a través de la compra en conjunto de diferentes artículos necesarios para el funcionamiento de los hoteles, la adquisición de servicios de consultoría (legal, contable, publicitaria, entre otros) que se replica para el grupo; a la vez, se reducen los costos del personal al establecer un estándar en los tiempos de los trabajadores como por ejemplo el servicio de limpieza. Bajo esta premisa se cree que esta acción debería ser replicada por muchas otras empresas el rubro hotelero, y por supuesto del sector turístico de la Región de Tacna, porque ha dado mejores resultados que otras empresas que siguen participando en el sector de manera individual.

Al observar esta situación y ante la evidente demostración de la importancia de la generación de valor compartido, se ha decidido investigar acerca de la cooptencia y su relación con la supervivencia empresarial de las empresas antes mencionadas. El cual, probablemente arroje un resultado positivo, lo cual permitirá aportar conocimiento a otras empresas. Por otra parte, de no desarrollarse la investigación se perdería la oportunidad de conocer acerca de esta estrategia empresarial, nunca antes estudiada de acuerdo a los repositorios de investigación de la universidad de locales de la Región de Tacna.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema principal

¿Cuál es la relación entre la coepetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020?

1.2.2. Problemas secundarios

- A. ¿Cuál es la relación entre los clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020?
- B. ¿Cuál es la relación entre los proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020?
- C. ¿Cuál es la relación entre los complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020?
- D. ¿Cuál es la relación entre los competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020?

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de esta investigación se justificó bajo tres enfoques: teórico, metodológico y práctico.

1.3.1. Justificación teórica

Se justifica, porque con la investigación se conoció más acerca de la naturaleza de las variables de estudio “Coopetencia” lo cual no fue investigado en la Región de Tacna, hasta la presentación de la tesis. Así mismo, la investigación servirá para futuras investigaciones dentro del ámbito de la Gestión turística. Asimismo, los resultados hallados, aportaron a las teorías vigentes y los conceptos brindados por los autores descritos en el marco teórico.

1.3.2. Justificación metodológica

Para realizar la medición de las variables en estudio se aplicó una metodología sujeta a un enfoque cualitativo; para ellos se utilizó instrumentos para medir las dos variables en estudio. Los componentes de la variable Coopetencia fueron desarrollados por Gómez et al. (2019) en su investigación titulada “La coopetencia, interacción de dos relaciones antagónicas”. Los componentes de la variable Coopetencia fueron desarrollados por Gan y Leandro (2021) en su investigación titulada “Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019”.

Finalmente, el presente informe de tesis fue redactado y adaptado al formato de las Normas APA en su versión 7.0.

1.3.3. Justificación práctica

De manera específica, los resultados fueron relevantes para los hoteles intervinientes en la investigación, los cuales pudieron

utilizar la información recabada para la toma de decisiones e incrementar más sus ingresos o se reduzcan más sus costos en factores productivos. Por otra parte, se brindó diferentes recomendaciones que pueden ser tomadas en consideración para mejorar los servicios brindados en la actualidad.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la cooepetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

1.4.2. Objetivos específicos

- A. Determinar la relación entre los clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.
- B. Determinar la relación entre los proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.
- C. Determinar la relación entre los complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.
- D. Determinar la relación entre los competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. *Hipótesis general*

Existe una relación entre la coopectencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

1.5.2. *Hipótesis específicas*

- A. Existe una relación entre los clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.
- B. Existe una relación entre los proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.
- C. Existe una relación entre los complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.
- D. Existe una relación entre los competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la búsqueda de antecedentes relacionados a las dos variables en estudios; a nivel internacional, nacional y local; algunos antecedentes son artículos científicos y en otros casos son tesis de grado. Por otra parte, es preciso resaltar que algunas investigaciones no realizan comprobación de hipótesis y corresponden al nivel de investigación descriptivo; este es el caso donde se ha desarrollado un programa como herramienta de gestión o los estudios de diseño no experimental - documental; sin embargo, tienen algún aporte relevante para el estudio de las variables. Además, como la variable “coopetencia” es una variable nueva, existe poca información y en su mayoría es de nivel descriptivo.

2.1.1. Antecedentes internacionales

Gómez et al. (2019) desarrolló un artículo titulado: “La coopetencia, interacción de dos relaciones antagónicas”, para la revista *Dimensión Empresarial*, en Colombia. El objetivo de la investigación fue analizar los conceptos básicos para entender la coopetencia inter - empresarial y su dinámica para crear y apropiar valor. El diseño del estudio de investigación fue no experimental longitudinal, con un nivel descriptivo, la muestra estuvo compuesta por los diferentes modelos teóricos y como instrumento se utilizó las Fichas de localización e investigación.

Las conclusiones de la investigación dieron a conocer que, la cooepetencia incluye la competitividad y la cooperación; donde la competitividad les permite conocer a las otras empresas y centrarse en las áreas de fabricación y comercialización de sus productos; donde la competitividad, le permite obtener recursos que por sí misma la empresa no puede tener.

Cárdenas et al., (2018) desarrolló una artículo titulado: “Coopetencia, modelo de Gestión Empresarial para Mipymes de Ocaña”, para la revista Respuestas, en Colombia. El objetivo de la investigación fue realizar un diagnóstico situacional a las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de Ocaña, Norte de Santander. El enfoque fue cuantitativo, el nivel descriptivo y exploratorio, el diseño fue documental y de campo, como instrumento se utilizó una encuesta a una muestra de 64 Mipymes del municipio.

El 98% de los encuestados dieron a conocer que desconocen los requisitos legales ambientales aplicables a su actividad económica, se evidenció la sinergia generada entre el empleador y el empleado; además se hace observa que la principal fortaleza se relaciona con el proceso administrativo y económico de las Mipymes.

Gaviria (2011) desarrolló un artículo titulado: “Coopetencia y modelos de asociatividad en Colombia”, para la Universidad del Rosario, en Colombia. El objetivo de la investigación fue establecer un marco teórico que exponga los diversos postulados que se hayan desarrollado en el tema de la coopetencia y cooperación empresarial. El nivel del estudio fue descriptivo, el instrumento fue la revisión bibliográfica y la muestra considera diferentes postulados. Las conclusiones de la investigación dieron a conocer que las empresas que desean convertir las amenazas en oportunidades, deben mejorar su competitividad, crear proyectos asociativos, generar redes empresariales y consolidar *clusters*. Estos últimos, mejoran la posición competitiva de las empresas y permiten el acercamiento de los proveedores y clientes, alcanzando estándares de productividad y logrando mayores estándares.

Osorio (2015) desarrollo la tesis titulada: “Cultura e Innovación en Empresas con Relaciones de Cooperación Inter Organizacional”, para la ciudad de Bogotá, Colombia. El objetivo de la investigación fue, determinar la relación entre el grado de cooperación inter organizacional y su incidencia en los valores culturales de la empresa percibidos por los directivos, así como en la generación de innovaciones.

El diseño del estudio de investigación fue cuantitativo con un alcance de tipo descriptivo y de carácter no experimental y trans seccional, la muestra estuvo conformada por 20 empresas de la red ParqueSoft Manizales y el instrumento utilizado fue el cuestionario. Las conclusiones de la investigación dieron a conocer que, la comprobación de bajos índices de cooperación en las empresas de la red ParqueSoft Manizales, se debe a que hay un número determinado de empresas que no tienen o practican la cooperación en el último año, se debería implementar una mejora en las estrategias para subir los índices de cooperación generando mejores números en sus ingresos y mejor desempeño en las empresas.

Capaldi (2016) desarrolló la tesis titulada: “Cooperación Empresarial, alianza estratégica entre empresa argentina y mexicana. El caso de una pyme Cordobesa de la industria del mueble”, para la ciudad de Río Cuarto, Argentina. La muestra estuvo compuesta por diferentes documentos vinculados a las pyme Cordobesa de la industria del mueble, el diseño fue no experimental y el instrumento de la investigación fue el análisis documental. El objetivo de la investigación fue, analizar la alternativa de ingresar al mercado internacional de parte de una pyme argentina fabricante de muebles para sala o living a través de una alianza estratégica con una empresa mexicana.

Las conclusiones de la investigación dieron a conocer que, la diferencia entre América Latina frente a otros países, con respecto a los bajos estándares como la mano de obra realizado por mejores pagas en países competitivos o el aprovechamiento de los recursos en los países más competitivos, esto se ejemplifica mejor sabiendo la competitividad de China con recursos medios y la de Argentina con altos recursos, pero poco aprovechado; no solo se basa en los bienes que posee un país sino también en cómo lo distribuye o como lo transforma para convertirlo en un bien de alta necesidad para su venta.

Ortega-Argiles y Moreno (2005) desarrollaron la investigación titulada “Estrategias Competitivas y Supervivencia empresarial”, en la ciudad de Barcelona, España. El objetivo de la investigación fue analizar el impacto de las principales estrategias que determinan el comportamiento competitivo de las empresas y el papel de las mismas sobre la supervivencia empresarial. El diseño del estudio de investigación fue no experimental y longitudinal, no indica el número exacto de la muestra y el instrumento utilizado fue la encuesta sobre estrategias empresariales. Las conclusiones de la investigación dieron a conocer que, algunos estudios indican que la experiencia adquirida otro tipo de factores podía ser también relevante en la estrategia competitiva empresarial, apareciendo la teoría que relaciona las mejoras competitivas con la innovación empresarial.

Por otra parte, al considerar diferentes tramos de tamaño empresarial, los resultados difieren, indicando que las diferentes estrategias adoptadas por las empresas difieren en función del tamaño que posean; incluso se observa que las empresas de menor tamaño adoptan más estrategias que las de mayor tamaño.

Fabregá y Nicolau (2016) desarrollaron la investigación titulada “Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: El caso de Barcelona”, en España. El objetivo de la investigación fue analizar las características financieras de las empresas creadas en Barcelona en los inicios de la crisis y que han sobrevivido durante la misma. El diseño fue no experimental y longitudinal, como fuente de información utilizó la base de datos utilizada ha sido el Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y el período de referencia 2008 - 2013, como muestra se consideró un total de 515 empresas. Las conclusiones de la investigación dan a conocer que en el año 2012 las empresas tuvieron una influencia positiva en sus resultados, expresada por sus condiciones financieras. Además, en épocas de crisis, la sostenibilidad de una empresa es vital para la generación de empleo.

Estrada et al. (2016) desarrollaron la investigación titulada “La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa”, en México.

El objetivo de la investigación fue entender si la antigüedad de las empresas tiene relación con los factores de supervivencia que el director de las MiPE's de la zona centro del estado de Nayarit aplica en la operación de las mismas. El tipo de investigación fue cuantitativo descriptivo; se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio simple y se obtuvo un total de 378 micro y pequeñas empresas registradas en los municipios de Tepic y Xalisco; el instrumento fue un cuestionario compuesto por 230 preguntas, clasificadas en siete categorías distintas. Las conclusiones de la investigación muestran que las empresas más jóvenes, con respecto a los seis factores de supervivencia, están por encima del promedio del total de empresas evaluadas. Sin embargo, independientemente de la edad de la empresa, las empresas desarrollan estrategias para sobrevivir.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Isidro (2018) desarrolla la tesis titulada: "Incidencia del comercio electrónico en los ingresos ordinarios y egresos de la empresa Qelqatani Hotel E.I.R.Ltda., periodos 2015 – 2016 en la ciudad de Puno", Perú. El objetivo de la investigación fue evaluar la incidencia del Comercio Electrónico en los ingresos ordinarios y egresos de la empresa Qelqatani Hotel E.I.R.LTDA en los periodos 2015-2016 en la ciudad de Puno.

El diseño de investigación es cuantitativo, la investigación es comparativa y correlacional, la muestra estuvo compuesta por los estados financieros entre los periodos 2015-2016; los instrumentos fueron la observación directa, técnica documental, cuestionario y entrevista. La investigación concluye que la forma de comercializar sus servicios de Qelqatani Hotel E.I.R.LTDA ha evolucionado conforme a las exigencias de mercados globales, sin embargo no de la manera deseada porque hubo una disminución de sus ingresos, causado por el poco uso de la herramientas del comercio electrónico por la falta de información y preparación adecuada para una mejor utilización de la página web, redes sociales y otras de parte del gerente; cabe resaltar que en Puno gran parte de la población prefieren invertir en la comercialización tradicional y no el comercio electrónico que vendría a ser más económico y efectivo.

Herrera (2019) desarrollo la tesis titulada: “Programa de Cooperación Académica Internacional como Herramienta de Gestión para Internacionalización de la Universidad Señor de Sipán”, para la ciudad de Lambayeque, Perú. El objetivo de la investigación fue, diseñar una propuesta de un programa de cooperación académica internacional como herramienta de gestión para la internacionalización de la Universidad Señor de Sipán.

El diseño del estudio de investigación fue de carácter cuantitativo – cualitativo, la población fue de 10243 estudiantes de las 19 Carreras Profesionales matriculados en el semestre 2015-II de la Universidad Señor de Sipán, la muestra fue de 290 estudiantes de las 19 Carreras Profesionales matriculados en el semestre 2015-II de la Universidad Señor de Sipán; como instrumentos se utilizaron el cuestionario y la guía de entrevista.

Las conclusiones de la investigación dieron a conocer que, las universidades de Lambayeque no consideran la internacionalización como una herramienta de gestión, sin embargo, la USS si lo considera, pero no lo desarrolla pues no tiene un programa estratégico de internacionalización; la recomendación es la consideración de la internacionalización en las universidades de la región de Lambayeque y posteriormente la gestión de programa sobre la misma.

Gan y Leandro (2021) desarrollan la tesis titulada: “Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019”, en el Perú. El objetivo de la investigación fue determinar si la estrategia de asociatividad influye significativamente en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú.

El nivel fue del tipo explicativo; el diseño del estudio fue no experimental causal de corte transversal; a través de un muestreo probabilístico aleatorio se obtuvo una muestra de 49 Mipyme pertenecientes al sector agrario activos al año 2020; los instrumentos fueron dos cuestionarios en escala de Likert.

Las conclusiones de la investigación dieron a conocer que las fuentes de consulta, coinciden en la asociatividad para incrementar la permanencia de las empresas en el mercado; comprobado a través de la comprobación estadística de manera global y de sus componentes. A la vez, se considera que existen otros factores no considerados en el modelo, que también influyen en la supervivencia de las empresas. El factor que presenta mayor intensidad es el de tecnología, el cual es difícil de obtener o desarrollar si no se cuenta con los recursos necesarios; sin embargo, con la asociatividad es más fácil conseguir este factor.

2.1.3. Antecedentes locales

No se encontraron antecedentes relacionados con las variables, hecho que justifica investigar más sobre ese tema dentro de la localidad.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. *Coopetencia*

Para la comprensión de este concepto, es necesario conocer el significado de la Competencia Empresarial y Cooperación Empresarial.

Competencia Empresarial. Fernández (2019) explica que la competencia empresarial es el conjunto de habilidades de un grupo de personas dentro de una empresa, con la capacidad de utilizar materiales del entorno empresarial para generar riqueza o rentabilidad para la misma, esto generara desarrollo social y beneficios dentro de la empresa. Es la disputa entre empresas las cuales tienen la capacidad para sobreexplotar sus habilidades para la generación de ganancias, se caracteriza por priorizar el mejor desempeño contra la competencia diseñando una mejor calidad en sus servicios (Felipe, 2007).

Cooperación Empresarial. Es la unión de dos o más empresas para desarrollar y/o buscar un bien en común, pero sosteniendo la independencia empresarial, es decir, se unen dos empresas para una meta en específico sin fusionarse (Moreno y Melgosa, 2010). Es la alianza de dos empresas o más para un mismo objetivo; sin embargo, esta alianza no significa que dichas empresas se conviertan en una ya que solo es para un mismo interés, pero manteniendo la política de cada empresa (Eugenio, 2008).

Conceptos de Coopetencia. Nalebuff (2005) explica que la coopetencia es la unión de dos términos competencia y cooperación diseñada para el ámbito empresarial en el cual fue diseñada para un mejor entendimiento en los movimientos de dos empresas aliadas. Se obtiene la coopetencia en la alianza de dos empresas o más, las cuales agrandan su mercado para evitar la competencia y el cierre de una empresa, esto genera que lleguen a un acuerdo donde sus servicios se beneficien entre sí. Se llama coopetencia a la unión de dos o más empresas para generar una mayor eficacia en la venta de sus servicios teniendo un mayor mercado en el cual no compitan directamente, al contrario, sus servicios sean adicionales unos a otros y mediante este método todos ganan (Velandia, 2019).

Es el termino generado en la unión de dos empresas las cuales buscan la complementación de sus servicios para generar mayores ganancias sin tener que competir entre ellas, esto basado en que la empresa principal y la competencia ganara evitando la bancarrota de los competidores (Jaramillo, 2002).

Luego de revisar los conceptos de los diferentes autores el investigador entiende el concepto coopetencia así: Para la generación o creación de la coopetencia, es necesario que exista competitividad entre las empresas, en tal sentido, para que se dé dicha competencia las empresas deben estar en el mismo rubro o en un rubro similar.

De otra manera, es menos probable que las empresas puedan cooperar para obtener alguna ventaja competitiva frente a las demás empresas. Así mismo, no podría llamarse competencia a una empresa de un rubro distinto.

Ejemplos de Coopetencia. Unos de los ejemplo más antiguos es el de DC Comics y Marvel; lo cuales han mantenido una rivalidad, hasta la actualidad, sin embargo en varias ocasiones han lanzado ciertos títulos en coopetencia, lo cual les ha permitido satisfacer a sus clientes y obtener grandes ganancias, incluso en 1996 hicieron un absoluto *crossover* con la publicación del libro DC vs. Marvel Comics, donde se enfrentan los “Vengadores vs Liga de la Justicia” (Diario Expreso, 2019).

Otro ejemplo es la relación entre dos empresas tacneñas: Mardalv e Integral Negocios. Las cuales brindan el servicio de marketing digital y publicidad en Tacna. Estas empresas a pesar de ser competencia directa, cooperan cuando el cliente solicita varios servicios. De esta manera, ambas empresas ganan y atienden a un mercado cada vez más amplio, sin caer en la disminución de sus precios (Integral Negocios, 2020).

Importancia de la Coopetencia. Fernández (2019) muestra que la coopetencia se genera principalmente por la unión, vínculo o alianza entre dos o más empresas las cuales complementan sus servicios para la subsistencia o mejora de cada una de ellas, es en este punto donde se puede comprobar que la competencia nos enseña a mejorar para seguir siendo prioridad para los clientes. La coopetencia nos enseña que existe un método, camino o proyecto por el cuales todos podemos ganar y aún más podemos seguir compitiendo con la alianza de una empresa en mercados más grandes generando mayores riquezas como también posibilidades para el desarrollo propio y empresarial (CEP, 2020).

Componentes de la Coopetencia.

Cientes. Antonio (2008) expresa que el cliente es la persona encargada de comprar los servicios brindados por los hoteles, esto se obtendrá después de buscar cuál de todos los hoteles encontrados en internet complacerá todas las necesidades o exigencias que busca el usuario dependiendo de la capacidad económica que tenga para elegir entre diferentes opciones.

Es el cliente de un hotel el cual elegirá entre múltiples opciones o promociones establecidas por el hotel, el cliente será la principal fuente de publicidad para las empresas hoteleras pues criticará o recomendará los servicios recibidos (López, 2018).

Proveedores. Se define como la persona encargada bajo un contrato de abastecer los principales recursos del hotel para posteriormente ser ofrecidos a los clientes, son empresarios que buscan una cooepetencia generando desarrollo en su ámbito empresarial como también una mejora en el ámbito de la competitividad hotelera brindando los recursos para ganar más ingresos (Ainara, 2014). Los proveedores tienen como objetivo brindar los recursos a los hoteles para satisfacer las necesidades de los clientes, realizando la inversión necesaria que en un punto generará ganancias producto de la cooperación con la cadena de hoteles (Castro, 2012).

Complementadores. Persona que tiene la habilidad de crear un artículo con la capacidad de servir en la unión de otro artículo, todo esto mediante la intensión de seguir generando ingreso económico con la ayuda de otro creador. Empresa con la idea de utilizar sus servicios para la unión de otros servicios generando mayor satisfacción en el usuario que lo contrata, ambas empresas tendrán ingresos económicos permitiendo seguir en el mercado.

Competidores. Explica que los competidores tienen la capacidad de explotar sus habilidades para conseguir ganancias económicas, entrando en el ámbito competitivo es en donde dichas habilidades se pondrán a prueba con otras personas para ofrecer bienes o servicios consiguiendo de esta manera permanecer en el mercado o ser vencido por la competencia (Bigné et al., 2000)

Rebollo y Sánchez (2012) manifiestan que en la demanda hotelera los competidores muestran el desempeño de sus habilidades y cualidades para conseguir mayores estadísticas en el ingreso económico como en la elección o votos de los clientes a diferencia de su competencia, dando una mejor calidad de sus servicios.

2.2.2. Supervivencia empresarial

Conceptos sobre la Supervivencia empresarial. Ortega-Argiles y Moreno (2005) definen “la supervivencia desde el momento que una empresa se establece en un mercado hasta la salida del mismo” (p. 14). Esta supervivencia está directamente relacionada con un “buen manejo del entorno, lo reafirma el hecho de que los mercados de capitales en el mundo premian o castigan, según corresponda, el manejo del medio en el que se desarrolla la empresa” (Solano, 2005, p. 163-164).

Estrategias de supervivencia empresarial. Rodríguez (2005) explica que las dificultades que enfrentan las pequeñas y medianas empresas se deben a que la organización como tal, no se adapta al medio externo en el que opera, es decir, a su entorno. Este problema, en la mayoría de veces, se debe a la estrategia empleada por la empresa, la cual no se ajusta de manera inmediata para responder a los cambios del entorno o en el peor de los casos, no cuenta con una estrategia clara. Para ello, se deben de analizar los factores de supervivencia y tomar en cuenta tres acciones o estrategias:

- A. Refuerzo: La empresa debe detectar cuál de los factores de supervivencia es el que se encuentra por debajo del desempeño que espera en el mercado. Una vez detectado, se debe tomar acciones sobre el factor, reforzando y remediando para evitar una salida del mercado.
- B. Redespiegue: La empresa debe migrar a un entorno donde las condiciones le sean favorables con los recursos que cuenta. Las formas de redespiegue son:
- Diferenciación de producto: Relucir la característica especial y única del producto mediante una justificación de la misma.
 - Segmentación de mercado: Enfocar los esfuerzos y recursos en nichos de mercado o mercado más reducido, el cual ofrecerá mejores servicios gracias a una estrategia personalizada para este objetivo específico.
 - Diversificación: Búsqueda de nuevos productos o mercados a los que operan actualmente.
 - Fórmulas asociativas: Forma de trabajo en conjunto que permita contar con conocimiento que no se tiene actualmente.
 - Desarrollo internacional: Búsqueda de negocios en el extranjero.

- C. Acción política: Las empresas pueden retardar su salida de mercado y sobrevivir acudiendo a entidades estatales, organizaciones no gubernamentales, entidades privadas entre otras, con la finalidad de solicitar apoyo en los aspectos que se requiera reforzar.

Factores de supervivencia empresarial.

Existen distintas formas en la literatura que explican los factores que inciden en la supervivencia empresarial. Sin embargo, esta investigación se centrará en el modelo establecido por Rodríguez (2005), quien explica la importancia de asegurar la supervivencia, a través de la revisión de los factores básico para lograr la supervivencia de la organización. Cabe resaltar que estas dimensiones también son usadas por Estrada et al. (2016), quien emplean los factores propuestos por Rodríguez en sus estudios de supervivencia empresarial, es por ello que luego de revisar se ve conveniente usar cada uno de estos factores:

- A. Producto: Establece que, al poner todos los esfuerzos en un solo producto, puede conllevar a que se vuelva obsoleto en el mercado. Es necesario diversificar los productos y servicios para tener una mayor probabilidad de supervivencia. Además, la empresa debe actualizar los productos que ofrece a los consumidores según los cambios que se vayan dando respecto a gustos, tecnología, moda, innovación, cuidado medioambiental, etc.

- B. Mercado: Ante una economía tan dinámica y globalizada en el entorno empresarial, las empresas deben adaptarse a los constantes cambios que se dan para sobrevivir en el mercado. Resalta la importancia de la relación demanda – supervivencia. Ante una demanda alta, en caso de no poder atenderla, la empresa tendrá dificultades para sostenerse en el mercado por la insatisfacción de los clientes o falta de capital de trabajo, o ante una demanda baja debido a una recesión, ambas situaciones, podrían alterar su posibilidad de supervivencia.
- C. Tecnología: El avance de la tecnología puede afectar en la supervivencia de las empresas que no logran adaptar sus productos al nivel de las empresas innovadoras del mercado, sobre todo en sectores de alta tecnología.
- D. Capital: Alto costo de capital, falta de capital de trabajo, exceso de deuda y la falta del patrimonio son causas que afectan a la supervivencia en el mercado.
- E. Personal: La ausencia de relaciones armoniosas con el personal podrían traer problemas para la empresa que impacten en la supervivencia en el mercado, tales como exigencias de parte del personal que afectan directamente a los gastos de la empresa, y por lo tanto en la rentabilidad.
- F. Competencia: Las acciones de la competencia directa e indirecta afectan a la supervivencia de la empresa, por lo tanto, es importante estar alertas a las acciones del entorno.

En ese sentido, la empresa deberá de adaptarse a los nuevos cambios y tener la capacidad de innovar para lograr una mayor probabilidad de supervivencia. Por otro lado, la supervivencia está basada en acciones propias de la empresa y los efectos que esta genera sobre su competitividad, más no en factores externos donde se desarrolla la empresa. Otra de las formas que explica el éxito de supervivencia se debe a factores propios del entorno donde se desarrolla la empresa. Donde el éxito o fracaso de una organización se debe a la estrategia utilizada (Gan y Leandro, 2021).

Otros conceptos relevantes.

Ingresos de los hoteles. Es la generación de rentabilidad económica producto de la explotación de la habilidad que genera una empresa, la cooperación con otras empresas y la cooepetencia generada con empresas que complementaran los servicios que se ofrecen; todo esto expande el mercado hotelero generando un incremento significativo en las ganancias (Domecq et al., 2009). Aumento de sus recursos económicos o en su patrimonio neto, generado por su desempeño competitivo en el cual se puede comprobar si su ingreso se convierte en un activo o pasivo todo esto según sus inversiones las cuales deben proporcionar ganancias si son bien utilizadas (Turnbull, 2006).

Empresas Hoteleras. Pueden ser pequeñas, medianas o grandes las cuales su principal objetivo o meta es satisfacer las necesidades contratadas por los usuarios o clientes, estas necesidades quedaran establecido por los paquetes de los hoteles donde especifica cuáles son los servicios que se ofrecen en dicho establecimiento (ACCID, 2009). Son las empresas que tienen las cualidades para realizar o conseguir un ingreso económico positivo, con la capacidad de, sobrevivir en el mercado esto genera mayor competencia en algunos puntos la empresa podría generar una cadena hotelera expandiéndose por diferentes lugares generando mayor riqueza (R. L. Fernández, 2019).

Demanda por el Servicio Hotelero. La demanda de servicios hoteleros se consta principalmente en la cantidad de clientes que ingresa a la zona o región generando una demanda a nivel nacional, todo esto impulsado en su mayoría por el turismo, frente a la demanda que se obtiene en el Perú por su incremento en el turismo en los últimos años se tiene una gran demanda de hoteles (García y Galcerán, 2015). Si bien la demanda de hoteles es un gran índice de crecimiento, todo esto se ve interrumpido debido a que no todas las cadenas de hoteles cumplen el requisito necesario para su apertura, por otro lado otros hoteles no son la mejor opción para los turistas pues no ofrecen las características que el cliente necesita, como consecuencia se tiene una gran demanda por pocos hoteles con una buena calidad de servicios y permisos en regla (Esteban, 2005).

Segunda Fase de Reactivación Económica. Landa (2020) habla sobre la reactivación económica manifestando que es una de las más complicadas en el Perú. Con respecto a la reactivación del sector hotelero está en una situación desfavorable pues es un incremento muy claro en los costos frente a la pandemia y si bien en algún momento se puede volver a tener un ingreso económico sostenible en un inicio comenzó con 50% en sus ingresos. Esto es no por el uso de las habitaciones, si no por el área común de los hoteles el cual no puede ser ocupado o utilizado al 100%

Requisitos para la reapertura de los hoteles en las Instalaciones y Servicios. De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020) los hoteles categorizados, deben:

- Acondicionar un área o punto de sanitizado (preferentemente al ingreso), con todos los accesorios necesarios, tales como: grifo de agua, jabón, desinfectante, papel toalla, tacho con tapa, pediluvio e instructivos de lavado de manos.
- Implementar desinfectantes de manos en puntos estratégicos del alojamiento en buenas condiciones de higiene y operatividad.
- Acondicionar un área para la recepción de productos e insumos, con todos los materiales y equipos necesarios, tales como: parihuelas, equipos de transporte, carretillas, etc.; de fácil limpieza y desinfección.
- Implementar vestidores exclusivos del personal con las respectivas duchas, bancas y facilidades para disponer la ropa

de trabajo y de diario de manera que unas y otras no entren en contacto. Mantener en buen estado de operatividad, orden y limpieza los vestidores.

- Acondicionar un área de cuarentena para los productos que ingresen en observación por un posible riesgo de contagio durante el traslado o manipulación.
- Acondicionar lavaderos exclusivos para la limpieza y desinfección de las herramientas de limpieza u otros materiales.
- Contar con almacén exclusivo para insumos y materiales de limpieza.
- Los servicios de alimentos y bebidas deberán cumplir los lineamientos de la R.M. 822 - 2018/MINSA “Norma Sanitaria para restaurantes y servicios afines”.

Características Generales de los Hoteles en Tacna Orientado al Turismo. De acuerdo al Directorio de Establecimientos de Hospedaje Clasificados y/o Categorizados, actualizado al año 2020, perteneciente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020) con lo que respecta a la categoría que tienen los hoteles dentro de la ciudad de Tacna, solo hay uno que tiene la categoría de 4 estrellas, 23 hoteles de 3 estrellas y 42 hoteles de 2 estrellas dentro de la ciudad de Tacna, siendo estos últimos los más concurridos, por diferentes motivos como la disponibilidad económica de muchos de sus clientes, teniendo estos lo necesario para la comodidad de cada usuario.

Es posible comprobar que en el caso se agrupe a una gran cantidad de turistas por algún evento como un concierto de talla internacional, o alguna celebridad importante que busque características que solo un hotel de 5 estrellas le pudiese ofrecer, no la encontraría en la ciudad de Tacna, demostrando de esa manera que la ciudad de Tacna no cuenta con este tipo de servicios. En la tabla 1, se muestra un resumen de los hoteles categorizados en Tacna.

Tabla 1

Lista de Hoteles Categorizados en Tacna - 2020

	1	2	3	4	5	Total
	estrella	estrella	estrella	estrella	estrella	
Hotel	2	42	16	1	0	61
Hostal	13	37	7	0	0	57

Nota. Obtenido del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020)

En la tabla 1, se puede observar que existen más hoteles que hostales; así mismo, la categoría con un mayor número de establecimientos es de “2 estrellas”.

2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS

- A. Empresa: Un conjunto de medios humanos y materiales que se disponen para conseguir una finalidad según esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que la componen (De los Ángeles, 2010).
- B. Hotel: Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea (MINCETUR, 2015). Y además cumple con las características establecidas por el MINCETUR.
- C. Hostal: Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea (MINCETUR, 2015). Y además cumple con las características establecidas por el MINCETUR.
- D. Huésped: Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de alojamiento.
- E. Producto: Es todo bien o servicio que cuenta con un conjunto de atributos tangibles e intangibles; a la vez es el resultado de esfuerzos de los creadores, capaces de satisfacer las necesidades o deseos de la demanda (Kotler y Armstrong, 2017).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es del tipo Básica, porque únicamente se busca generar conocimientos de las variables estudiadas (Vara, 2010).

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

Y el nivel de investigación fue correlacional, porque la intención del investigador es buscar la relación entre dos variables, la variable cooepetencia y supervivencia empresarial (Hernández y Mendoza, 2018).

Por otra parte, es precisar indicar que no se desarrolló el nivel de investigación causal que permita medir la influencia de la variable independiente en la variable dependiente, porque para ello se requerirá del uso de una prueba estadística paramétrica (Regresión Lineal). A la vez, dicha prueba requiere de ciertos criterios como la normalidad de los datos o que el diseño sea longitudinal (Anderson et al., 2008); ante eso la investigación es limitada, al evaluarse por primera vez (no habiendo información anterior) este estudio fue bajo un diseño transversal (el tiempo para realizar un recojo de información prospectivo fue largo) y las variables evaluadas son cualitativas (la normalidad solo aplica a variables cuantitativas).

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

De acuerdo a la intervención en las variables de estudio, el diseño de la investigación fue no experimental porque las variables estudiadas no sufrirán modificación alguna. La información se recogerá en un mismo periodo de tiempo, por lo tanto corresponde a un corte transversal (Hernández y Mendoza, 2018).

3.4. VARIABLES E INDICADORES

3.4.1. Identificación de variable

3.4.1.1. Variable independiente

Coopetencia

3.4.1.2. Variable dependiente

Supervivencia Empresarial

3.4.2. Operacionalización de la variable

3.4.2.1. Operacionalización de la variable Coopetencia

Tabla 2

Operacionalización de la Variable Coopetencia

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Coopetencia	Unión de dos o más empresas para generar una mayor eficacia en la venta de sus servicios teniendo un mayor mercado en el cual no compitan directamente, al contrario, sus servicios sean adicionales unos a otros y mediante este método todos ganan (Velandia, 2019).	Unión de empresas con un beneficio compartido, medido a través de las dimensiones de Clientes, Proveedores, Complementadores, Competidores.	Cientes	Número de clientes. Estandarización del servicio. Costos al cambiar de proveedor. Sensibilidad a los costos. Los servicios del sector afectan los costos del cliente. Concentración en el sector. Dependencia del sector. Costos por el cambio de proveedor.	Ordinal
			Proveedores	Oferta de productos diferenciados. Sustitutos en el mercado de proveedores. Atractiva participación en el mercado.	Ordinal
			Complementadores	Servicios complementarios Valor del servicio Aliados del sector	Ordinal
			Competidores	Competidores con infraestructura y equipo. Crecimiento del sector. Barreras de salida. Compromiso con el negocio y aspiración a ser líder, pero por debajo del desempeño económico. Entendimiento de las señales de las empresas. Capacidad de expansión para ser eficaz.	Ordinal

Nota. Los componentes de la variable Coopetencia fueron desarrollados por Gómez et al. (2019) en su investigación titulada “La coopetencia, interacción de dos relaciones antagónicas”.

3.4.2.2. Operacionalización de la variable Supervivencia Empresarial

Tabla 3

Operacionalización de la Variable Supervivencia Empresarial

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Supervivencia empresarial	“La supervivencia desde el momento que una empresa se establece en un mercado hasta la salida del mismo” (Ortega-Argiles y Moreno, 2005, p. 14)	Supervivencia de la empresa medida a través de la situación de su Producto, Mercado, Tecnología, Capital, Personal, Competencia.	Producto	Diversificación Actualización de sus productos	Ordinal
			Mercado	Respuesta frente a cambios en la demanda	Ordinal
			Tecnología	Adquisición nueva tecnología Capacitación	Ordinal
			Capital	Endeudamiento Reserva de capital de trabajo	Ordinal
			Personal	Remuneración de los Empleados Satisfacción laboral	Ordinal
			Competencia	Conocimiento de la competencia directa e indirecta Conocimiento propio de la organización	Ordinal

Nota. Los componentes de la variable Cooperencia fueron desarrollados por Gan y Leandro (2021) en su investigación titulada “Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019”.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de estudio estuvo compuesta por los 45 colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo. Con un muestreo por conveniencia, se trabajó con los 45 colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo (Malhotra, 2008).

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.6.1. Técnicas

Para ambas variables, la técnica considerada como apropiada para esta investigación, fue la encuesta, debido a su bajo costo, facilidad de aplicación y velocidad con que se obtienen los datos (Hernández y Mendoza, 2018).

3.6.2. Instrumentos

Para ambas variables, de acuerdo a la técnica establecida, los instrumentos adecuados para la investigación y las variables en estudio, fue el cuestionario, porque el procesamiento de los datos es sencillo y solo requiere de un análisis objetivo (Hernández y Mendoza, 2018). Este instrumento se encuentra en escala de Likert de cinco categorías y se muestra en el Apéndice B.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

4.1.1. Validación

Los cuestionarios utilizados en la medición de las variables estudiadas cuentan con la respectiva validación; el cuestionario de la variable Coopetencia cuenta con validación de contenido (Soriano, 2015); el cuestionario de ambas variables cuentan con la validación por expertos. Las validaciones se muestran en el Apéndice 4 y 5.

4.1.2. Coeficiente de Confiabilidad

De acuerdo a Quero (2010) el coeficiente de confiabilidad permite evaluar la consistencia interna de los ítems dentro de un mismo dominio o variable; la consistencia de los ítems va de 0 a 1, lo conveniente es que se aproxime a 1, de acuerdo a algunos autores por encima de 0,8 es un instrumento con consistencia interna; sin embargo, puede aceptarse una consistencia con un índice menor, dependiendo del uso del instrumento.

Coefficiente de Confiabilidad de la Variable Coopetencia.

Tabla 4

Cuadro de Fiabilidad de la Variable Coopetencia

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Número de elementos
0,728	20

De acuerdo a los resultados de la Tabla 4 la confiabilidad del instrumento es aceptable.

Coefficiente de Fiabilidad de la Variable Supervivencia Empresarial.

Tabla 5

Cuadro de Fiabilidad de la Variable Supervivencia Empresarial

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Número de elementos
0,622	11

De acuerdo a los resultados de la Tabla 5 la confiabilidad del instrumento es media; sin embargo, esto puede darse porque el número de muestra utilizada fue de 45 personas. Por otra parte, la consistencia interna reportada por el autor del instrumento indica que el coeficiente de fiabilidad está muy cerca de 1, con un valor equivalente a 0,927 (Gan y Leandro, 2021).

4.1.3. Escala de valoración de las variables

Para la medición de las dimensiones y variables, se hizo una re-categorización a una escala de tres valores (Alto, Medio y Bajo), en función del número de ítems de cada dimensión y variable. Estas escalas se realizaron con ayuda de la herramienta “Agrupación Visual”, luego para establecer los intervalos de igual amplitud se definieron 2 cosas: la posición del primer punto de corte y el número de puntos de corte (siempre 2). Para la obtención del primer punto de corte se sumaba al mínimo valor obtenido en la suma de ítems, el resultado del rango (máximo puntaje posible – mínimo puntaje) dividido entre el número de intervalos (siempre tres). De esta manera se obtuvieron las dimensiones y escalas re-categorizadas.

4.2. TÉCNICA DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Luego de la aplicación de los cuestionarios, los datos recogidos se basaron en una matriz de datos y se procesaron a través del software IBM SPSS 25 y Microsoft Excel 2017. Luego se obtuvieron las tablas y figuras estadísticas, a la vez se realizó la comprobación de las hipótesis con la prueba Rho de Spearman. Dado que las variables del estudio son cualitativas no se realizó un análisis de la normalidad en la distribución de los datos (Lind et al., 2015).

4.3. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO

4.3.1. Análisis por dimensión de la Variable Coopetencia

Análisis de la Dimensión Clientes.

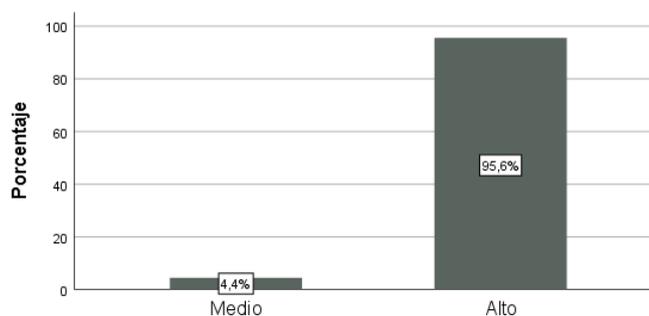
Tabla 6

Estadísticos de la Dimensión Clientes

Cientes	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	2	4,4	4,4
Alto	43	95,6	100,0
Total	45	100,0	

Figura 1

Gráfico de barras de la Dimensión Clientes



Los resultados de la Tabla 6 y Figura 1, muestran que el 95,6% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Coopetencia con respecto a la Dimensión Clientes; mientras tanto, un 4,4% dio a conocer que el nivel de Coopetencia es medio.

Análisis de la Dimensión Proveedores.

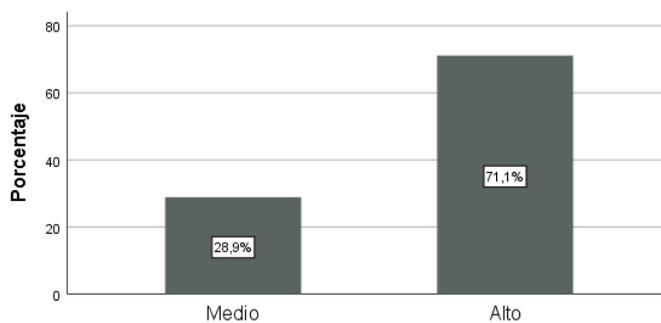
Tabla 7

Estadísticos de la Dimensión Proveedores

Proveedores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	13	28,9	28,9
Alto	32	71,1	100,0
Total	45	100,0	

Figura 2

Gráfico de barras de la Dimensión Proveedores



Los resultados de la Tabla 7 y Figura 2, muestran que el 71,1% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Cooperencia con respecto a la Dimensión Proveedores; mientras tanto, un 28,9% dio a conocer que el nivel de Cooperencia es medio.

Análisis de la Dimensión Complementadores.

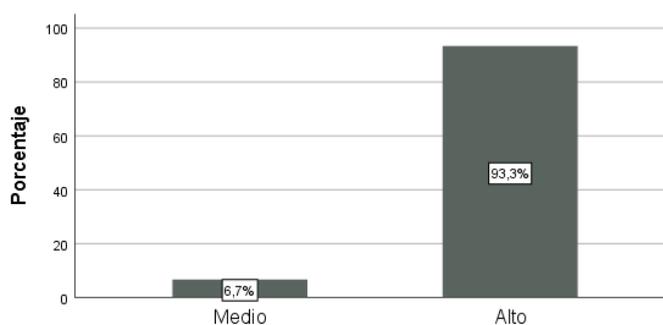
Tabla 8

Estadísticos de la Dimensión Complementadores

Complementadores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	3	6,7	6,7
Alto	42	93,3	100,0
Total	45	100,0	

Figura 3

Gráfico de barras de la Dimensión Complementadores



Los resultados de la Tabla 8 y Figura 3, muestran que el 93,3% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Cooperetencia con respecto a la Dimensión Complementadores; mientras tanto, un 6,7% dio a conocer que el nivel de Cooperetencia es medio.

Análisis de la Dimensión Competidores.

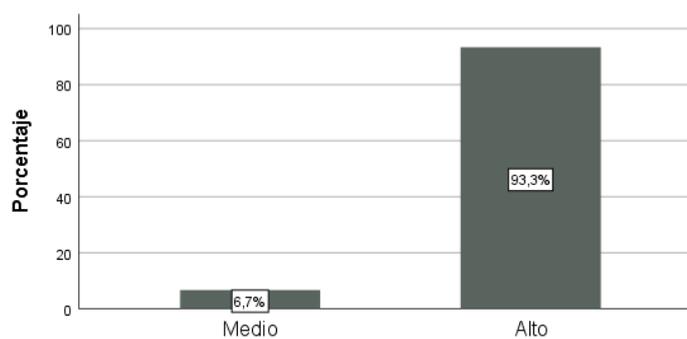
Tabla 9

Estadísticos de la Dimensión Competidores

Competidores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	3	6,7	6,7
Alto	42	93,3	100,0
Total	45	100,0	

Figura 4

Gráfico de barras de la Dimensión Competidores



Los resultados de la Tabla 9 y Figura 4, muestran que el 93,3% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Cooperencia con respecto a la Dimensión Competidores; mientras tanto, un 6,7% dio a conocer que el nivel de Cooperencia es medio.

4.3.2. Análisis por dimensión de la Variable Supervivencia Empresarial

Análisis de la Dimensión Producto.

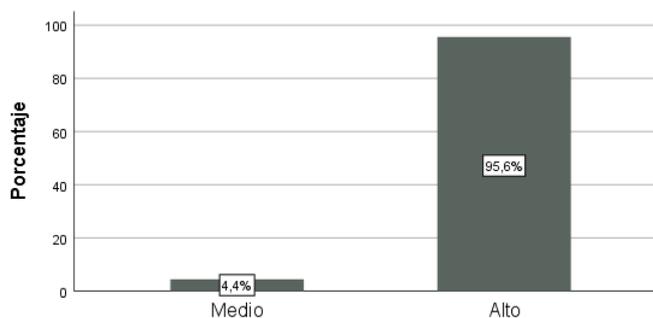
Tabla 10

Estadísticos de la Dimensión Producto

Producto	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	2	4,4	4,4
Alto	43	95,6	100,0
Total	45	100,0	

Figura 5

Gráfico de barras de la Dimensión Producto



Los resultados de la Tabla 10 y Figura 5, muestran que el 95,6% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Supervivencia Empresarial con respecto a la Dimensión Producto; mientras tanto, un 4,4% dio a conocer que el nivel de Supervivencia Empresarial es medio.

Análisis de la Dimensión Mercado.

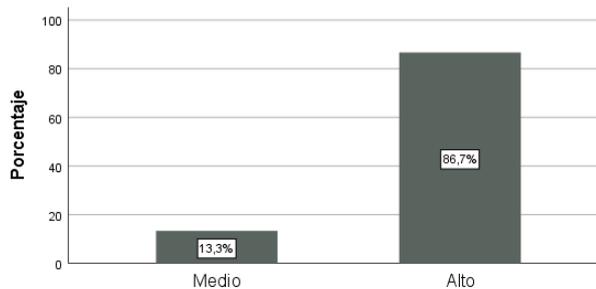
Tabla 11

Estadísticos de la Dimensión Mercado

Mercado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	6	13,3	13,3
Alto	39	86,7	100,0
Total	45	100,0	

Figura 6

Gráfico de barras de la Dimensión Mercado



Los resultados de la Tabla 11 y Figura 6, muestran que el 86,7% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Supervivencia Empresarial con respecto a la Dimensión Mercado; mientras tanto, un 13,3% dio a conocer que el nivel de Supervivencia Empresarial es medio.

Análisis de la Dimensión Tecnología.

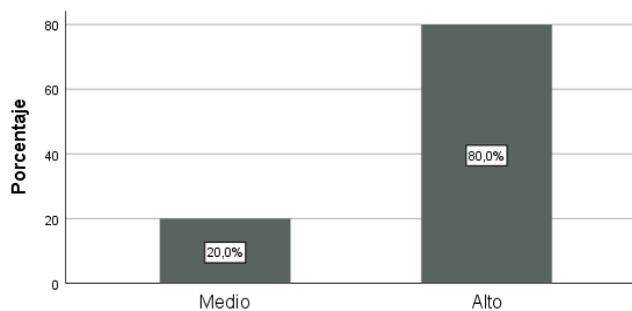
Tabla 12

Estadísticos de la Dimensión Tecnología

Tecnología	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	9	20,0	20,0
Alto	36	80,0	100,0
Total	45	100,0	

Figura 7

Gráfico de barras de la Dimensión Tecnología



Los resultados de la Tabla 12 y Figura 7, muestran que el 80,0% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Supervivencia Empresarial con respecto a la Dimensión Tecnología; mientras tanto, un 20,0% dio a conocer que el nivel de Supervivencia Empresarial es medio.

Análisis de la Dimensión Capital.

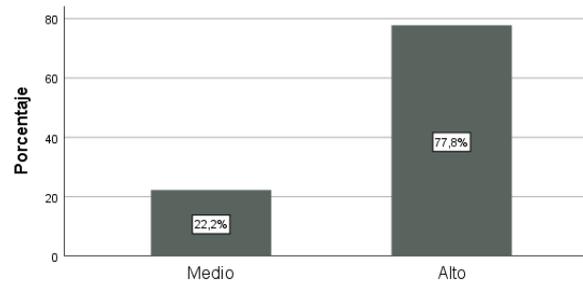
Tabla 13

Estadísticos de la Dimensión Capital

Capital	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	10	22,2	22,2
Alto	35	77,8	100,0
Total	45	100,0	

Figura 8

Gráfico de barras de la Dimensión Capital



Los resultados de la Tabla 13 y Figura 8, muestran que el 77,8% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Supervivencia Empresarial con respecto a la Dimensión Capital; mientras tanto, un 22,2% dio a conocer que el nivel de Supervivencia Empresarial es medio.

Análisis de la Dimensión Personal.

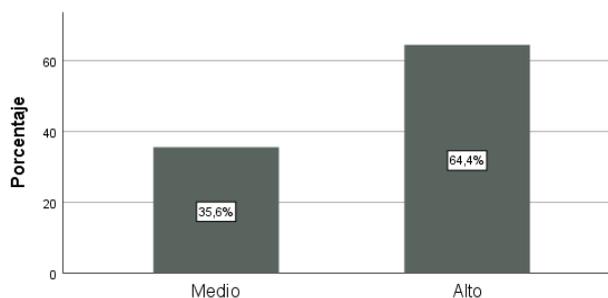
Tabla 14

Estadísticos de la Dimensión Personal

Personal	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	16	35,6	35,6
Alto	29	64,4	100,0
Total	45	100,0	

Figura 9

Gráfico de barras de la Dimensión Personal



Los resultados de la Tabla 14 y Figura 9, muestran que el 64,4% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Supervivencia Empresarial con respecto a la Dimensión Personal; mientras tanto, un 35,6% dio a conocer que el nivel de Supervivencia Empresarial es medio.

Análisis de la Dimensión Competencia.

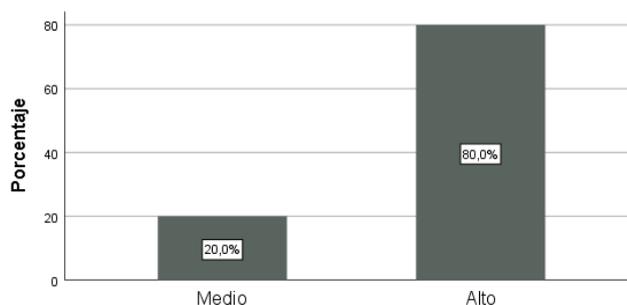
Tabla 15

Estadísticos de la Dimensión Competencia

Competencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	9	20,0	20,0
Alto	36	80,0	100,0
Total	45	100,0	

Figura 10

Gráfico de barras de la Dimensión Competencia



Los resultados de la Tabla 15 y Figura 10, muestran que el 80,0% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Supervivencia Empresarial con respecto a la Dimensión Competencia; mientras tanto, un 20,0% dio a conocer que el nivel de Supervivencia Empresarial es medio.

4.3.3. Análisis por Variable

Análisis de la Variable Coopetencia

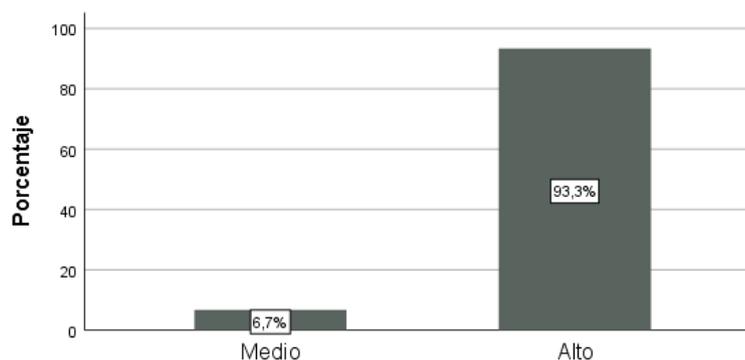
Tabla 16

Estadísticos de la Variable Coopetencia

Coopetencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	3	6,7	6,7
Alto	42	93,3	100,0
Total	45	100,0	

Figura 11

Gráfico de barras de la Variable Coopetencia



Los resultados de la Tabla 16 y Figura 11, representa el resumen del comportamiento del total de dimensiones que conforman la Variable Coopetencia. Donde el 93,3% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Coopetencia; mientras tanto, un 6,7% dio a conocer que el nivel de Coopetencia es medio. De acuerdo a estos resultados se puede afirmar que existe una alta Coopetencia entre el Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo.

Análisis de la Variable Supervivencia Empresarial.

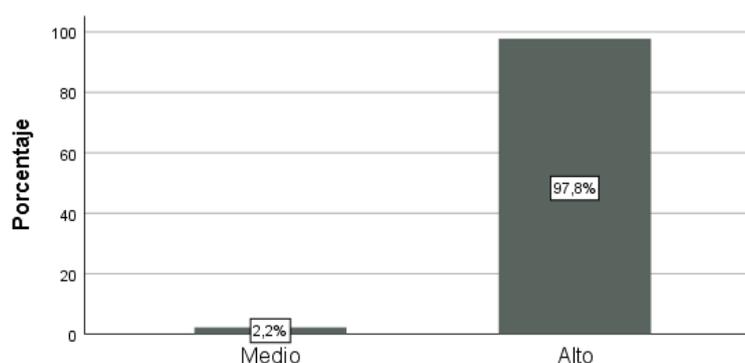
Tabla 17

Estadísticos de la Variable Supervivencia Empresarial

Supervivencia empresarial	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	1	2,2	2,2
Alto	44	97,8	100,0
Total	45	100,0	

Figura 12

Gráfico de barras de la Variable Supervivencia Empresarial



Los resultados de la Tabla 17 y Figura 12, representa el resumen del comportamiento del total de dimensiones que conforman la Variable Supervivencia Empresarial. Donde el 97,8% del personal encuestado dio a conocer que existe una alta Supervivencia Empresarial; mientras tanto, un 2,2% dio a conocer que el nivel de Supervivencia Empresarial es medio. De acuerdo a estos resultados se puede afirmar que existe una alta Supervivencia Empresarial entre el Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo.

4.4. VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

4.4.1. Verificación de las hipótesis específicas

Verificación de la primera hipótesis específica.

H₀: No existe relación entre la Dimensión clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

H₁: Existe relación entre la Dimensión clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

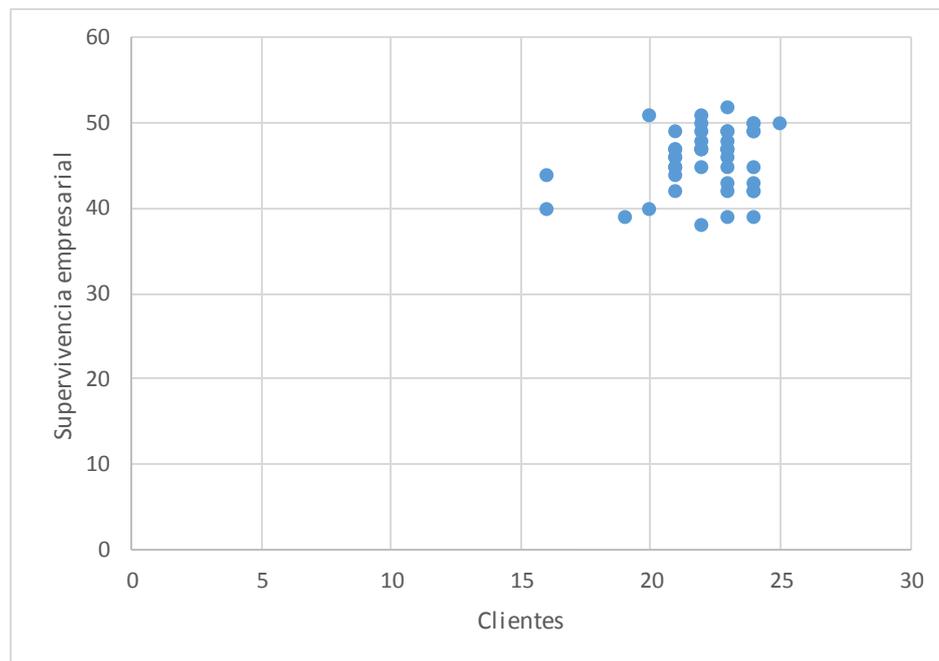
Tabla 18

Prueba de Hipótesis de la Dimensión Clientes y la Variable Supervivencia Empresarial

		Supervivencia empresarial	
Rho de Spearman	Clientes	Coefficiente de correlación	0,187
		Sig. (bilateral)	0,220
		N	45

Figura 13

Gráfico de Dispersión de la Dimensión Clientes y la Variable



Los resultados de la tabla 18, muestran que el valor $-p$ (0,220) es mayor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual no es posible rechazar la H_0 , por lo tanto, se concluye con un nivel de confianza del 95% que: No existe relación entre la Dimensión clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Así mismo, evaluar la intensidad y dirección de la relación, pierde sentido. A la vez, en la Figura 13 se puede observar que la distribución de puntos en función de la dimensión y la variable, no muestran alguna tendencia.

Verificación de la segunda hipótesis específica.

H₀: No existe relación entre la Dimensión proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

H₁: Existe relación entre la Dimensión proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

Tabla 19

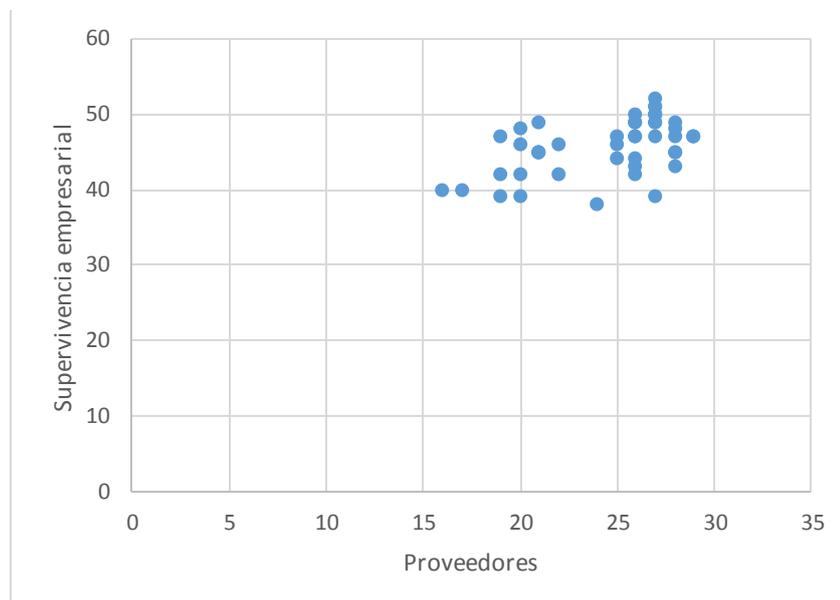
Prueba de Hipótesis de la Dimensión Proveedores y la Variable Supervivencia Empresarial

		Supervivencia empresarial
Rho de Spearman	Proveedores	
		Coficiente
		de
		de correlación
		,472**
		Sig.
		(bilateral)
		0,001
		N
		45

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 14

Gráfico de Dispersión de la Dimensión Proveedores y la Variable Supervivencia Empresarial



Los resultados de la tabla 19, muestran que el valor $-p$ (0,001) es menor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual es posible rechazar la H_0 , por lo tanto, se concluye con un nivel de confianza del 95% que: Existe relación entre la Dimensión proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Así mismo, al evaluar la dirección se observa que la relación es positiva y la intensidad es media ($Rho = 0,472$) de la relación. A la vez, en la Figura 14 se puede observar que la distribución de puntos en función de la dimensión y la variable, muestran una leve tendencia hacia la parte superior derecha.

Verificación de la Tercera Hipótesis Específica.

H₀: No existe relación entre la Dimensión complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

H₁: Existe relación entre la Dimensión complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

Tabla 20

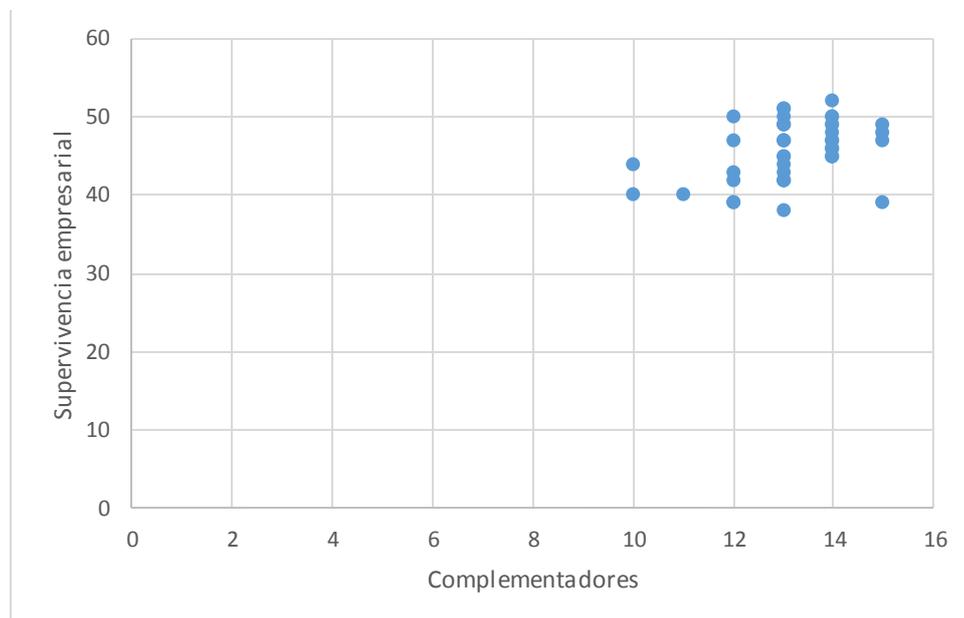
Prueba de Hipótesis de la Dimensión Complementadores y la Variable Supervivencia Empresarial

		Supervivencia empresarial
Rho de Spearman	Complementadores	
	Coefficiente de correlación	,358*
	Sig. (bilateral)	0,016
	N	45

Nota. *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Figura 15

Gráfico de Dispersión de la Dimensión Complementadores y la Variable Supervivencia Empresarial



Los resultados de la tabla 20, muestran que el valor $-p$ (0,016) es menor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual es posible rechazar la H_0 , por lo tanto, se concluye con un nivel de confianza del 95% que: Existe relación entre la Dimensión Complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Así mismo, al evaluar la dirección se observa que la relación es positiva y la intensidad es baja ($Rho = 0,358$) de la relación. A la vez, en la Figura 15 se puede observar que la distribución de puntos en función de la dimensión y la variable, muestran una leve tendencia hacia la parte superior derecha.

Verificación de la Cuarta Hipótesis Específica.

H₀: No existe relación entre la Dimensión competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

H₁: Existe relación entre la Dimensión competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

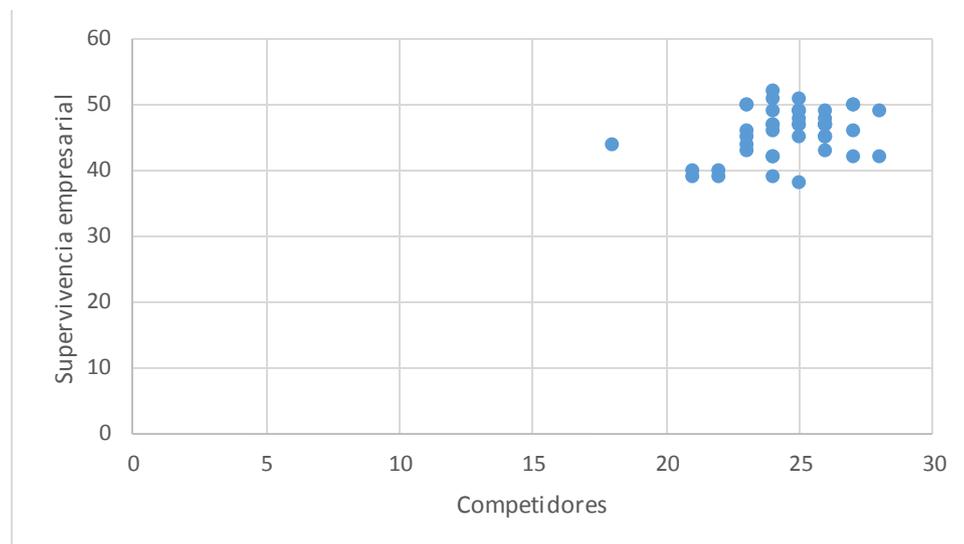
Tabla 21

Prueba de Hipótesis de la Dimensión competidores y la Variable Supervivencia Empresarial

			Supervivencia empresarial
Rho de Spearman	Competidores	Coefficiente de correlación	0,264
		Sig. (bilateral)	0,080
		N	45

Figura 16

Gráfico de Dispersión de la Dimensión competidores y la Variable Supervivencia Empresarial



Los resultados de la tabla 21, muestran que el valor $-p$ (0,080) es mayor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual no es posible rechazar la H_0 , por lo tanto, se concluye con un nivel de confianza del 95% que: No existe relación entre la Dimensión competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Así mismo, evaluar la intensidad y dirección de la relación, pierde sentido. A la vez, en la Figura 16 se puede observar que la distribución de puntos en función de la dimensión y la variable, no muestran alguna tendencia.

4.4.2. Verificación de la hipótesis general

H₀: No existe relación entre la cooepetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

H₁: Existe relación entre la cooepetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

Tabla 22

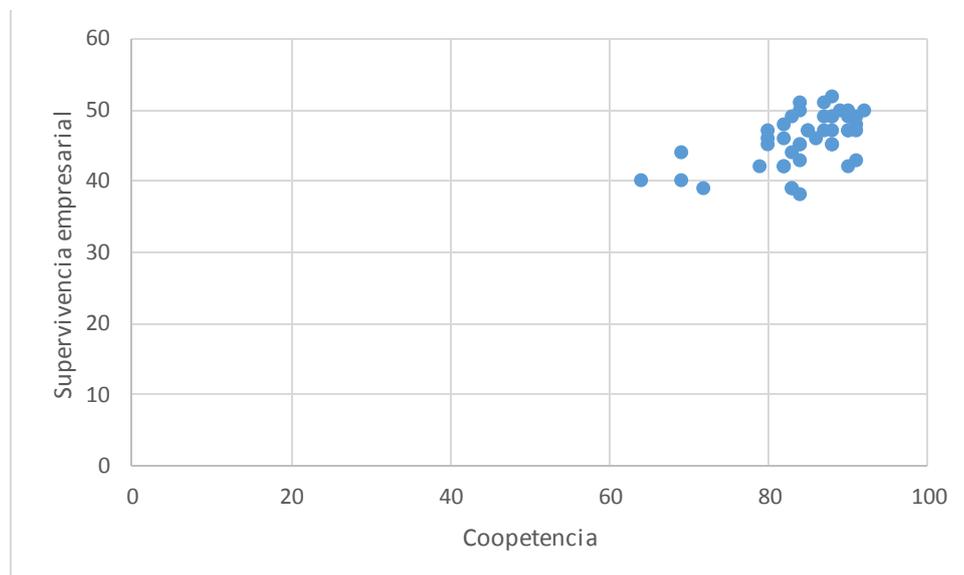
Prueba de Hipótesis de la Variable Coopetencia y la Variable Supervivencia Empresarial

		Supervivencia empresarial
Rho de Spearman	Coopetencia	
	Coefficiente de correlación	,523**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	45

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 17

Gráfico de Dispersión de la Variable Coopetencia y la Variable Supervivencia Empresarial



Los resultados de la tabla 22, muestran que el valor $-p$ (0,000) es menor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual es posible rechazar la H_0 , por lo tanto, se concluye con un nivel de confianza del 95% que: Existe relación entre la coopetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Así mismo, al evaluar la dirección se observa que la relación es positiva y la intensidad es media ($Rho = 0,523$). A la vez, en la Figura 17 se puede observar que la distribución de puntos en función de la dimensión y la variable, muestran una tendencia hacia la parte superior derecha.

4.5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la presente investigación, se planteó determinar la relación entre la cooepencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Para realizar la investigación, la población de estudio estuvo compuesta por los 45 colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo. Se utilizó el muestreo por conveniencia; por tanto, se trabajó con los 45 trabajadores.

Debido al contexto afectado por la actual pandemia, no se logró acceder a un mayor número de hoteles y hostales que conforman el rubro hotelero en la Provincia de Tacna. Una posible limitante al momento de recoger la información, es que todos los colaboradores se hayan vistos obligados a responder de manera favorable del lugar donde trabajan; sin embargo, no se supo acerca de alguna sugerencia u orden por parte de las administraciones, dirigidas hacia sus colaboradores con la finalidad de instarlos a responder de manera favorable.

Seguidamente, la cooperación empresarial fomenta la combinación de varios recursos, que pueden producir cosas nuevas. En un determinado destino turístico, los turistas pueden percibir la innovación de nuevos productos, nuevos servicios o nuevos procesos; esto es el resultado del trabajo colaborativo; es decir, la introducción de un nuevo producto atractivo para satisfacer las necesidades de los turistas. Lo que se debe enfatizar es que cada segmento de mercado tiene sus propios requisitos, deseos y expectativas que deben entenderse. Por tanto, los hoteles y hostales se renovarán con frecuencia y ofrecerán ofertas más atractivas al mercado.

Con respecto al análisis de fiabilidad del instrumento correspondiente a la variable “Coopetencia”; se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,728 que indica una alta confiabilidad. Con respecto al análisis de fiabilidad del instrumento correspondiente a la variable “Supervivencia Empresarial”; se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,622 que indica una confiabilidad media. Por otra parte, la consistencia interna reportada por el autor del instrumento indica que el coeficiente de fiabilidad está muy cerca de 1, con un valor equivalente a 0,927 (Gan y Leandro, 2021).

De manera específica, en la dimensión “clientes” el 95.6% de los encuestados la ubican en un nivel alto, esto es debido que los colaboradores reconocen que cuando el hotel donde trabajan excede al límite de su oferta o no cuentan con lo solicitado por los clientes, el personal deriva a los clientes hacia otro hotel o hostel; es preciso destacar que los hoteles y hostel se encuentran en una zona cercana, donde la máxima distancia son 3 cuadras.

En la dimensión “proveedores” el 71.1% de los encuestados están situados en un nivel alto, porque varios de los colaboradores saben que gran parte de las compras se hacen al mismo proveedor, reduciendo de esta manera los costos; en la dimensión “complementadores” el 93.3% están situados en un nivel alto; probablemente los colaboradores perciben que los servicios brindados se complementan para la atención de las delegaciones o visitantes con un gran número de clientes. En la dimensión “competidores” el 93.3% están situados en un nivel alto; se cree que el personal conoce acerca de la constante comunicación que se da entre los hoteles y el hostel, por parte de la administración y los dueños.

De manera general, la variable “Coopetencia” está valorada de forma positiva. El 93.3% de los encuestados están ubicados en una escala alta y el 6.7% de los encuestados están situados en una escala media; esto demuestra que efectivamente existe una coopetencia entre los hoteles evaluados. Se concuerda con el estudio realizado de Gómez et al. (2019), respecto que, la coopetencia incluye la competitividad y la cooperación; donde la competitividad les permite conocer y trabajar colaborativamente con otras empresas, mejorando las áreas de fabricación y comercialización de sus productos; donde la coopetencia, le permite obtener recursos que por sí misma la empresa no puede tener.

De manera idéntica, la investigación de Capaldi (2016), sostiene que la cooperación empresarial a través de una alianza estratégica entre empresas ayuda al ingreso de nuevos mercados nacionales o internacionales. De igual modo, ampliar la cuota de mercado y utilizar los canales de distribución de las empresas aliadas. A nivel económico, unir fuerzas con otra empresa trae muchas ventajas; dado que, habrá una mayor capacidad de inversión de capital para las actividades comerciales.

Con respecto a la variable “Supervivencia Empresarial” está valorada de forma positiva, El 97.8% de los encuestados están ubicados en una escala alta y el 2.2% de los encuestados están situados en una escala media. De manera específica, en la dimensión “producto” el 95.6% de los encuestados están ubicado en un nivel alto, en la dimensión “mercado” el 86.7% de los encuestados están situados en un nivel alto, en la dimensión “tecnología” el 80% de los encuestados están situados en un nivel alto, en la dimensión “capital” el 77.8% de los encuestados están situados en un nivel alto.

Seguidamente la dimensión “personal” el 64.4% de los encuestados están situados en un nivel alto y finalmente en la dimensión “competencia” el 80% están situados en un nivel alto.

Se concuerda con el estudio realizado por Fabregá y Nicolau (2016), respecto al capital que utiliza una empresa es muy importante para la supervivencia de una empresa. De igual modo, ante el contexto actual por la pandemia, la crisis política y económica. La sostenibilidad de una empresa es vital para la generación de empleo.

De manera idéntica, la investigación de Gan y Leandro (2021), afirmó que la estrategia de asociatividad influye significativamente en la supervivencia empresarial de las Mipyme; verificado a través de la comprobación estadística de manera global y de sus componentes. A la vez, se considera que existen otros factores no considerados en el modelo, que también influyen en la supervivencia de las empresas. Finalmente, el factor que presenta mayor intensidad es el de tecnología, el cual es difícil de obtener o desarrollar si no se cuenta con los recursos necesarios; sin embargo, con la asociatividad es más fácil conseguir este factor.

Desde la perspectiva del investigador, se cree que los hospedajes en general de la Región de Tacna, deberían optar por aplicar la cooportunidad en el actual contexto de pandemia; con la finalidad de incrementar sus oportunidades de sobrevivir ante la ausencia de turistas internacionales y la desaceleración de la economía.

Así mismo, no solo se debe limitar al sector de los hospedajes, porque los restaurantes, agencias turísticas y otras empresas ligadas al turismo podría optar por esta estrategia, que por lo visto funciona bien, como lo demuestran: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo.

CONCLUSIONES

Primera:

Con respecto a la primera hipótesis específica, con un valor $-p$ (0,220) es mayor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual no se rechaza la H_0 , y se concluye con un nivel de confianza del 95% que no existe relación entre los clientes y la supervivencia empresarial en los colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo, 2020.

Segunda:

Con respecto a la segunda hipótesis específica, con un valor $-p$ (0,001) es menor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual se rechaza la H_0 , y se concluye con un nivel de confianza del 95% que existe relación entre los proveedores y la supervivencia empresarial en los colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo, 2020. Así mismo, la fuerza de la relación es de 0.47, indicando una relación moderada.

Tercera:

Con respecto a la segunda hipótesis específica, con un valor $-p$ (0,016) es menor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual se rechaza la H_0 , y se concluye con un nivel de confianza del 95% que existe relación entre los complementadores y la supervivencia empresarial en los colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo, 2020. Así mismo, la fuerza de la relación es de 0.358, indicando una relación baja.

Cuarta:

Con respecto a la cuarta hipótesis específica, con un valor $-p$ (0,264) es mayor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual no se rechaza la H_0 , y se concluye con un nivel de confianza del 95% que no existe relación entre los competidores y la supervivencia empresarial en los colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo, 2020.

Quinta:

Con respecto a la hipótesis general, con un valor $-p$ (0,000) es menor que el nivel de significancia (0,05), por lo cual se rechaza la H_0 , y se concluye con un nivel de confianza del 95% que existe relación entre la cooperación y la supervivencia empresarial en los colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo, 2020. Así mismo, la fuerza de la relación es de 0.523, indicando una relación moderada.

SUGERENCIAS

En la coopectencia y la supervivencia empresarial que caracteriza la supervivencia empresarial en el rubro hotelero, en la Provincia de Tacna, 2020. Se halló que existe una relación moderada; por tanto, para mantener los resultados hallados, se plantean al rubro hotelero los siguientes puntos:

Primera:

Respecto a los colaboradores, se recomienda tener en cuenta sus responsabilidades para las operaciones diarias en los hoteles que forman parte del estudio. También, fomentar periódicamente el trabajo en equipo y la colaboración para garantizar un buen ambiente de trabajo. Con ello, se minimizará el riesgo de perder colaboradores.

Segundo:

En cuanto a los proveedores, es importante analizar la capacidad de la cadena de abastecimiento durante la pandemia en el sector hotelero. Es importante considerar que, muchas empresas han cerrado, la importación de productos y materias primas está restringida debido a los altos costos de importación, la compra y transporte de algunos alimentos a nivel local y nacional también están restringidos. Por lo tanto, la capacidad del hotel para brindar servicios puede verse reducida.

Tercero:

En cuanto a los Complementadores, se recomienda que las empresas del sector hotelera se relacionen con la innovación para contribuir al logro de las metas empresariales, gestionando la calidad, motivación, compromiso, crecimiento y valor agregado, además de aprovechar el desarrollo de nuevos servicios y estandarizar procesos para mejorar la ejecución de tareas, la evaluación y cumplimiento de los objetivos.

Cuarto:

Respecto a la competencia, se recomienda utilizar la innovación como una ventaja competitiva para posicionarse y diferenciarse en el mercado. De igual forma, a través de la implementación de nuevas tecnologías, variación en el servicio y la participación de la innovación en la toma de decisiones, se atraerán nuevos clientes satisfaciendo sus necesidades y fidelizaremos a la actual cartera de clientes a través de servicios actualizados de manera única.

Quinto:

Respecto a la cooepetencia y la supervivencia empresarial, se sugiere a los hoteles realizar esfuerzos en conjunto para acceder a diferentes beneficios, la mayoría de hoteles situados en la Provincia de Tacna están segmentados a turistas extranjeros: sin embargo, ante el cierre de frontera están dirigiéndose a turistas nacionales. Las alianzas estratégicas no solo ayudan a obtener recursos con los que no cuenta la empresa, sino que también puede fortalecer o aumentar el potencial de la empresa.

Además, la cooperación empresarial puede representar un medio para desarrollar una ventaja competitiva en los hoteles y en la posterioridad crear una propia asociación formal que los aglomere para tener mayor representatividad frente a la comunidad, organizaciones públicas y privadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACCID. (2009). *Valoración de empresas: Bases conceptuales y aplicaciones prácticas*. Profit Editorial.
- AINARA, R. Z. (2014). *Planificación, programación y operación de viajes combinados*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Anderson, D., Sweeny, D. y Thomas, W. (2008). *Estadística para administración y economía*. Cengage Learning.
- ANTONIO, N. U. (2008). *Recepción hotelera y atención al cliente*. Editorial Paraninfo.
- Bigné, J. E., Alcañiz, J. E. B., Font, X. y Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. ESIC Editorial.
- Capaldi, I. (2016). *Cooperación Empresarial, alianza estratégica entre empresa argentina y mexicana. El caso de una pyme cordobesa de la industria del mueble*.
- Cárdenas, M., Velasco, B. M. y Cañizares, J. de J. (2018). Coopetencia, modelo de Gestión Empresarial para Mipymes de Ocaña. *Respuestas*, 23(S1), 59-65. <https://doi.org/10.22463/0122820X.1507>
- Castro, M. C. P. (2012). *Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación docente*. Universidad Almería.
- CEP, E. (2020). *eBook. Manual. Procesos de gestión de departamentos del área de alojamiento (Transversal: UF0048). Certificados de profesionalidad*. EDITORIAL CEP.
- De los Ángeles, M. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. ESIC Editorial.

- Diario Expreso. (2019, diciembre 24). Coopetencia. *Diario Expreso*.
<https://www.expreso.com.pe/opinion/coopetencia/>
- Domecq, C. F., Cala, A. S. y Fernández, J. I. P. (2009). *Impacto de la innovación y el cambio tecnológico en el sector hostelero en destinos urbanos emergentes*. Editorial Universitaria Ramon Areces.
- Esteban, I. G. (2005). *Marketing de los servicios*. ESIC Editorial.
- Estrada, X., Sánchez, M. y González, M. (2016). La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa. *La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa T-I, 1*, 306-317. https://www.ecorfan.org/actas/A_1/EXTENSO/A1.pdf
- Eugenio, A. M. F. (2008). *De la economía global al desarrollo local: El alcance de la intervención de los agentes de empleo y desarrollo local*. Universitat de València.
- Fabregá, M. B. y Nicolau, A. R. (2016). Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: El caso de Barcelona. *Intangible Capital*, 12(1), 95-120.
- Felipe, J. (2007). *Marketing para hoteles y restaurantes en los nuevos escenarios*. Editorial Paraninfo.
- Fernández, C. (2020, enero 23). Coopetencia y articulación de mipymes. *Conexion ESAN*.
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2020/01/23/coopetencia-y-articulacion-de-mipymes/>
- Fernández, R. L. (2019). *La Dirección Estratégica en la Empresa Hotelera: Cómo crear valor y ventajas competitivas en la empresa hotelera*. Ricardo Lucas Fernández.

- Gan, J. L. y Leandro, L. M. (2021). *Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019* [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/655080>
- García, R. H. y Galcerán, R. D. (2015). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Edicions Universitat Barcelona.
- Gaviria, J. C. (2011). *Coopetencia y modelos de asociatividad en Colombia* [BachelorThesis, Universidad del Rosario]. En *Instname:Universidad del Rosario*. <https://repository.urosario.edu.co/>
- Gómez, J., García, A. y Curiel, G. (2019). La coopetencia, interacción de dos relaciones antagónicas. *Dimensión Empresarial*, 17(1), 130-137.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- Hernández, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Herrera, B. (2019). *PROGRAMA DE COOPERACIÓN ACADÉMICA INTERNACIONAL COMO HERRAMIENTA DE GESTION PARA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN*.
- Integral Negocios. (2020, diciembre 24). *Integral Negocios*. https://www.facebook.com/integral.tacna/?ref=pages_you_manage
- Isidro, E. (2018). *Incidencia del comercio electrónico en los ingresos ordinarios y egresos de la empresa Qelqatani Hotel E.I.R.Ltda., periodos 2015 – 2016 en la ciudad de Puno* [Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8919>

- Jaramillo, C. (2002). *Competitividad*. Editorial Abya Yala.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (Vol. 13). PEARSON-PRENTICE HALL.
- Landa, C. (2020). *Constitución y emergencia sanitaria: Volumen II*. Palestra Editores.
- Lind, D. A., Marchal, W. G. y Wathen, S. A. (2015). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- López, R. V. (2018). *Comunicación y Atención al Cliente en Hostelería y Turismo*. HOTA0208. IC Editorial.
- Matos, E. (2019, diciembre 24). Coopetencia. *Diario Expreso*.
<https://www.expreso.com.pe/opinion/coopetencia/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). *Directorio de Establecimientos de Hospedaje Clasificados y/o Categorizados*.
[http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/set-regiones/\(S\(r0kzjferyoxzrdi0eyx1seo\)\)/Reportes/WebReportes/RptFiltro.aspx?StrCodGrupo=01&NomGrupo=Establecimientos+de+Hospedaje+Clasificados+y%2fo+Categorizados](http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/set-regiones/(S(r0kzjferyoxzrdi0eyx1seo))/Reportes/WebReportes/RptFiltro.aspx?StrCodGrupo=01&NomGrupo=Establecimientos+de+Hospedaje+Clasificados+y%2fo+Categorizados)
- Protocolo Sanitario Sectorial ante el CoVID-19 para Hoteles Categorizados, 32 (2020).
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/698200/Protocolo_para_hotel_es_categorizados.pdf
- Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, (2015).
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/767685/Reglamento_de_establecimientos_de_hospedaje.pdf
- Moreno, F. J. J. y Melgosa, F. J. (2010). *Estudios de turismo rural y cooperación entre Castilla y León y Portugal*. Ediciones Universidad de Salamanca.

- Nalebuff, B. J. (2005). *Coo-petencia*. Editorial Norma.
- OMS. (2020). *Gestión de la COVID-19 en hoteles y otras entidades del sector del alojamiento* (p. 9). Organización Mundial de la Salud. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/334128/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.3-spa.pdf>
- Ortega-Argiles, R. y Moreno, R. (2005). *Estrategias Competitivas y Supervivencia empresarial*. Barcelona, España. Universidad de Barcelona.
- Osorio, M. D. (2015). *Cultura e innovación en empresas con relaciones de cooperación inter organizacional* [MasterThesis, Universidad del Rosario]. En *Instname:Universidad del Rosario*. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/10534>
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252.
- Rebollo, J. F. V. y Sánchez, I. R. (2012). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras: Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*. Universitat de València.
- Rodríguez, J. (2005). *Como aplicar la planeacion estrategica a la pequena y mediana empresa / How to Apply Strategic Planning to Small and Medium Businesses*. Cengage Learning Editores.
- Solano, D. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse. *The bi-annual academic publication of Universidad ESAN*, 10(18-19).
- Soriano, A. M. (2015). *Diseño y validación de instrumentos de medición*.
- Turnbull, P. (2006). *Dialogo Social en Procesos de Ajuste Estructural Y Participacion Del Sector Privado en Los Puertos: Manual de Orientacion Practica*. International Labour Organization.

Velandia, W. M. (2019). *Competitividad turística como motor de desarrollo regional: Un estudio del clúster de turismo en el Suroeste antioqueño*. Fondo Editorial – Ediciones Universidad Cooperativa.

APÉNDICE

Apéndice 1. Matriz de consistencia

Título: Coopetencia y su relación con la supervivencia empresarial en el rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.

Problema principal	Objetivo general	Hipótesis general	Variables e indicadores	
¿Cuál es la relación entre la coopetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020? Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre los clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020? ¿Cuál es la relación entre los proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020? ¿Cuál es la relación entre los complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020? ¿Cuál es la relación entre los competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020?	Determinar la relación entre la coopetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Objetivos específicos Determinar la relación entre los clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Determinar la relación entre los proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Determinar la relación entre los complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Determinar la relación entre los competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.	Existe una relación entre la coopetencia y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Hipótesis específicas Existe una relación entre los clientes y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Existe una relación entre los proveedores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Existe una relación entre los complementadores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020. Existe una relación entre los competidores y la supervivencia empresarial del rubro hotelero, en la provincia de Tacna, 2020.	Dimensiones	Indicadores
			Clientes	Variable 1: Coopetencia Número de clientes. Estandarización del servicio. Costos al cambiar de proveedor. Sensibilidad a los costos. Los servicios del sector afectan los costos del cliente.
			Proveedores	Concentración en el sector. Dependencia del sector. Costos por el cambio de proveedor. Oferta de productos diferenciados. Sustitutos en el mercado de proveedores. Atractiva participación en el mercado.
			Complementadores	Servicios complementarios Valor del servicio Aliados del sector
			Competidores	Competidores con infraestructura y equipo. Crecimiento del sector. Barreras de salida. Compromiso con el negocio y aspiración a ser líder, pero por debajo del desempeño económico. Entendimiento de las señales de las empresas. Capacidad de expansión para ser eficaz.
			Dimensiones	Indicadores
			Producto	Diversificación Actualización de sus productos
			Mercado	Respuesta frente a cambios en la demanda
			Tecnología	Adquisición nueva tecnología Capacitación

Capital	Endeudamiento Reserva de capital de trabajo
Personal	Remuneración de los Empleados Satisfacción laboral
Competencia	Conocimiento de la competencia directa e indirecta Conocimiento propio de la organización

Tipo de Investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	Estadísticos
<p>a) Tipo de investigación: Pura o básica (Hernández y Mendoza, 2018)</p> <p>b) Diseño de investigación: No experimental, correlacional de corte transversal (Hernández y Mendoza, 2018).</p>	<p>a. La población de estudio: Compuesta por los 45 colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo.</p> <p>b. Muestra Con un muestreo por conveniencia, se propone trabajar con los 45 colaboradores de los hoteles: Hotel Pumar Suite, Hotel Frontera, Hotel Imperial, Hostal Mar y Cielo.</p>	<p>a) Las técnicas a utilizar son las siguientes: Encuesta, para las variables cooepetencia e ingresos.</p> <p>b) Instrumentos a utilizar son las siguientes: Cuestionario, para la variable cooepetencia e ingresos.</p>	<p>En el estudio aplicará las técnicas estadísticas:</p> <p>a) Estadística descriptiva Se realizarán tablas y figuras estadísticas, con su respectivo análisis.</p> <p>b) Estadística inferencial Para la comprobación de las hipótesis; a través del estadístico Rho de Spearman.</p>

Apéndice 2. Instrumentos

Dimensiones	Indicadores	N°	Preguntas	Escala				
				1	2	3	4	5
Clientes	Número de clientes.	1	¿La administración ha realizado algún acuerdo para incrementar el número de sus clientes?					
	Estandarización del servicio.	2	¿Los servicios del hotel son similares a los de la competencia?					
	Costos al cambiar de proveedor.	3	¿Los clientes deben incurrir en sobrecostos al cambiar de hotel?					
	Sensibilidad a los costos.	4	¿Los clientes son sensibles a los costos del servicio?					
	Los servicios del sector afectan los costos del cliente.	5	¿El hotel y sus aliados se ponen de acuerdo para establecer un precio para el servicio que se brinda al cliente?					
Proveedores	Concentración en el sector.	6	¿El hotel cuenta con algún convenio con otro hotel para la compra de sus materiales e insumos?					
	Dependencia del sector.	7	¿Los proveedores dependen de los hoteles para vender sus productos?					
	Costos por el cambio de proveedor.	8	¿Cambiar de proveedor afecta a los costos del hotel?					
	Oferta de productos diferenciados.	9	¿Los materiales e insumos del hotel cuentan con diferentes calidades?					
	Sustitutos en el mercado de proveedores.	10	¿Existen muchos proveedores para la compra de sus materiales e insumos?					
Atractiva participación en el mercado.	11	¿Para los proveedores son muy importante los servicios hoteleros?						
Complementadores	Servicios complementarios	12	¿El hotel complementa sus servicios con otros hoteles, al compartir su personal?					
	Valor del servicio	13	¿El hotel cuenta con aliados que les permite mejorar el servicio que brinda?					
	Aliados del sector	14	¿La administración del hotel cuenta con aliados en el rubro hotelero que les permite obtener una posición competitiva?					
Competidores	Competidores con infraestructura y equipo.	15	¿El hotel comparte infraestructura y equipos con sus aliados?					
	Crecimiento del sector.	16	¿El hotel crece junto a los demás hoteles del sector?					
	Barreras de salida.	17	¿La infraestructura del hotel es costosa por lo tanto el hotel pierde ganancias si deja de funcionar?					
	Compromiso con el negocio y aspiración a ser líder, pero por debajo del desempeño económico.	18	¿Las aspiraciones del hotel y sus aliados están por encima de los ingresos económicos?					
	Entendimiento de las señales de las empresas.	19	¿Debido a la familiaridad del hotel con sus aliados, las metas son similares?					
Capacidad de expansión para ser eficaz.	20	¿Cuándo la demanda es mayor a la capacidad, el hotel y sus aliados comparten a los clientes?						

Nota. Elaboración del autor de la tesis.

Apéndice 3. Instrumento para la variable “supervivencia empresarial”

Dimensiones	Indicadores	N°	Preguntas	Escala				
				1	2	3	4	5
Producto	Diversificación	1	¿La organización busca incluir nuevos productos/servicios que son demandados en el mercado?					
	Actualización de sus productos	2	¿La organización se adecua a los cambios en gustos y preferencias del mercado?					
Mercado	Respuesta frente a cambios en la demanda	3	¿Ante los cambios en la demanda, la organización realiza una serie de acciones para contrarrestar el impacto de los cambios (ejemplo: cambio de estrategias, inversiones en publicidad, cambio de producto, etc.)?					
Tecnología	Adquisición nueva tecnología	4	¿La organización busca e implementa nuevas formas de trabajo que optimicen los procesos de la empresa de la organización?					
	Capacitación	5	¿La organización capacita a los asociados en nuevas tecnología para obtener mejor calidad de producción y volumen?					
Capital	Endeudamiento	6	¿La organización busca fuentes de financiamiento con las mejores condiciones para los asociados?					
	Reserva de capital de trabajo	7	¿La organización cuenta con capital de trabajo (recursos económicos)?					
Personal	Remuneración de los Empleados	8	¿El salario que paga la organización a los empleados es acorde al mercado o incluso superior?					
	Satisfacción laboral	9	¿La organización realiza evaluaciones periódicas sobre la satisfacción para medir el clima laboral de los empleados?					
Competencia	Conocimiento de la competencia directa e indirecta	10	¿La organización monitorea a la competencia de manera periódica?					
	Conocimiento propio de la organización	11	¿La organización analiza constantemente el desempeño del Plan Estratégico?					

Nota. Elaborado por Gan y Leandro (2021) en su tesis titulada: “Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019”.

Apéndice 4. Validez del Instrumento “Coopetencia”

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Palumbo Pinto Guido Benedicto.
 1.2. Grado Académico: Magister en administración y Dirección de Empresas.
 1.3 Profesión: Licenciado en Turismo y Hotelería.
 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
 1.5. Cargo que desempeña: Docente.
 1.6 Denominación del Instrumento: Instrumento Para Medir La Coopetencia
 1.7. Autor del instrumento: Br. Deisy Melissa Mamani Ccama

1) CRITERIOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVO CUANTITATIVO	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.-CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.			X		
2.-OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles.			X		
3.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en su estructura.			X		
4.-INTEGRALIDAD	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficientes			X		
5.-METRICA	Permite valorar los indicadores de cada variable			X		
6.-CONSISTENCIA	Existe fundamentación científica en su construcción.			X		
7.-COHERENCIA	Existe relación entre variables indicadores.			X		
8.-METODOLOGÍA	El instrumento responde al diseño de la investigación.			X		
9.-TEORICIDAD	Genera nuevas pautas para construir una teoría			X		
SUMATORIA PARCIAL				27		
SUMATORIA TOTAL						

2) RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- a) Valoración Cualitativa: Bueno (X) regular () Malo ()
 b) Opinión de aplicabilidad: Favorable.

Lugar y fecha: 13-11-2021



Firma: _____

Nombre: Guido B. Palumbo Pinto
 DNI N°: 00474679
 Teléfono: 952898586

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): QUISPE YACTAYO, Freddy Ronald
- 1.2. Grado Académico: MAGISTER
- 1.3. Profesión: ING. DE SISTEMAS
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del Instrumento: Instrumento para medir La Coopetencia
- 1.7. Autor del instrumento: Br. Deisy Melissa Mamani Ccama

1) CRITERIOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVO CUANTITATIVO	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.-CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.				X	
2.-OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles.				X	
3.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en su estructura.					X
4.-INTEGRALIDAD	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficientes				X	
5.-METRICA	Permite valorar los indicadores de cada variable					X
6.-CONSISTENCIA	Existe fundamentación científica en su construcción.				X	
7.-COHERENCIA	Existe relación entre variables indicadores.				X	
8.-METODOLOGÍA	El instrumento responde al diseño de la investigación.				X	
9.-TEORICIDAD	Genera nuevas pautas para construir una teoría					X
SUMATORIA PARCIAL					24	15
SUMATORIA TOTAL		39				

2) RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

a) Valoración Cualitativa: Bueno (X) Regular () Malo ()

b) Opinión de aplicabilidad: _____

Lugar y fecha: 03/11/2021

Firma: _____

Nombre: Freddy Ronald Quispe Yactayo

DNI N°: 40007881

Teléfono: 952268004

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Villacorta Castro, Nay Ruth M.
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Profesión: Docente
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del Instrumento: Instrumento Para Medir La Competencia
- 1.7. Autor del instrumento: Br. Deisy Melissa Mamani Ccama

1) CRITERIOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVO CUANTITATIVO	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.-CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.				X	
2.-OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles.				X	
3.-ORGANIZACION	Existe una organización lógica en su estructura.				X	
4.-INTEGRALIDAD	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficientes				X	
5.-METRICA	Permite valorar los indicadores de cada variable				X	
6.-CONSISTENCIA	Existe fundamentación científica en su construcción.				X	
7.-COHERENCIA	Existe relación entre variables indicadores.				X	
8.-METODOLOGIA	El instrumento responde al diseño de la investigación.				X	
9.-TEORICIDAD	Genera nuevas pautas para construir una teoría				X	
SUMATORIA PARCIAL					36	
SUMATORIA TOTAL		36				

2) RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- a) Valoración Cualitativa: Bueno (X) regular () Malo ()
- b) Opinión de aplicabilidad: _____

Lugar y fecha: 12 noviembre 2021

Firma: _____



Nombre: Nay Rth Villacorta Castro

DNI N°: 00487960

Teléfono: 952387834

Apéndice 5. Validez del Instrumento “Supervivencia empresarial”

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Palumbo Pinto Guido Benedicto.
 1.2. Grado Académico: Magister en Administración Dirección de Empresas.
 1.3. Profesión: Licenciado en Turismo y Hotelería.
 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
 1.5. Cargo que desempeña: Docente.
 1.6. Denominación del Instrumento: Instrumento Para Medir La Supervivencia Empresarial
 1.7. Autor del instrumento: Gan y Leandro (2021) en su tesis titulada: “Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019”.

3) CRITERIOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVO CUANTITATIVO	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.-CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.			X		
2.-OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles.			X		
3.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en su estructura.			X		
4.-INTEGRALIDAD	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficientes			X		
5.-METRICA	Permite valorar los indicadores de cada variable			X		
6.-CONSISTENCIA	Existe fundamentación científica en su construcción.			X		
7.-COHERENCIA	Existe relación entre variables indicadores.			X		
8.-METODOLOGÍA	El instrumento responde al diseño de la investigación.			X		
9.-TEORICIDAD	Genera nuevas pautas para construir una teoría			X		
SUMATORIA PARCIAL				27		
SUMATORIA TOTAL						

RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- a) Valoración Cualitativa: Bueno (X) regular () Malo ()
 b) Opinión de aplicabilidad: Favorable.

Lugar y fecha: 13-11-2021



Firma: _____

Nombre: Guido B. Palumbo Pinto
 DNI N°: 00474679
 Teléfono: 952898586

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): QUISPE YACTAYO, Freddy Ronald
- 1.2. Grado Académico: MAGISTER
- 1.3. Profesión: ING. DE SISTEMAS
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del Instrumento: Instrumento Para Medir La Supervivencia Empresarial
- 1.7. Autor del instrumento: Gan y Leandro (2021) en su tesis titulada: "Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019".

3) CRITERIOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVO CUANTITATIVO	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.-CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.				X	
2.-OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles.				X	
3.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en su estructura.					X
4.-INTEGRALIDAD	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficientes				X	
5.-METRICA	Permite valorar los indicadores de cada variable					X
6.-CONSISTENCIA	Existe fundamentación científica en su construcción.				X	
7.-COHERENCIA	Existe relación entre variables indicadores.				X	
8.-METODOLOGÍA	El instrumento responde al diseño de la investigación.				X	
9.-TEORICIDAD	Genera nuevas pautas para construir una teoría					X
SUMATORIA PARCIAL					24	15
SUMATORIA TOTAL		39				

RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

c) Valoración Cualitativa: Bueno (X) Regular () Malo ()

d) Opinión de aplicabilidad: _____

Lugar y fecha 03/11/2021

Firma:  _____

Nombre: Freddy Ronald Quispe Yactayo

DNI N°: 40007881

Teléfono: 952268004

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Villacorta Castro, Nay Ruth M.
 1.2. Grado Académico: Magister
 1.3. Profesión: Docente
 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
 1.5. Cargo que desempeña: Docente
 1.6. Denominación del Instrumento: Instrumento Para Medir La Supervivencia Empresarial
 1.7. Autor del instrumento: Gan y Leandro (2021) en su tesis titulada: "Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019".

3) CRITERIOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVO CUANTITATIVO	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.-CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.				X	
2.-OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles.				X	
3.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en su estructura.				X	
4.-INTEGRALIDAD	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficientes				X	
5.-METRICA	Permite valorar los indicadores de cada variable				X	
6.-CONSISTENCIA	Existe fundamentación científica en su construcción.				X	
7.-COHERENCIA	Existe relación entre variables indicadores.				X	
8.-METODOLOGIA	El instrumento responde al diseño de la investigación.				X	
9.-TEORICIDAD	Genera nuevas pautas para construir una teoría				X	
SUMATORIA PARCIAL					36	
SUMATORIA TOTAL		36				

RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

c) Valoración Cualitativa: Bueno (X) regular () Malo ()

d) Opinión de aplicabilidad: _____

Lugar y fecha 12 noviembre 2021

Firma: 

Nombre: Nay Ruth M. Villacorta Castro

DNI N°: 00487960

Teléfono: 952387834

Apéndice 6. Información sobre los Establecimientos de Hospedajes de la Investigación

RAZON SOCIAL	RUC	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	UBIGEO	TELEFONO	MAIL	HABITACIONES / MESAS	PLAZAS / SILLAS	GRUPO	CLASE	TIPO	CATEGORIA	REPRESENTANTE LEGAL
Hotel Frontera S.A.C.	20532819076	Hotel Frontera	Clle General Suarez Nro. 294 - Ci.	Tacna/Tacna/Tacna	411533	hotel_frontera@hotmail.com	48	91	Establecimientos De Hospedaje	Hotel	2 Estrellas	Hotel 2 Estrellas	Puma Tunque Artturo
Puma Tunque Carlos Alberto	10239302179	Hotel Imperial	Clle Urb. Los Viñedos De Grace Mz A Lte. 5-B - Urb. Los Viñedos De Grace ()	Tacna/Tacna/Tacna	242656	hotelimperial_21@hotmail.com	23	45	Establecimientos De Hospedaje	Hotel	2 Estrellas	Hotel 2 Estrellas	Puma Tunque Carlos Alberto
Puma Tunque Raul	10239638363	Hotel Pumar Suite	Pasaje Viacava N° 152	Tacna/Tacna/Tacna	304499	reservas@hotelpumartacna.com	36	78	Establecimientos De Hospedaje	Hotel	3 Estrellas	Hotel 2 Estrellas	Puma Tunque Raul
Farfan Rosales Kelly Giannina	10405261583	Hostal Mar y Cielo	Cnel. Bustios 530	Tacna/Tacna/Tacna	411394	kellygianninafarfanrosales@gmail.com	16	33	Establecimientos De Hospedaje	Hostal	2 Estrellas	Hostal 2 Estrellas	Farfan Rosales Kelly Giannina

