



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER PARA
LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO ALOJAMIENTO
EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021**

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

AUTOR

**ROBLES CUENTAS, GUILLERMINA GARDENIA
ORCID: 0000-0002-2242-757X**

ASESOR

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**HUARAZ – PERÚ
2021**

Equipo de trabajo

AUTOR

ROBLES CUENTAS, GUILLERMINA GARDENIA

ORCID: 0000-0002-2242-757X

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

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Huaraz, Perú

JURADO

ROCILLO DE PURIZACA, MARIA DEL CARMEN

ORCID: 0000-0003-2177-5676

SALINAS GAMBOA, JOSE GERMAN

ORCID: 0000-0002-8491-0751

MINO ASENCIO, MARIA ISABEL

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Hoja de firma del jurado evaluador y asesor

ROSILLO DE PURIZACA, MARIA DEL CARMEN
PRESIDENTE

SALINAS GAMBOA, JOSE GERMAN
MIEMBRO

MINO ASECIO, MARIA ISABEL
MIEMBRO

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ASESOR

Agradecimiento

Agradezco a Dios por la bendición de cada Día, por haberme guiado por el camino Correcto y ser la fortaleza en momentos de dificultad y debilidad, a mis padres María Cuentas y Dushman Robles por ser los principales promotores por el cual lucho día a día por conseguir mis sueños y darles una buena calidad de vida.

Agradezco a todos los docentes de la universidad por haberme compartido sus conocimientos, con paciencia en la elaboración de este trabajo de investigación para poder desarrollarme profesionalmente.

Dedicatoria

Dedico a todas las personas que confiaron en mí, brindándome su apoyo, a mis padres. por sus enseñanzas que cuando se quiere algo se lucha hasta conseguirlo pese a las dificultades que se nos cruzan en el camino.

A Dios por iluminarme y llenarme de sabiduría Y ayudarme a no desistir en el camino y Culminar con éxito mi carrera universitaria.

Resumen

El objetivo de esta investigación fue identificar los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021. La investigación fue de tipo cuantitativo nivel descriptivo y diseño no experimental –transversal, para lo cual se tomó a una población de 101 representantes de los cuales se tomó como muestra a 81 a quienes se les aplicó un cuestionario con un total de 21 preguntas con la técnica de la encuesta. Los principales resultados obtenidos: el 76.54% de los representantes tienen una edad de 31 a 40 años, el 62.96% son de género masculino; el 70.37% las mypes tienen permanencia en el mercado de 4 a 6 años, cuentan con un 80.25% de trabajadores de 1 a 5, su objetivo de creación el 92.59% es generar ganancias; en la gestión de calidad el 50.61% analizan la situación de la empresa a través de información registrada, el 35.80% las técnicas modernas de la gestión de calidad conocen con las 5 fuerzas de Porter; el 92.59% a veces poseen mucha facilidad para ofrecer nuevos servicios que sustituyan a los de sus empresas por ultimo 67.90% a veces los proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones. Se concluye que los representantes no analizan las cinco fuerzas de Porter debido al desconocimiento y poco interés en el tema, por lo cual existe la ineficiencia y la poca competitividad dentro del mercado.

Palabras clave: Cinco fuerzas de Porter y calidad.

Abstract

The objective of this research was to identify the relevant factors of Porter's five forces for quality management and improvement plan in micro and small accommodation in the city of Huaraz, 2021. The research was quantitative, descriptive and level. non-experimental-cross-sectional design, for which a population of 101 representatives was taken from which 81 were taken as a sample to whom a questionnaire with a total of 21 questions was applied with the survey technique. The main results obtained: 76.54% of the representatives are between 31 and 40 years old, 62.96% are male; 70.37% of the mypes have permanence in the market from 4 to 6 years, they have 80.25% of workers from 1 to 5, their goal of creation of 92.59% is to generate profits; in quality management, 50.61% analyze the situation of the company through registered information, 35.80% know modern techniques of quality management with the 5 forces of Porter; 92.59% sometimes have a great facility to offer new services that replace those of their companies. Finally, 67.90% sometimes providers have a high pressure capacity in negotiations. It is concluded that the representatives do not analyze Porter's five forces due to ignorance and little interest in the subject, which is why there is inefficiency and little competitiveness within the market.

Keywords: Porter's Five Forces and Quality

Contenido

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado evaluador y asesor	iii
4. Agradecimiento y dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	7
III. Hipótesis	22
IV. Metodología	23
4.1 Diseño de la investigación	23
4.2 Población y muestra	23
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	24
4.4 Técnicas e instrumentos	26
4.5 Plan de análisis	26
4.6 Matriz de consistencia	27
4.7 Principios éticos	28
V. Resultados	30
5.1 Resultados	30
5.2 Análisis de resultados	35
VI. Conclusiones	53
Aspectos complementarios	55
Referencias bibliográficas	56
Anexos	59
Anexo 1: Cronograma de actividades	59
Anexo 2: Presupuesto	60
Anexo 3: Consentimiento informado	61
Anexo 4: Directorio de las mypes del rubro alojamientos	62
Anexo 5: Instrumento de recolección de datos	69

Índice de tablas

Tabla 1. Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021.	30
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021.	31
Tabla 3. Características de las cinco fuerzas de porter para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021.	32
Tabla 4. Propuesta de mejora de las 5 fuerzas de Porter en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021.....	34

Índice de figuras

Figura 1. Edad de los representantes	71
Figura 2. Género de los representantes.....	71
Figura 3. Grado de Instrucción	72
Figura 4. Cargo que desempeña.....	72
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo	73
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	73
Figura 7. Número de Trabajadores	74
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa.....	74
Figura 9. Objetivos de creación	75
Figura 10. Análisis de la situación de empresa.....	75
Figura 11. Técnicas modernas de la Gestión de la Calidad.....	76
figura 12. Dificultad para implementar la gestión de calidad	76
Figura 13. Si se planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa...77	
Figura 14. Las 5 fuerzas de Porter ayudarían en mejorar la calidad y control en su empresa	77
Figura 15. El costo es importante para el cliente.....	78
Figura 16. Para determinar su precio de servicio, primero costea en todo lo que ha gastado.	78
Figura 17. Las variedades de precios va influir a los clientes.	79
Figura 18. Existencia de competencia crece cada día más usted busca mejorar.	79
Figura 19. Empresas del mismo rubro son amenaza en el mercado.....	80
Figura 20. Realiza información de promociones en su empresa lo que ofrece ya sea su producto o servicio.....	80
Figura 21. Los competidores de su rubro es importante tener en cuenta.....	81

I. Introducción

A nivel internacional en las empresas la clave del éxito ha sido que han aplicado las cinco fuerzas de Porter como son los responsables o gerentes de diferentes sectores, esto ha demostrado que son esenciales dentro de los negocios porque va permitir maximizar los recursos y superar a la competencia, así mismo se ha demostrado que muchas empresas hoteleras presentan factores que evidencian la poca eficiencia y productividad, ya sea que no presentan atractivos principales para el cliente, mala ubicación, poca iniciativa en las actividades ofrecidas, mala imagen, etc. que influyen mucho dentro de la experiencia alojativa (Ramos, 2018).

En la ciudad de Ibaguè la policia de turismo junto a la secretaria municipal de salud realizaron un operativo a diferentes hospedajes de dicha ciudad incautando asi mas de 30 toneladas entre ellos colchones, sabanas, amohadas, etc. En malas condiciones de salubridad pese a que dichos establecimientos pernoctan en plena centro de la ciudad esto refleja que la mayoría de hoteles no cumplen con las protocolos de salud y atenta contra la salud de sus clientes, conllevando a los mismos al rechazo en la adquisicion de los servicios que ofrecen (ondas de Ibague, 2017).

Según Malaver (2018) afirma que en las pymes existe cierta dificultad para que puedan implementar las cinco fuerzas de Porter, debido a que no tienen la capacidad requerida los responsables o gerentes, así mismo no cuentan con el tiempo necesario y dejan de lado su organización. Por último, piensan que la mejor competencia es bajar sus precios; esto ha traído como consecuencias a nivel latinoamericana en las micro y pequeñas empresas (MYPES) de los diferentes sectores han ido desapareciendo del mercado mayormente esto se ha ido detectando a las empresas de alojamientos.

En el Perú los negocios se ven amenazados por el crecimiento competencia y otros factores, cada día más empresas cierran a pesar de las ambiciones y dedicación, las causas que provocan que los alojamientos pierden dinero son las siguientes: falta de conocimiento, precios irreales, la

competencia. Pero el principal problema que tienen todos los alojamientos es la alta demanda y por ello se tiene que disminuir los precios y le dan poca importancia a la capacitación así ha su personal por lo cual está trayendo pérdidas económicas y desapareciendo del mercado (Ancashnoticias, 2017).

En la ciudad de Puno y Juliaca se llevó a cabo un operativo donde lograron incautar colchones, sábanas en mal estado a los reconocidos hospedajes como “Sueno Real”, Mago de oz” y Acuaris, como también muchos de ellos no contaban con una buena infraestructura e incumplían los protocolos de salubridad para evitar el contagio por la Covid – 19. dejando constancia la clausura con la finalidad de que puedan brindar un buen servicio al público (andes, 2021).

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo indica en su portal web del año 2018 se tubo 1,9 millones de viajes de turismo interno, representando el 4,3% del total que se tiene de viajes a nivel nacional o a nivel del Perú; sostiene que se tuvo un crecimiento de 0,4 con respecto al año 2017, resaltado que la provincia más visitada fue Huaraz con un 35,3%; seguido del Santa con 27,3% y Casma con 5,1%. El principal problema es que muchos de los alojamientos no cuentan con la implementación de la gestión de calidad con el enfoque de las fuerzas de Porter.

La gestión de calidad en la actualidad, es relevante en las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector del rubro alojamientos, ya que es una búsqueda permanente de la mejora con la proyección una posición ventajosa ante los competidores, por lo tanto, es importante enfocarse en las cinco fuerzas de Porter usando como estrategia para maximizar recursos y superar a la competencia.

La micro y pequeñas empresas es importante para un estado ya que es la economía, porque contribuye en la generación de empleo así mismo también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Cuando se habla en el Perú se considera que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el

75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasa este periodo. Estas cifras evidencian que los factores limitan el crecimiento y desarrollo de las empresas.

Según RPP noticias (2018) en ámbito nacional solo el 1% de empresas formales cuentan con sistemas de calidad lo cual revela que existe un gran trabajo para convencer a las restantes de que caminen por el sendero de la competitividad. En el Perú cuenta una política nacional para la calidad cuyo objetivo es contribuir a la mejora de la competitividad de la producción y comercialización de bienes y servicios.

Hoy por hoy, estas MYPES se han acrecentado y se han transformado en creadoras de trabajo e ingresos para la mayor parte de los habitantes, es tal su importancia, que genera más del 88% de los empleos formales e informales en el país. Según Cámara de Comercio de Lima (2017) el motor de la producción y que es un apoyo para que una porción de los habitantes huya de la miseria. Pero a pesar de su importancia, no reciben apoyo del Estado, en sus actividades, por lo que retarda su crecimiento y desarrollo, ya que, debido a sus propias características, no pueden acceder a créditos con bajas tasas de interés, por lo que tienen que recurrir a fuentes de financiamiento del sector no bancario, que tienen tasas de intereses elevadas, encareciendo sus costos y disminuyendo su competitividad, y poniendo en riesgo su continuidad en el mercado.

En los últimos años, producto de la disminución de las transferencias por este concepto, el comercio local se ha visto afectado, hay que tener presente que en el año 2017 se ha incrementado el Canon Minero en Ancash, debido a una mayor rentabilidad de la Cía. Minera Antamina, por lo que el comercio local se ha dinamizado y las imprentas se están beneficiando con este dinamismo comercial. Por ejemplo, el Gobierno regional de Ancash (GRA), el año 2017, recibió 124 612, 066 soles, y en el año 2016 sólo recibió 79 323, 278 soles, lo mismo sucedió con las administraciones de gobierno locales (Ministerio de Economía y Finanzas, 2017).

Es importante mencionar a Palma (2019) quien manifiesta que en el contexto del plan de soporte a la formalización del rubro turístico que establece MINCETUR, conjuntamente con los gobiernos locales de Huaraz realizaron la fiscalización en el mes de septiembre donde se encontró que varios hoteles y hospedajes no tenían licencia de funcionamiento, así como el permiso o certificado de defensa civil y demás documentos que la ley solicita para poder brindar un servicio de calidad, en su gran mayoría dirigida a turistas extranjeros, tomando las medias de acuerdo a la ley se les hace de conocimiento toda la información que conlleva a que estas empresas se formalicen y así brinden un servicio de calidad.

Según Carro y González (2015) menciona que la gestión de calidad es el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad. Así mismo se puede definir que el control de primera clase será la forma de como se planifica el futuro, ya sea implementando los programas y controlando los resultados de la mejor característica para su mejora permanente.

Desde la respectiva, nace el interés de la presente investigación de la gestión de calidad con las cinco fuerzas de Michael Porter en las mypes del rubro de alojamientos en la ciudad de Huaraz, ya que se percibe que las mypes no se enfocan en la competitividad y esto afecta a los ingresos económicos de las mypes del rubro de alojamientos.

Así mismo el tema sobre el enfoque de las cinco fuerzas de Porter, es porque es el principal problema en los alojamientos de la ciudad Huaraz es la competencia, la mayoría de las empresas creen que la mejor manera de competir es ofreciendo bajos precios, pero esto no funciona sin un plan de disminución de costo. Lo que se busca con esta investigación es que las empresas realicen un análisis a sus competidores, para que realicen una buena negociación con los proveedores y cliente, diferenciarse con un diseño único, adelantarse a los cambios usando nuevas tecnologías para innovador, brindare un buen servicio al cliente enfocándose a las necesidades y expectativas (Porter, 2017).

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son los factores relevantes de las 5 fuerzas de Porter para la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: identificar los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021. Para poder conseguir el objetivo general se han planteado los siguientes objetivos específicos: (a) Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021; (b) Describir las principales características de en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021; (c) Describir las principales características de la gestión de calidad y las cinco fuerzas de Porter en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021; (d) Elaborar un plan de mejora de las cinco fuerzas de Porter en la gestión de calidad en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021.

La investigación se justificó, porque permitió conocer la importancia de las cinco fuerzas de Porter en las mypes rubro alojamientos a través de sus aspectos características, las mismas que permitirán a los representantes utilizar las cinco fuerzas de Porter para maximizar su rentabilidad, aprovechar las oportunidades, conocer su entorno competitivo y centrarse en la competencia que enfrenta obteniendo mejores resultados.

También se justifica porque se buscó información sobre los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad debido que las mypes del rubro alojamiento tienen desconocimiento y poco interés en el tema, que se plasme las estrategias para que tengan sostenibilidad en mercado y sean competitivos, y con ello podrán gastar menos dinero las empresas ya que hoy en día se están promocionando productos como también servicios a través de las redes sociales, páginas webs de manera que pueden tener mayor rentabilidad e incrementar sus ventas.

Así mismo este trabajo servirá para que las mypes del rubro de alojamientos a los representantes o gerentes al momento administrar puedan ser eficiente y eficaces en sus negocios, haciendo uso de las cinco fuerzas de Michael Porter para brindar un adecuado servicio a los clientes; pudiendo satisfacer sus necesidades.

Para la investigación que se está realizando la metodología será de diseño no experimental- transeccional y transversal, nivel descriptivo y tipo cuantitativo; la población tomada en cuenta para la siguiente investigación será de 101 mypes, pertenecientes del rubro de alojamientos en la ciudad de Huaraz, de los cuales se tomará a 81 mypes.

Los principales resultados obtenidos el 76.54% de los representantes tienen una edad de 31 a 40 años, el 62.96% son de género masculino; el 70.37% las mypes tienen permanencia en el mercado de 4 a 6 años, cuentan con un 80.25% de trabajadores de 1 a 5, su objetivo de creación el 92.59% es generar ganancias; en la gestión de calidad el 50.61% analizan la situación de la empresa a través de información registrada, el 35.80% las técnicas modernas de la gestión de calidad conocen con las 5 fuerzas de Porter; el 92.59% a veces poseen mucha facilidad para ofrecer nuevos servicios que sustituyan a los de sus empresas por ultimo 67.90% a veces los proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones.

La principal conclusión referente a los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter en el rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz los representantes no analizan las cinco fuerzas de Porter debido al desconocimiento y poco interés en el tema, por lo cual existe la ineficiencia y la poca competitividad dentro del mercado.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes:

Antecedentes internacionales

Damayanti (2015) menciona en su investigación *El escenario de competencia de la Industria Gastronómica de Cancún basado en las cinco fuerzas de Porter*; realizada para Universidad del Caribe y tuvo como objetivo general describir el escenario de competencia de los últimos tres años con base en las Cinco Fuerzas que forman la estrategia de Michael Porter. La metodología de investigación fue no experimental descriptiva, que consistió principalmente en la consulta documental y de fuentes electrónicas, trabajo de campo y entrevistas, para la recolección de datos se aplicó técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario a las empresas de industrias. Los resultados obtenidos mostraron que: el 75% el crecimiento de los nuevos participantes es bajo, el 56% los clubes de precio están sustituyendo a los proveedores de materia prima; el 70% los compradores residentes son los más sensibles al precio y el 65% los productos sustitutos satisfacen la necesidad de alimentación a través de tiendas de conveniencia. Llegando a la conclusión los compradores residentes son los más sensibles al precio; los productos sustitutos satisfacen la necesidad de alimentación través de tiendas de conveniencia; los competidores se ven afectados por la existencia de los hoteles todo Incluido en la Zona Hotelera y el comercio informal y/o ambulantes la Zona Centro.

Costa (2018) indica en su investigación *Análisis de la estrategia competitiva por medio de las cinco Fuerzas de Porter en la Asociación de Productores Agropecuarios Piuntza Nankais para exportación y diversificación de productos. Periodo 2016-2017*, realizada por la Universidad Católica del Ecuador con el objetivo de plantear e identificar esta ventaja a través de las fuerzas de Porter que sugieran nuevos mercados y productos. La metodología que orienta el trabajo es empírica con enfoque de tipo descriptivo en base a la información bibliográfica de documentos inherente al tema y al proceso de investigación, se obtuvo como principales resultados el 25%

manifiesta que debe mejorarse la estrategia que permita llegar al mercado y el 23,12% manifiestan que son parcialmente son de calidad. Llegando a la conclusión se determinó que actualmente existe una ventaja competitiva con valor relativo medio que obliga a diseñar una estrategia competitiva y adecuada, además que las técnicas de producción actualmente empleadas pueden ser utilizadas para que el producto ingrese sin inconveniente al mercado francés.

Ricci (2016) menciona en su tesis *Análisis estratégico de las cinco fuerzas de Porter aplicado a la provincia de Córdoba en el ámbito del turismo de evento*; realizada para la Universidad Nacional de Villa María y tuvo como objetivo general diseñar el Plan de Marketing del Turismo de Reuniones elaborado por INPROTU. La metodología de investigación fue no experimental descriptiva, que consistió principalmente en la consulta documental y de fuentes electrónicas, trabajo de campo y entrevistas, para la recolección de datos se aplicó técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario a las empresas de turismo, se obtuvo como principales resultados el 36% manifiesta que no toman mucho interés por las fuerzas de Porter, el 23,12% manifiestan que la calidad es importante para las empresas y el 78% siempre la competitividad va existir en el mercado. Se concluye que la actividad turística de eventos, que, complementados con atractivos naturales no explotados adecuadamente, pueden ser revalorizados para el desarrollo del turismo de intereses especiales. Así la organización y desarrollo de eventos que impulsen a concurrir a nuestra provincia de Córdoba. Esto permitiría sinergias entre el turismo y los eventos.

Antecedentes nacionales

Anco (2019) menciona en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las cinco fuerzas de Michael Porter en las MYPE del sector comercio rubro ferreterías de la Av. Huancané de la ciudad de Juliaca – 2019*; realizada para la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general determinar gestión de calidad con el uso de las cinco fuerzas de Porter en las

MYPE del sector comercio rubro de ferreterías. La metodología de estudio fue de diseño no experimental, nivel descriptivo, investigación tipo cualitativo, para la recolección de datos uso la encuesta como técnica de recolección de datos y se usó un cuestionario como instrumento que estuvo conformado por 20 ítems para una población de 14 mypes del rubro ferreterías y su muestra es 51 trabajadores. Se obtuvo como resultados que nunca hacen uso de las cinco fuerzas de Porter con un 27,45%, en tanto 21 trabajadores con un 41,18% algunas veces emplean las 5 fuerzas de Porter siendo la mayor cantidad de los encuestados y 16 trabajadores con un 31,37% opinan que siempre recurren a las cinco fuerzas de Porter. Se concluye que las ferreterías de la Av. Huancané el 41,18% aplican la gestión de calidad teniendo en cuenta la competitividad y las 5 fuerzas del Michael Porter.

Castillo (2018) manifiesta en su tesis *Planeamiento Estratégico para la Edificación y Vivienda en Lima Metropolitana*; realizada para la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú y tuvo como objetivo general desarrollar una propuesta estratégica que contribuya al Estado en definir una serie de políticas y acciones respecto a cómo reducir drásticamente, en un plazo de 10 años el déficit habitacional en Lima Metropolitana. La metodología de estudio fue de diseño no experimental, nivel descriptivo, investigación tipo cualitativo, para la recolección de datos uso la encuesta como técnica de recolección de datos y se usó un cuestionario como instrumento que estuvo conformado por 100 a empresas de constructoras. Se obtuvo como resultados que el 85% no aplican las cinco fuerzas de Porter, el 56% es importante el plan estratégico y el 67% al aplicar las 5 fuerzas de Porter va permitir a ser competente en el mercado. Llegando a la conclusión es alta importancia que se definan objetivos comunes, retadores, pero realistas y, realizar un seguimiento exhaustivo para controlar las desviaciones y así poder garantizar que el plan se cumpla.

Allende Poemape, Zambrano Fernandez y Edmundo (2017) en su estudio de investigación *Diseño de un Plan Estratégico basado en las cinco fuerzas*

competitivas de Michael Porter para mejorar la atención al cliente del área de créditos de la Caja Sipán S.A., Chiclayo 2017 y tuvo como objetivo general elaborar un Plan Estratégico, para beneficio de los clientes en la Caja de Ahorro y Crédito Sipán. La metodología de estudio fue de carácter descriptivo, su diseño implementado corresponde a un diseño no experimental; habiéndose trabajado en la presente con encuestas y entrevistas; las cuales han recogido la información en el segmento de los clientes que acuden a realizar sus compras y operaciones en las empresas. Se obtuvo como resultados que el 86% una propuesta de mejora es importante porque mejorara la atención al cliente. En conclusión, se logró efectuar de acuerdo al proceso de campo, diseñar una propuesta basada en mejorar de atención al cliente.

Jaime y Lalangui (2017) en su tesis *Plan estratégico para la mejora de la gestión administrativa en la empresa destilería Naylamp E.I.R.L. basado en las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter, Chiclayo 2017*; y tuvo como objetivo proponer un diseño de plan estratégico, para el mejorar la gestión administrativa de la empresa Destilería Naylamp, la metodología de estudio tipo diagnóstico - proyectivo, ha empleado como técnica metodológica la entrevista, el análisis documental de las ventas y la técnica de observación. Se obtuvo como resultados el 65% existe deficiente gestión administrativa, el 67% la falta de estrategias adecuadas están originando deficiencias internas, el 89% tienen desconocimiento del mercado objetivo de la empresa y el 68% no han implementado un planeamiento estratégica En conclusión, la deficiente gestión administrativa y la falta de estrategias adecuadas están originando deficiencias internas y desconocimiento del mercado objetivo de la empresa, comprobando la necesidad de implementar un planeamiento estratégico basado en la incorporación de tecnologías de la información, controles de calidad estrictos y rediseño de estructuras y procesos dentro de la destilería.

Antecedentes locales

Ramos (2016) menciona en su tesis *Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de las 5 fuerzas de Porter en las micro y pequeñas empresas*

del sector construcción, rubro construcción de edificios en el distrito de Huaraz, 2016; y tuvo como objetivo general describir las principales características de la competitividad bajo el enfoque de las 5 fuerzas de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector construcción, rubro construcción de edificios en el distrito de Huaraz, 2016. La investigación tuvo como metodología de tipo cuantitativo nivel descriptivo y diseño no experimental - transeccional y transversal, para la recolección de datos se aplicó un cuestionario validado a una población muestral de 31 gerentes con un total de 16 preguntas cerradas, 3 de aspectos generales y 13 de la variable a través de la técnica de la encuesta. Se obtuvo como resultados que el 85% no aplican las cinco fuerzas de Porter, el 56% es importante el plan estratégico y el 67% al aplicar las 5 fuerzas de Porter. Finalmente, se llegó a la conclusión que la mayoría de los gerentes del rubro construcción de edificios, no analizan las cinco fuerzas de Porter debido al desconocimiento y poco interés en el tema, por lo cual existe la ineficiencia y la poca competitividad dentro del mercado.

Rosales (2016) menciona en su trabajo de investigación *Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de las 5 fuerzas de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes (cevicherías) del distrito de Huaraz, 2016;* y tuvo como objetivo general describir las principales características de la competitividad bajo el enfoque de las 5 fuerzas de Porter en las micro y pequeñas empresas. La investigación tuvo como metodología descriptiva, tipo cuantitativo, el diseño fue no experimental - transversal, para la recolección de datos uso la encuesta como técnica de recolección de datos y se usó un cuestionario como instrumento lo que se tomó a una muestra de 45 establecimientos. Se obtuvo como resultados el 66,67% que sólo a veces se necesita una fuerte inversión para competir en el mercado; el 77,78% manifestaron que sólo a veces brindan su servicio con atributos que la diferencian de los demás. Llegando a la conclusión, las empresas no tienen en claro las 5 fuerzas que Porter nos muestra, es por ello que no se preocupan por ser competitivos, y muchos de ellos solo permanecen poco tiempo en el mercado.

Rurush (2015) en su trabajo de investigación *Caracterización de la comunicación organizacional como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro actividades de alojamiento para estancias cortas del distrito de Huaraz, 2015*; y tuvo como objetivo general determinar las características de la comunicación interna como herramienta de calidad en las Micro y Pequeñas empresas. La investigación tuvo como metodología descriptiva, tipo cuantitativo, el diseño fue no experimental (transeccional o transversal), para la recolección de datos uso la encuesta como técnica de recolección de datos y se usó un cuestionario como instrumento lo que se tomó a una muestra de 35 mypes. Obteniéndose como resultados; el 91% de los trabajadores aceptan que una buena comunicación les permite seguir todas las reglas y procedimientos en su trabajo, el 9% de ellos, están muy de acuerdo en que la buena comunicación en la empresa permite seguir las reglas y procedimientos en su trabajo. asimismo, el 45% de los trabajadores encuestados declaran que están de acuerdo y sienten que aún existen barreras en el proceso de comunicación entre ellos y su jefe inmediato, entre sus colegas y en sí mismo. Se concluye la mayoría de los encuestados perciben que la comunicación es un proceso esencial para un trabajo óptimo en cualquier organización.

2.2. Bases teóricas de la investigación:

Gestión de calidad:

Definición:

Según Juràn (2015) menciona que la gestión de calidad es empleada para señalar la serie de actos, o procedimientos que ceden la efectuación de cualquier trabajo o deseo. Así mismo cuando se habla de la gestión tiene como propósito de solucionar una circunstancia o concretar un plan en el contexto empresarial o comercial.

Según ISO-9001 (2018) indica la gestión de calidad es muy importante para cualquier organización ya que al momento de la producción los productos que

se van ofreciendo o servicios tenga el propósito de que sea uniformidad y normalización por la empresa.

La calidad puede tener varios significados, pero dos son importantes para cualquier organización, ya que sirven para planificar la calidad y la estrategia empresarial, por calidad se entiende que la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contrato de ventas, cancelación de contrato de deudas, etc. calidad es adecuarse al uso, cuando una organización no planifica la calidad o tiene un proceso de planificación deficiente aparecen errores y desperdicios originados por: pérdidas en las ventas, costos de la mala calidad, las amenazas a la sociedad (Arbòs, 2016).

Ciclo de Deming

Planificar.

Identifica el problema o actividades susceptibles de mejora, establecer los objetivos que se quiere alcanzar, fijando los indicadores de control y se definen los métodos o herramientas para conseguir nuestros objetivos (Carro y González, 2015).

Hacer / ejecutar.

lleva a cabo el plan de acción, es conveniente realizar una encuesta piloto para probar el funcionamiento, teniendo en cuenta que sea suficientemente representativo, pero sin que suponga un riesgo para la organización (Carro y González, 2015).

Comprobar / verificar.

Una vez implantada la mejora se comprueban los logros obtenidos, con relación a nuestras metas u objetivos que se tuvo en cuenta desde la primera fase del ciclo (Carro y González, 2015).

Actuar.

Cómo último dentro de las fases del ciclo de Deming, tras comparar el resultado obtenido con el objetivo inicialmente, llego el momento de realizar las acciones correctivas y preventivas que permitan mejorar los puntos de mejora, en el caso de haber aplicado la encuesta piloto y obtuvimos resultados positivos, implantaremos la mejora de forma definitiva, finalizado la fase 4. volvemos al primer paso periódicamente para estudiar nuevas mejoras a implantar dentro de nuestra organización (Carro y González, 2015).

Las cinco fuerzas de Michael Porter:

Cuando se habla de las cinco fuerzas de Porter es una muestra estratégica preparada por el profesor Michael Porter de la Escuela de Negocios Harvard, en el año de 1997. Esta determina un marco para examinar el grado de competencia dentro de una organización, para luego poder elaborar una estrategia en el negocio.

Así mismo las 5 fuerzas es importante porque va permitir a una organización aprovechar los criterios competitivos y determinar el rendimiento que tiene en el mercado a un plazo fijo. También es fundamental porque es una gran concepción de los negocios ya que permitirá acrecentar los recursos y dejar atrás a su competencia que se dedican a su mismo rubro (Porter, 2017).

Objetivos de las cinco fuerzas Michael Porter:

- Poder identificar las oportunidades
- Mejorar la estrategia de la empresa
- Compara las ventajas competitivas
- Conocer el contexto de la entidad para adelantar actos
- Complementar la matriz DAFO

Dimensiones de fuerzas de Michael Porter

Según Porter (2017) menciona que existe 5 fuerzas que precisan los resultados de la eficiencia a periodo prologando de un mercado o alguna sección de este. La visión es que la empresa debe estimar sus propios y medios frente a estas 5 fuerzas que guían la competencia de una empresa.

Amenaza de la entrada de nuevos competidores.

En desarrollo del capital inexcusable para invertirse, no hay barreras de ingreso con gran impedimento. En el ingreso la principal barrera que afrontan los nuevos competidores se simplifica a relativamente a los costos, gracias a las finanzas o economías de escala las entidades habidas reflejaran una mejor elección para los usuarios; la amenaza de nuevas empresas va poner límites en la rentabilidad potencial en un determinado mercado, para desalentar a los aspirantes competidores se debe mantener los precios bajos o en todo caso incrementar la inversión (Porter, 2017).

Las barreras iniciales son de ventajas para las empresas ya existentes: economía de escala por el lado de la oferta: Si una empresa produce o aumenta su servicio en grandes cantidades van a deleitarse de costos más accesibles o bajos por unidad. Curva de experiencia: La empresa debe abarcar la parte de gestión, tecnología en servicios, procesos y demás. Ventaja absoluta en costos: Si eres una empresa que ya está en el mercado tienes la ventaja del abastecimiento en materias primas o manejo de las finanzas. Diferenciación del producto: Si bien es cierto las empresas establecidas ya tienen ventajas y con publicidad no se va poder ganarles es ahí donde el precio y calidad va ser el factor determinante. Acceso a canales de distribución: Esta barrera es esencial si el cliente final no podrá adquirir un servicio si no está en el lugar de venta. Identificación de marca: La imagen, la credibilidad, seriedad y fiabilidad es la forma de operar y que el cliente lo reconozca solo por la marca. Barreras gubernamentales: Estas barreras son cada vez más primordiales con respecto a calidad y medio ambiente. Represalias: Consiste en realizar campañas sumamente agresivas o de disminuir los precios hasta cansar a la nueva empresa (Porter, 2017).

Amenazas ante posibles servicios sustitutos.

Un producto sustituto cumple el oficio similar al producto o servicio, representa una amenaza dentro de un determinado sector o mercado si en cuyos productos o servicios manejan un buen precio con óptimo rendimiento y

calidad calificada, y esto depende de los elementos como la disponibilidad de sustitutos: Producto o servicios que ya existen y que son fáciles de acceder. Precio relativo entre el producto sustituto y el ofrecido: Un servicio o producto con precios atractivos va a marcar un límite en un sector. Rendimiento y calidad comparada entre el producto ofrecido y el sustituto: Los usuarios van a preferir a producto o servicio con mayor rendimiento y calidad. Costo de cambio para el consumidor: Si los costos se reducen los compradores no habrá problemas en utilizar el bien sustituto si es al contrario las probabilidades también va ser con la misma fuerza (Porter, 2017).

Poder de negociación de los proveedores.

La cantidad de proveedores mayor será la capacidad de negociación y más favorable, teniendo conocimiento que a menor oferta mayor demanda, si se garantiza la capacidad de negociar se obtendrá mejores precios y mejores medios de entrega como es la concentración de proveedores: se analiza si hay pocas o varias empresas del sector que brindan el servicio están centrados en un lugar en específico. Importancia del volumen para los proveedores: las ventas de una empresa con las ventas totales de un lugar en específico. Diferencia de insumos: los servicios que se brindan están o no diferenciados. Costo de cambio: Se corre el riesgo o salir beneficiado cuando se cambia de proveedor o de servicio. Disponibilidad de servicio sustituto: Se puede reemplazar un servicio con otro donde ambos sean del mismo rubro. Impacto de los servicios: Se basa en la calidad y la atención que ofrecen (Porter, 2017).

Poder de la negociación de los clientes.

La alta competencia en un selecto sector está determinada en consideración al poder de negociación que se da entre el usuario y las entidades que brindar un producto o servicio las primordiales variables son:

Concentración de clientes: va identificar la cantidad de clientes que demanda la mayor venta frente a un determinado sector. Volumen de Compras: a mayor demanda mayor ventas generando exigir mayor beneficio ante sus proveedores. Diferenciación: Si los productos o servicios son diferenciados

mayor será el poder de negociación. Información acerca del proveedor: El cliente que contemple la información precisa sobre los servicios, calidad y respectivos precios, tendrá un punto a favor para realizar la negociación. Identidad de Marca: Se basa en la asociación y la penetración de marca con la finalidad de identificar un servicio con facilidad. Productos Sustitutos: Le permite al cliente negociar más ya sea en el precio (Porter, 2017).

La rivalidad entre los competidores.

La rivalidad entre las empresas competidoras dentro de un determinado sector las fuerzas y elementos de Porter van a determinar el posicionamiento en el mercado y así mismo van a proteger la posición de competitividad a costa de otras entidades del mismo sector (Porter, 2017).

La competencia viene siendo asechada por la pelea de empresas y la influencia de estas en generar beneficios, si las entidades apuestan por el precio se refleja en las publicidades, la innovación y sobre todo en la calidad del producto o servicio según sea el sector o rubro; si bien es cierto esta rivalidad va hacer que se genere la rentabilidad, pero habitualmente se sabe que, si un sector es menos competitivo en rentabilidad, las entidades existentes van a ser más rentables y viceversa (Porter, 2017).

Para ver la intensidad de la competencia se va tomar en cuenta los siguientes factores: concentración: Se trata de analizar cuantas empresas de sí mismo existen por otro lado se toma en cuenta el tamaño de las empresas; En mercados donde existe el dominio no se va poder competir en precios porque ello va favorecer a las empresas líderes, donde se tiene que centrar son en las campañas de creatividad en publicidad y promoción. Diversidad de Competidores: Se tiene que realizar diferencia en el tema de objetivos costos, las estrategias y estructura organizacional. Condiciones de los Costos: Una entidad va manejar sus precios haciendo una comparación con sus costos. Costo de Cambio: Se realiza una lucha interna cuando los costos de negocio de algunos productos con referente otros son bajos. Grupos Empresariales: Cuando las empresas con mayor economía compran entidades pequeñas del mismo sector para ampliar el mercado a su favor. Efecto de Demostración: Se

tiene que ganar en el mercado más difícil para poder entrar con facilidad en mercados sobranes. Barreras de Salida: Si los costos para acreditar la entidad son superiores a los costos para conservarse en el mercado y ser competitivos o puede que haya factores con ciertas restricciones (Porter, 2017).

Las micro y pequeñas empresas – (MYPES)

Según el Decreto Legislativo N° 30056 (2013) delega en el poder ejecutivo la facultad en materia de reactivación económica y formalización, el congreso de la república a delegado en el poder ejecutivo, por un plazo de 90 días la facultad de legislar, en materia de reactivación económica y formalización facultando así a establecer un régimen jurídico -tributario especial para las micro y pequeñas empresas, incluyendo tasas progresivas aplicadas a la utilidad o los ingresos, a elección de cada contribuyente.

Las MYPES están consideradas como una unidad económica, en nuestro país representa un 98% de la producción nacional, pueden estar constituidas por una persona natural o jurídica, con la finalidad de desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes y servicios, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra, además sus ventas incrementan y logra con esto mayor beneficio, lo cual contribuye, en mayor medida a la formación del PBI (Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa, 2016).

Características de las micro y pequeñas empresas:

La tipología de las MYPES consta de 3 estratos en acumulación, subsistencia y emprendimiento, según el Decreto legislativo N°30056 (2013) las mypes tiene las siguientes características:

- Microempresas: de uno hasta 10 trabajadores inclusive ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: de uno hasta cien trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).

- Mediana empresa: no hay límite de trabajadores, ventas anuales mayores a 1700 hasta 2,300 unidades impositivas tributarias (UIT).

-

Importancia de las micro y pequeñas empresas

En el Perú, las MYPES aportan, aproximadamente el 40 % del PBI, siendo una de las mayores potenciadores del crecimiento económico del país, en conjunto generan el 47 % del empleo en América Latina, conforme van creciendo, nuevas van apareciendo, la cual dinamiza nuestra economía, debido a que la mayoría desaparece en menos de un año las que sobreviven se vuelven cada vez muy influyentes en el mercado, ampliando su capacidad de producción, requieren más mano de obra y muy importante aportan tributos mayores al estado. la gran mayoría son informales (83%) ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y su vez no cumplen con las formalidades y el otro 17 % está conformado por MYPES formales (Ministerio de la producción, 2015).

Micro y pequeñas empresas de Alojamientos:

También conocido como sector terciario, es uno de los tres grandes sectores en los que se divide las actividades económicas, es el sector que no produce viene materiales, provee a la población e servicios necesarios para satisfacer sus necesidades, es un sector muy variado, este sector ha crecido de forma bastante grande, en los países más desarrollados, este sector conforma al 70 % del PBI engloba una amplia gama de actividades como: comercio, transporte, comunicaciones, servicios financieros, servicios sociales (educación, sanidad), etc.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) se entiende por establecimiento de hospedaje como un establecimiento destinado a prestar servicios de alojamiento no permanente, efecto que sus huéspedes pernocten en dicho local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente convenida, los establecimientos comerciales dedicadas a estas actividades reciben distintos nombres, según su categoría o finalidad.

Tipos de alojamientos:

Hotel Garni: Empresas públicas, solo ofrece alojamiento y puede tener desayuno, bebidas y en la mayoría de los pequeños platos, no ofrece un restaurante clásico.

Hotel: Es cuando aloja a las personas que deciden que darse por cierto tiempo con un servicio completo.

Hostal: Son unidades con habitaciones para alojarse y pueden dar alimentos y bebidas y otros servicios.

Moteles: Establecimiento público, ofrece habitación, baño y estacionamiento.

Estancias de turismo: Establecimientos agropecuarios donde generalmente es alojamiento es secundario.

Habitaciones Privadas: Alquilar de camas en casas privadas.

Casas de Huéspedes: Funciona como hotel pequeño y económico (solo alojamiento y poca calidad).

Marco conceptual

Calidad

Es cuando la empresa al ofrecer su producto o servicio sean o cumplen con todos los requisitos de la ISO 9001 con la finalidad que satisfaga la necesidad de los clientes y las expectativas (Carro y González, 2015).

Competencia

Se da cuando una empresa ingresa al mercado con el mismo rubro y siempre busca la diferencia ya sea en el producto o el servicio que ofrece con la finalidad que tenga más ingresos (Porter, 2017).

Comunicación

Siempre debe existir una buena comunicación el líder con sus colaboradores ya que el influirá que sus colaboradores se sientan satisfechos en su puesto de trabajo y puedan conseguir los objetivos de la organización (Porter, 2017).

Comprobar

Se refiere a la persona que realiza el acto de poder comprar siendo el consumidor final o no (Carro y González, 2015).

Actitud

Es conocida como la predisposición de un individuo hacia algo, alguien o una situación, considerando una experiencia anterior. Así mismo, la actitud es la manifestación de nuestros valores (Carro y González, 2015).

Autoconciencia.

Referido al autoconocimiento de la persona, con respecto a su propia personalidad e individualidad (Porter, 2017).

Capacitación.

Es el proceso que permite desarrollar la formación de manera significativa en las personas que carecen de ciertos conocimiento o habilidades en un determinado campo, brinda información y entrenamiento. Es un medio para desarrollar las competencias con un fin laboral y personal (Castillo, 2018).

III. Hipótesis

En la presente investigación no se planteó la hipótesis, debido a que es un trabajo descriptivo, donde los trabajos descriptivos no parten de hipótesis explícita, si no de preguntas de investigación que actúan como herramientas orientadas de todo el proceso investigativo y redacción del informe (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2014).

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, transversal, porque se recolectarán datos mediante la encuesta en solo momento, en tiempo único, siendo su propósito describir la variable en estudio. Transversal por que la investigación tendrá un inicio y un final recolectando datos en solo momento fue cuantitativo porque se realizaron la recolección de información basada en medición de la variables y conceptos los cuales serán representados en número a través de métodos estadísticos. El nivel fue descriptivo, ya que se buscó entender, analizar e interpretar el porqué de la investigación con respecto al problema planteado. Según Refiere Hernández et al., (2014) la investigación descriptiva tiene como finalidad definir, clasificar, catalogar o caracterizar la variable de estudio.

4.2 Población y muestra

Población

Está conformada por un total es 101 representantes del micro y pequeñas empresas rubro *alojamientos en la ciudad de Huaraz*.

Muestra

Por ser una población grande para obtener la muestra se calculó la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{1.96^2(0.50) * (0.50) * 101}{0.05^2(101 - 1) + 1.96^2(0.50) * (0.50)} \quad n=81$$

Por lo tanto, la muestra estará conformada por 81 gerentes de las micro y pequeñas del rubro alojamientos de la ciudad de Huaraz.	
INCLUIDOS	EXCLUIDOS
Mediante la formula aplicada se consideró 81 representantes de las mypes del rubro alojamientos.	Se excluyen a 20 representantes del rubro alojamientos

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Aspectos complementarios	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Escala de medición
Representantes	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una serie de características como son edad, género, grado de instrucción, cargo que desempeña y tiempo que desempeña del cargo van influir directa o indirectamente en las tomas de decisiones	Edad	18-30 años 31-50 años 41-50 años 51-a más años	Razón
		Genero	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin educación Educación básica Superior no universitaria Superior universitaria	Nominal
		Cargo que desempeña	Dueño Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 2 años 3 a 4 años 5 a 6 años 7 a más años	Razón
Micro y pequeñas empresas	La micro y pequeñas empresas son pequeños negocios que poseen varios años de permanencia en el mercado y cuentan con trabajadores los cuales pueden tener un ingreso anual están formados como constitución, los cuales puede ser familias o no familiares cuyo objetivo es generar ganancias o subsistencia	Tiempo de Permanencia en el rubro	0 a 2 años 3 a 4 años 5 a 6 años 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Razón
		Las personas que trabajan en su empresa	Familiares Personas no familiares	Razón
		Objetivos de creación	Generar ganancias Subsistencia	Nominal

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Escala de medición
Las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad	La gestión de calidad es importante porque al momento que la empresa ofrezca su servicio o producto a su cliente, para que sea de calidad es importante que se debe tener en cuenta el ciclo de Deming que es la planificación, hacer, controlar o verificar y por último, actuar ya que de esa manera podrá satisfacer las necesidades de sus clientes, asimismo cumpla con sus expectativas.	Analiza la situación actual en su empresa para determinar causas y efectos que repercuten	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Efectúa cambios y soluciones para su empresa en sus actividades	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Mide los resultados obtenidos durante el proceso de su empresa	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Mediante la capacitación del personal implementa el plan de mejora para su empresa	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Usted documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
	Las cinco fuerzas de Porter es importante dentro de las empresas ya que va permitir que pueda existir un poder de negociación con los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza con los nuevos competidores, con los nuevos productos sustitutos y rivalidad entre los competidores.	Cree usted que el costo es importante para el cliente	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Usted para determinar su precio de servicio, primero costea en todo lo que ha gastado	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Cree usted que las variedades de precios va influir a los clientes	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		La existencia de competencia crece cada día más usted busca mejorar	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Cree las empresas del mismo rubro es amenaza en el mercado ya que son gran cantidad	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Usted cree que los nuevos competidores de su rubro es importante tener en cuenta	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal
		Usted cree que es importante realizar nuevos productos va marcar diferencias con la competencia	a) Siempre b) A veces c) Nunca	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos

Técnica

Para dicha investigación se utilizó como técnica la encuesta, mediante ello se obtendrá datos que permiten realizar cuadros estadísticos (Hernández et al, 2014).

Instrumento

El instrumento se utilizó el cuestionario ya que ayudará a la recolección de la información, el cual está diseñado en base a los objetivos propuestos y conforme a la operacionalización de la variable de estudio. Refiere Sampiere (2014) un cuestionario es importante porque va permitir a estandarizar y uniformizar la recopilación de datos.

4.5 Plan de análisis

En el plan de análisis se realizó mediante las técnicas e instrumentos, el llenado de los datos será en los programas MS Excel y el SPSS v.25 en la que se realizará el procesamiento de datos, ya que se presentará en tablas y gráficos y el análisis estadístico correspondiente.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son los factores relevantes de las 5 fuerzas de Porter para la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021?</p>	<p>Objetivo General: Identificar los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021. b) Describir las principales características de en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021. c) Describir las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021 d) Describir los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021. e) Elaborar un plan de mejora de las cinco fuerzas de Porter en la gestión de calidad en las micro y pequeñas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021. 	<p>Las 5 fuerzas de Porter</p>	<p>El tipo de investigación: Cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de la investigación: no experimental–transversal.</p> <p>Población: 101 gerentes de las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos.</p> <p>Muestra: 81 gerentes de las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>

4.7 Principios éticos

Según Comité Institucional de ética (2019) la investigación que se está llevando a cabo se tomará a los principios éticos ya que se debe hacer de manera respetuosa la información que se va recopilar.

Principio protección a las personas: En esta investigación se llevó a cabo con el protocolo de Consentimiento informado (Ver anexo N° 3), asimismo será firmado por todos los representantes del rubro de alojamientos que forman parte de la muestra en estudio. Si los representantes no quieren o tienen algunos inconvenientes para firmar el presente documento, se adaptarán distintos métodos en las que se demuestre el consentimiento para ser integrante de esta investigación. Por medio del consentimiento informado se notificará abiertamente el motivo de la investigación que se basa en plantear propuestas de mejora de las cinco fuerzas de Porter en las micros y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz de la misma forma se les comunicará que cada uno de ellos (as) pueden separarse en cualquier instante de la investigación sin daño alguno, como también pueden reservarse de responder alguna de las interrogantes; igualmente, se les mencionará que los datos recogidos quedarán aptos para futuras investigaciones y/o productos derivados de la investigación. No tomaran a participantes menores de edad en esta investigación; no se pedirá permiso a la empresa, porque no se destinará el instrumento a los empleados de la misma, el cuestionario está preparado para los gerentes o representantes de mypes formales, quiénes otorgarán su aprobación por medio del consentimiento informado. Es preciso mencionar que esta investigación tiene como muestra a los Representantes del rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz.

Principio de beneficencia y no maleficencia: esta investigación busca beneficios para los propietarios de las MYPES del rubro alojamientos y para la sociedad, no busca perjudicar a ninguna de las mypes en estudio ni a lo sociedad en particular.

Principio de Justicia: se ejercerá un juicio razonable, tomando las precauciones pertinentes para asegurarse de que los sesgos aplicados, no den paso a prácticas

injustas, reconociéndose en todo momento la equidad y la justicia para todas las personas que participan en la investigación.

Principio de integridad científica: no se realizarán adulteraciones que afecten la integridad de los datos e información a recabar para el estudio, impidiendo finalmente repercutir en quienes participan en ella y cumpliendo con las normas deontológicas de la administración.

Principio de libre participación y derecho a estar informado: cada uno de los informantes de las MYPES del rubro de alojamientos seleccionadas como muestra brindará información de manera voluntaria, informada, libre y consentida, sin presiones de ningún tipo.

Principio cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: la investigación que se está llevando a cabo no dañara al entorno del medio ambiente ya que no se involucraran los animales y plantas de esta manera disminuyendo los efectos adversos y maximizar los beneficios.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021.

Características de los representantes	n	%
Edad		
18 a 30 años	10	12.35
31 a 40 años	62	76.54
51 a años	9	11.11
Total	81	100.00
Género		
Masculino	51	62.96
Femenino	30	37.04
Total	81	100.00
Grado de Instrucción		
Sin educación	13	16.05
Educación básica	16	19.75
Superior no universitaria	50	61.73
Superior universitaria	2	2.47
Total	81	100.00
Cargo que desempeña		
Administrador	2	2.47
Dueño	79	97.53
Total	81	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	20	24.69
4 a 6 años	50	61.73
7 a años	11	13.58
Total	81	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes del rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021.

Características de las mypes	n	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	9	11.11
4 a 6 años	57	70.37
7 a más años	15	18.52
Total	81	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	65	80.25
6 a 10 trabajadores	10	12.35
11 a más trabajadores	6	7.41
Total	81	100.00
Las personas que trabajan en su empresa		
Familiares	26	32.10
Personas no familiares	55	67.90
Total	81	100.00
Objetivos de creación		
Generar ganancias	75	92.59
Subsistencia	6	7.41
Total	81	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz.

Tabla 3.

Características de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021.

Características de la gestión de calidad	n	%
Análisis de la situación de la empresa		
A través de información registrada	41	50.61
Realiza registros de las actividades empresariales	34	41.98
Analiza los resultados de las actividades empresariales	6	7.41
N.A	0	0.00
Total	81	100.00
Técnicas modernas de la gestión de la calidad		
Las 5 fuerzas de Porter	29	35.80
Selección de personal	21	25.93
Outsourcing	10	12.35
Otros	15	18.52
Ninguno	6	7.40
Total	81	100.00
Dificultad para implementar la gestión de calidad		
Poca iniciativa	53	65.43
Aprendizaje lento	15	18.52
No se adapta a los cambios	10	12.35
Desconocimiento del tema	2	2.47
Otros	1	1.22
Total	81	100.00
Planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa		
Realiza una lista de soluciones	62	76.54
Establece prioridades	15	18.52
N.A	4	4.94
Total	81	100.00
Las 5 fuerzas de Porter ayudarían en mejorar la calidad y control en su empresa		
Si	55	67.90
No	6	7.41
A veces	20	24.69
Total	81	100.00

Características de los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter	n	%
Poseen mucha facilidad para ofrecer nuevos servicios que sustituyan a los de sus empresas		
Siempre	6	7.41
A veces	75	92.59
Nunca	0	0.00
Total	81	100.00
Proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones que se da entre ambos		
Siempre	6	7.41
A veces	55	67.90
Nunca	20	24.69
Total	81	100.00
Al recibir beneficios como descuentos por parte de los proveedores se efectúa la continuidad del contrato		
Siempre	10	12.35
A veces	65	80.25
Nunca	6	7.40
Total	81	100.00
Clientes tienen una elevada capacidad para presionar sobre precios, seguridad, calidad u otras características del servicio que se brinda.		
Siempre	55	67.90
A veces	6	7.41
Nunca	20	24.69
Total	81	100.00
Los clientes adquieren el servicio de un alojamiento por el precio		
Siempre	55	67.90
A veces	6	7.41
Nunca	20	24.69
Total	81	100.00
Análisis para conocer los competidores que los rodea en el rubro		
Siempre	57	70.37
A veces	14	17.28
Nunca	10	12.35
Total	81	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz.

Tabla 4.

Propuesta de mejora de las 5 fuerzas de Porter en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021.

Problemas encontrados resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
Dificultad de implementación en gestión de calidad	Falta de información en la gestión de calidad por parte de los representantes.	Implementar una gestión de calidad y mejora continua	Representante
No poseen mucha facilidad para ofrecer nuevos servicios que sustituyan a los de sus empresas	Falta de información por parte de los representantes.	Realizar capacitación sobre la importancia de ofrecer nuevos servicios e innovar y hacer frente a la competencia.	Representante
Proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones que se da entre ambos.	Por falta de conocimiento por parte del representante sobre conseguir proveedores.	Brindar información mediante charlas o capacitaciones sobre la importancia de contar con diversos proveedores para adquirir diversos productos.	Representante
Los clientes adquieren el servicio de un alojamiento por el precio.	Falta implementar diversos precios para alquilar una habitación.	Capacitarse sobre los temas sobre las variedades de precios que existe en el rubro ya que permitirá generar mayor rentabilidad.	Representante

Fuente. Elaboración propia

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1

Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas.

Respecto a la edad el 76.54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad de 31 a 40 años, este resultado coincide con Zúñiga (2018) quien afirma que el 67% de los representantes manifiestan tener de 31 a 60 años, asimismo coinciden con los resultados de Ramos (2018) quien afirma que el 70,97% de los representantes tiene 31 a 40 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas; están dirigidos por las personas entre 31 a 40 años, quienes están dirigidos por personas jóvenes que cuentan con experiencia laboral, y tienen la capacidad de enfrentar cualquier dificultad que se presente en la empresa.

En cuanto al género, el 62.96% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, este resultado coincide con Zúñiga (2018) quien menciona que el 70% son del sexo masculino, asimismo coincide con el resultado de Ramos (2018) quien afirma que el 87,10% de los representantes encuestados del rubro calzados son de género masculino, pero contrasta con el resultado de Sobrados (2015) donde menciona que el 88.33% es del género femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas están dirigidos por hombres, quienes cuentan con una cualidad, de manejar las estrategias en la organización donde se verá la capacidad que tienen y habilidades para dirigir teniendo en cuenta la competencia que hay en su rubro.

Con respecto al grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 61.73% cuentan con un nivel de grado secundaria, el resultado coincide con Campos (2018) indicando que el 44,44% de los representantes encuestados tienen grado de instrucción secundaria, pero contrasta con Ramos (2017) quien afirma que el 61,29% de los gerentes encuestados del

rubro alojamientos manifestaron que tienen estudios superiores universitarios. Esto evidencia que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, nos hace ver que no es necesario tener un grado especial de instrucción para poder emprender un negocio.

Con relación al cargo que desempeña los representantes encuestados el 97.53% manifestaron desempeñar el cargo de ser dueños de las MYPES del rubro de calzados, estos resultados contrastan con los encontrados por Ramos (2017) quien determino que el 85,70% son dueños del negocio. Esta investigación permite afirmar que las micro y pequeñas empresas, están dirigidas por los propios dueños y dentro de ello están pendiente de los movimientos de sus negocios, por ende, cumplen en su mayoría las funciones generales que atribuye a cumplir dos funciones tanto como dueño y administrador.

El 61,73% de los representantes manifestaron tener de 4 a 6 años de experiencia en el cargo que desempeñan, estos resultados coinciden con Acosta (2017) quien determino que el 50,00% indicaron tener de 4 a 6 años de experiencia en el cargo. Pero contrastan con los resultados encontrados por Salazar (2019) quien en su investigación determinó que el 43,30% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen 11 años a más de experiencia en el rubro. Esta investigación permite afirmar que los micro y pequeñas empresas están dirigidas por personas que tienen una experiencia y conocimiento del giro del negocio de 4 a 6 años en el rubro.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas.

En relación al tiempo de permanencia en el mercado rubro alojamientos el 70.37% de la micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años, estos resultados coinciden con Sobrados (2015) quien afirma que el 83,3% de las micro y pequeñas empresas están de 4 a 6 años en el mercado, pero contrasta con los resultados de

Garrido (2013) quien afirma que el 47% permanecen en el mercado el tiempo de 15 años. Esto evidencia que la mayoría de las micro y pequeñas empresas; demuestran que la mayoría de los gerentes llevan poco tiempo en el cargo, pero dan lo mejor para que ofrezcan su servicio a sus clientes y tienen la capacidad de crear estrategias para sus clientes.

Con relación al número de los trabajadores cuentan las micro y pequeñas empresas rubro calzados el 80.25% tienen entre 1 a 5 trabajadores, este resultado coincide con los resultados de Zúñiga (2018) quien menciona que el 86,7% de las MYPES cuentan entre 1 a 6 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas de rubro, con esto nos da entender que tiene clientelas es por esa razón mantienen mayor cantidad de trabajadores para así controlar el negocio dentro de la empresa.

El 69.90% de las micro y pequeñas empresas tienen a personas no familiares laborando. Se observa que la totalidad consideran que no solicitan personas cercanas a los dueños debido a que se pueden malinterpretar las relaciones familiares con laborales, es decir genera un poco de antipatía en otros trabajadores.

El 92.59% de las micro y pequeñas empresas se formaron con el objetivo de generar ganancias, estos resultados coinciden con los encontrados por Rodríguez (2016) quien establece que el 100.0% afirma que la empresa se creó para generar ganancias. Pero se contrasta con Benavides (2017) quien manifiesta que el 100% de las MYPES se crearon por subsistencia. Se observa que la mayoría consideran que la empresa se formó por generar ganancias, y con ello seguir expandiese en el mercado, además con ello se está generando puestos de trabajo para personal en la ciudad de Huaraz.

Tabla 3

Características de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

El 50.61% analizan la situación a través de los resultados de las actividades empresariales, este resultado coincide con Moreno (2017) que manifiesta que el 80% de los encuestados pueden determinar una situación o analizar una empresa se mide mediante los resultados que se puede obtener en las actividades empresariales, por otra parte, se contrasta con Romero (2018) que menciona que el 60% de los encuestados se debe analizar mediante registros de las actividades empresariales. Esto evidencia las empresas en las micros y pequeñas empresas los resultados de las actividades empresariales va permitir a identificar y enfocar los temas más importantes que puedan enfrentarse una organización, de igual manera va poderse evaluar los factores internos y externos que pueden surgir a futuros.

El 34.88% de los representantes utilizan como técnica las 5 fuerzas de Porter, estos datos se contrastan con Rodríguez (2016) quien establece que el 66.7% usan la técnica de Benchmarking. Se observa que la mayoría usa esta herramienta debido a que les permite hacer conocida a la empresa a través de las herramientas del comportamiento de consumidor permite mejorar la calidad de los productos.

El 65.43% de los representantes establecen que el personal muestra poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad, estos estos resultados coinciden con los encontrado por Rodríguez (2016) quien establece que el 83.3% manifiestan que la dificultad del personal es por la poca iniciativa. Se observa que la mayoría de los representantes consideran que el personal muestra poca iniciativa en ciertas actividades de la empresa, en este sentido no están de acuerdo con el trabajo de horas extra.

Con respecto la manera que se planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa el 76.54% de las micro y pequeñas empresas realizan una lista de soluciones para las problemas que pueden surgir en la empresa, este resultado coincide con Rodríguez (2016) que manifiesta que un 55% es importante realizar una lista de soluciones ya que permitirá a las empresas mejorar los problemas que pueden surgir, así mismo, resulta importante mencionar Carro y

González (2015) los procedimientos de la planificación son importante dentro de las empresas ya que este proceso es fundamental al momento de iniciar un trabajo de igual manera si existe problemas que pueden surgir. Esto evidencia que las micro y pequeñas empresas para solucionar los problemas de las empresas es importante que se debe realizar una lista soluciones de esa manera se busca mejorar ya sea interna o externo de la empresa.

El 69.77% de los representantes manifiestan que las 5 fuerzas de Porter mejoran la calidad de su empresa, estos resultados coinciden con los encontrado por Rodríguez (2016) quien establece que el 100.0% manifiestan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Se observa que la mayoría considera que el uso de las técnicas administrativas mejorar la productividad de la empresa.

El 92.59% de los gerentes encuestados manifestaron que sólo a veces en el rubro de alojamientos brindan servicio que sustituyan a los demás. Al respecto Kotler (2016) quien menciona que el servicio se puede diferenciarse con el factor humano, tiempo de espera, el nivel de calidad y el servicio tiene que ser rápido sencillo y oportuno. Esto demuestra que la mayoría de MYPES del rubro alojamientos a veces no brindan servicio con un valor agregado que la diferencia de los demás esto implica deficiencia con los clientes.

El 67.90% de los gerentes manifestaron que solo a veces sus proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones que se dan entre ambos, coincide con los resultados encontrados por Ibarra, Casas y Barraza (2016) quienes mencionaron que el 95,83% expresaron que existe bajo potencial de negociación por parte de los proveedores en la industria de construcción. Al respecto Porter (2017) expresa que cuando existe un gran número de proveedores del mismo producto el comprador tiene una buena posición para elegir la mejor oferta. Esto demuestra que en el rubro de alojamientos existen muchos proveedores que ofrecen los mismos materiales de construcción y a menor costo por lo tanto el empresario tiene la facilidad de escoger al proveedor que requiere.

El 80.25% determinan que a veces se efectúa la continuidad del contrato al recibir beneficios como descuentos por parte de los proveedores. Al respecto Porter (2017) menciona cuando se genera negociación de ambas partes obtienen beneficios el empresario y el proveedor. Esto demuestra que el rubro de construcción de edificios se efectúa el contrato al recibir beneficios por parte de proveedores, y la continuidad de compra.

El 38,71% de los gerentes encuestados manifestaron que casi siempre sus clientes tienen una elevada capacidad para presionar sobre precios, seguridad, calidad y otras características del servicio que se brinda en el rubro alojamientos, este resultado coincide con los resultados encontrados por Ibarra, Casas y Barraza (2016) quienes expresaron que el 87,5% mencionaron que los clientes tienen la capacidad de negociar precios bajos, calidad de servicio. Al respecto Magretta (2014) expresa que los clientes influyentes pueden apropiarse más valor al obligar a la industria bajar los precios, exigiendo mejor calidad y prestación esto disminuirá la rentabilidad de las organizaciones, al aumentar los costes y hace que se enfrenten los distintos participantes de la industria; así mismo Kotler (2016) menciona que es importante emplear tiempo recursos para captar nuevos clientes y que estén satisfechos con el servicio ofrecido así la empresa aumenta sus ventas. Esto demuestra que en el rubro de alojamientos los clientes tienen mayor influencia y hacen que se enfrenten los competidores existentes.

El 48,39% expresa que siempre los clientes adquieren su servicio luego de compararlo con otros en el mercado. Al respecto Porter (2017) menciona que existen distintos grupos de clientes y con diversos poderes de negociación, el comprador influye cuando los productos no se diferencian entre sí, creen que siempre encontrarán un producto equivalente y hacen que se enfrenten entre los proveedores. Esto demuestra que los clientes tienen mayor influencia en el rubro alojamientos ya que adquieren el servicio luego de compararlo con otros en el mercado, por lo tanto, la empresa tiene que brindar una adecuada atención satisfaciendo las necesidades y expectativas del cliente.

El 61,29% expresaron que sólo a veces realizan un análisis para conocer a sus competidores que las rodean en el rubro de construcción de edificios. Al respecto Porter (2017) menciona que la competencia es tratada de manera muy estrecha por los gerentes. Es importante analizar el ingreso de nuevos competidores, la influencia de los clientes, proveedores, productos sustitutos y a los competidores directos para determinar la consecuencia de la rentabilidad y el nivel de competencia; de igual manera Santos (2016) menciona que en todos los sectores existe la competencia, es por ello es importante conocer el micro y macro ambiente así sobrevivir en el mundo globalizante. Esto demuestra que la mayoría de micro y pequeñas empresas del rubro construcción de edificios no realizan análisis para conocer a sus competidores por lo tanto no están pendiente de las tendencias que puede afectar la competencia al sector.

Tabla 4

Plan de mejora para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

1. Datos Generales

Rubro: Micro y pequeñas empresas rubro servicios alojamientos.

Dirección: En la ciudad de Huaraz

Nombre del representante: Dueños y/o los gerentes de las Mypes

2. Misión:

Contribuir con el desarrollo turístico de la ciudad de Huaraz, atendiendo a las familias y visitantes, ofreciendo a nuestros huéspedes un servicio de clase mundial de hospitalidad, historia, cultura, eventos y diversos circuitos turísticos, operando con calidad certificada, para superar las expectativas de nuestros clientes. mediante un trato individualizado por un personal altamente motivado.

3. Visión

Ser reconocidos en un plazo de 5 años como alojamientos líder en la ciudad de Huaraz manteniendo el prestigio en el mercado local, perdurando los principios y la filosofía de calidad del servicio al cliente sostenida a través del tiempo, promoviendo nuestros valores culturales, sociales y ambientales y creando experiencias únicas que motiven a nuestros huéspedes a volver, manteniendo altos estándares de calidad en la prestación de servicio de la sociedad en general con recursos humanos altamente calificados y tecnología de avanzada, orientado hacia el bien común.

4. Objetivos Empresariales

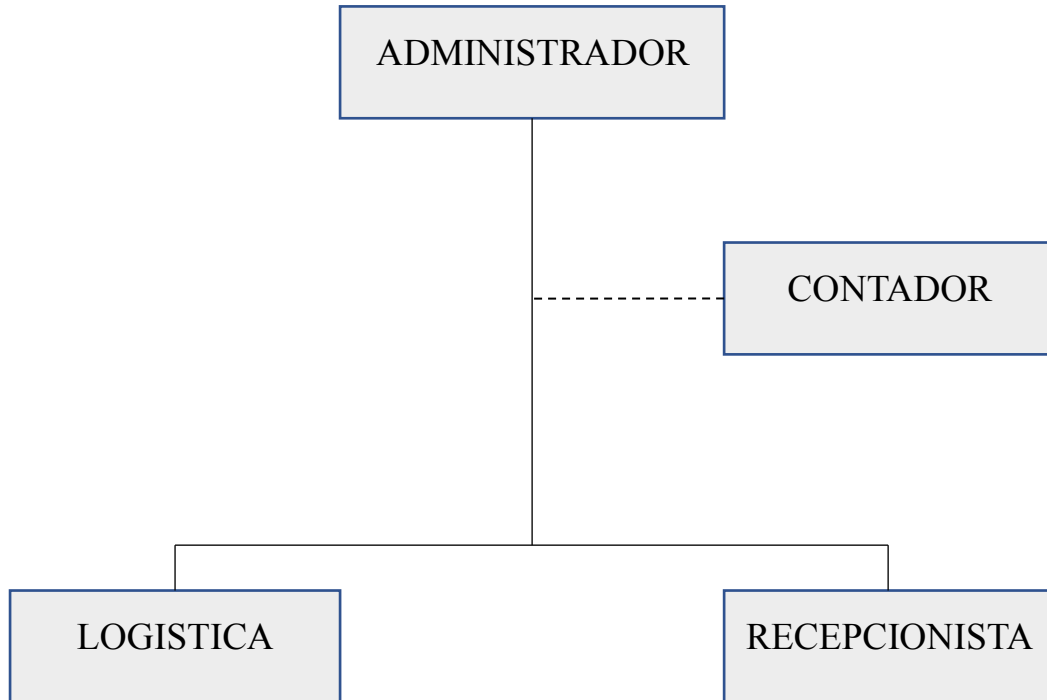
Mejorar el servicio del de alojamientos donde los clientes disfruten del confort, cordialidad, esparcimiento ofreciendo servicios competitivos, especializados con un personal preparado, motivado y comprometido. Para ello es necesario establecer objetivos específicos que nos ayudaran a proponer un plan de mejora de la calidad.

- Identificar las fortalezas y debilidades del servicio que brinda el alojamiento.
- exceder las expectativas del cliente en toda situación.
- Promover el bienestar de nuestros colaboradores.

5. Servicios Alojamientos.

Los sectores de alojamiento son altamente delicados a las condiciones económicas y competitivas del mercado y se ven representadas por el capital, administración, marketing, personal, tecnología. Las empresas hoteleras sólo podrán ejecutar con los retos del mercado actual a través del entendimiento y aumento de estrategias que aborden las preferencias del consumidor.

6. Organigrama de la empresa



6.1.Funciones

Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos en Mercadeo • Negocios internacionales • Gestión humana • Finanzas
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. ➤ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. ➤ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. ➤ Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Grado de instrucción nivel superior, especialidad en contador titulado. ➤ Experiencia en laborales contables.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Garantizar que las normas vigentes aplicables a las operaciones contables y financieras sean manejadas de manera exitosa y precisa en los asientos contables.

Cargo	Logística
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia en el rubro ➤ Estudios básicos ➤ Antecedentes limpios
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Suministra los insumos e ingredientes ➤ Para la venta y preparación. ➤ Clasifica, elije y negocia con los proveedores. ➤ Abastece el almacén general de la empresa constantemente.

Cargo	Recepcionista
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicio al cliente ➤ Experiencia en el rubro ➤ Trato agradable a los clientes
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atiende al cliente de manera directa. ➤ Guía y ayuda al cliente en sus decisiones. Mantiene un buen estado de limpieza del Local. ➤ Acoge al cliente de manera inmediata.

6.2. Diagnóstico Empresarial.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	F1: Ubicación Céntrica cercana en los lugares turísticos.	D1: Personal no se encuentra capacitado.
FACTORES EXTERNOS	F2: Establecimiento de hospedaje reconocido por la ciudad.	D2: Poca publicidad y presupuesto bajo.
	F3: Servicio al cliente personalizado.	D3: El personal no muestra compromiso con la empresa.
	F4: Equipo modernos.	D4: No cuenta con un plan estratégico.
	F5: Atención personalizada.	
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1: Aumento de huéspedes. O2: Su ubicación es estratégica en el centro y acceso a los principales restaurantes que brinda relax y no aleja al huésped. O3: Nuevos avances tecnológicos. O4: Alianzas Estratégicas.	> Optimización del servicio en recepción para la mejora de la atención al cliente.	> Definir un plan de capacitación con el fin de que el personal sea más competitivo y eficiente.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1: Alta demanda en el sector en alojamientos en días festivos. A2: Preferencia de los clientes hacia la competencia. A3: Factores climáticos. A4: Alojamientos categorizados y certificados por el MINCETUR. A5: Disminución del gasto turístico	> Desarrollo tecnológico mediante redes sociales para conocer sugerencias y opiniones de los huéspedes para mejorar el servicio.	> Elaboración de una estructura organizacional para mejorar el compromiso del recurso humano. > Establecer incentivos al personal de tal manera que exista un adecuado desempeño, y productividad. > Establecer estrategias dirigidas para cada área en el Alojamientos.

7. Indicadores de Gestión.

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de las Mypes del rubro de alojamientos.
Dificultad para implementar la gestión de calidad.	Falta de conocimiento y poco interés por parte del representante.
No poseen mucha facilidad para ofrecer nuevos servicios que sustituyan a los de sus empresas.	Falta de información por parte de los representantes.
Los proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones que se da entre ambos.	Muy pocas veces los empresarios por falta de conocimiento no buscan más proveedores porque no existe confianza, siempre trabajan con los mismos proveedores que cuentan.
Los clientes adquieren el servicio de un alojamiento por el precio.	Muy pocas veces los representantes no consideran en los alojamientos diversos precios donde los clientes no desean y optan por irse a otro lugar.

8. Problemas:

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Dificultad para implementar la gestión de calidad.	Los representantes del rubro de alojamientos no tienen el interés de implementar la gestión de calidad.	Muchos de ellos no toman interés o tienen desconocimiento sobre la gestión de calidad y no buscan capacitarse.
No poseen mucha facilidad para ofrecer nuevos servicios que sustituyan a los de sus empresas	Los representantes no presentan o no buscan sustituir sus servicios por motivos que consideran gastos innecesarios.	Los representantes no se capacitan sobre los temas administrativos ya que piensan que es un gasto para la empresa.
Proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones que se da entre ambos.	Esto sucede ya que existe falta de conocimiento por parte del representante sobre conseguir proveedores.	Falta de brindar información mediante charlas o capacitaciones al representante sobre los temas administrativos modernos.
Los clientes adquieren el servicio de un alojamiento por el precio.	A veces los representantes no dan diversos precios a sus clientes porque piensan que son líderes dentro del mercado.	Ocurre que los representantes piensan que no es necesario poner diversos precios, lo que ellos establecen está bien.

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer Acciones

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Dificultad para implementar la gestión de calidad.	Los representantes del rubro alojamientos no tienen el interés de implementar la gestión calidad.	El representante debe capacitarse sobre el tema de gestión de calidad y de esa manera pueda capacitar a sus colaboradores y logre satisfacer las necesidades de los clientes.
No poseen mucha facilidad para ofrecer nuevos servicios que sustituyan a los de sus empresas.	Los representantes no tienen la capacidad o no están capacitados sobre los temas administrativos modernos.	El representante debe capacitarse sobre los temas actuales de la administración ya que le permitirá adaptarse a los cambios.
Proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones que se da entre ambos.	Los representantes no buscan proveedores porque piensan que al buscar les va traer perdidas y tiempo es por ello que siempre trabajan con sus mismos proveedores.	Se debe designar una persona que tenga la capacidad o conocimiento de hacer diversos convenios con proveedores, así mismo optar por el mejor precio del proveedor.
Los clientes adquieren el servicio de un alojamiento por el precio.	A veces los representantes nunca piensan por el cliente, solo ellos ponen el precio.	Los representantes siempre deben hacer un estudio para determinar el precio para dar a sus clientes.
Dificultad para implementar la gestión de calidad.	Los representantes del rubro alojamientos no tienen el interés de implementar la gestión calidad.	El representante debe capacitarse sobre el tema de gestión de calidad y de esa manera pueda capacitar a sus colaboradores y logre satisfacer las necesidades de los clientes.





9.2.Estrategias que desean implementar

N°	Acciones de mejora a cabo de llevar	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1.	El representante debe capacitarse sobre el tema de gestión de calidad y de esa manera pueda capacitar a sus colaboradores y logre satisfacer las necesidades de los clientes.	Falta de compromiso por parte del gerente de igual manera de los colaboradores	5 meses	Excelente servicio buscando la satisfacción de los clientes.	Informarse sobre el tema de gestión de calidad, conociendo sus ventajas que tiene en las mypes.
2.	El representante debe capacitarse sobre los temas actuales de la administración ya que le permitirá adaptarse a los cambios empresariales.	Falta de capacidad del representante dentro de los cambios empresariales.	8 meses	Colaboradores productivos mejora la rentabilidad de la empresa.	Capacitarse sobre el tema empresariales que existe en la actualidad.
3.	Se debe designar una persona que tenga la capacidad o conocimiento de hacer diversos convenios con proveedores, así mismo optar por el mejor precio del proveedor.	Por falta de conocimientos sobre los temas administrativos	3 meses	Se genera Mayor rentabilidad y ganancia de la empresa	Los representantes deben capacitarse sobre los temas de convenios con diversos proveedores
4.	Los representantes siempre deben hacer un estudio para determinar el precio para dar a sus clientes.	Por falta de responsabilidad por parte de los responsables de las mypes.	2 meses	Impacto	Capacitarse sobre el tema de estudios de mercado y a quienes van ser dirigido.

9.3. Recursos de implementación de estrategias

Nº	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1.	Informarse sobre el tema de gestión de calidad, conociendo sus ventajas que tiene en las mypes.	El representante de la empresa y el área de recursos humanos.	700 soles	Laptop web hojas lapicero.	5 meses
2.	Capacitación sobre el tema empresariales que existe en la actualidad.	El gerente y administrador.	400 soles	Laptop web hojas bond lapiceros.	8 meses
3.	Capacitación sobre los temas de convenios con diversos proveedores.	Gerencia.	300 soles	Laptop web hoja, multimedia y tiempo	3 meses
4.	Capacitación sobre los temas de estudios de mercado y a quienes van ser dirigido sus servicios.	Especialista o el administrador	200 soles	Materiales, equipo y tiempo.	2 meses

10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero-Diciembre
1.	Informarse sobre el tema de gestión de calidad, conociendo sus ventajas que tiene en las mypes.	01-05-2021	30-10-2021	
2.	Capacitación sobre el tema empresariales que existe en la actualidad.	01-05-2021	30-12-2021	
3.	Capacitación sobre los temas de convenios con diversos proveedores.	01-05-2021	30-08-2021	
4.	Capacitación sobre los temas de estudios de mercado y a quienes van ser dirigido sus servicios.	01-05-2021	30-08-2021	

VI. Conclusiones

Luego de los resultados y análisis en relación a los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021 se tiene las siguientes conclusiones:

Conclusión General:

Referente a los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad en el rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz los representantes no analizan las cinco fuerzas de Porter debido al desconocimiento y poco interés en el tema, por lo cual existe la ineficiencia y la poca competitividad dentro del mercado.

Conclusiones específicas:

En totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro alojamientos son de género masculino, así mismo la mayoría tienen entre 31 y 40 años, del mismo modo cuentan con un grado de superior no universitario, son dueños y desempeñan de 4 a 6 años en el cargo.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas cuentan con 4 a 6 años de permanencia en el rubro de alojamientos, así mismo cuentan con 1 a 5 trabajadores no incluyen a sus familiares como trabajadores e indican que la microempresa fue creada para generar la obtención de ganancias.

Respecto a la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas la mayoría de los representantes analizan la situación de las empresas a través de información registrada, la minoría como técnica moderna de la gestión de calidad conocen mediante las 5 fuerzas de Porter mientras que la mayoría tienen como dificultad para implementar la gestión de calidad por poca iniciativa, así mismo planifican y plantean soluciones para los problemas de sus empresas mediante listas de soluciones y por ultimo las 5 fuerzas de Porter ayudan a mejorar la calidad y control de la empresa.

Respecto a las 5 fuerzas de Porter la totalidad de los representantes de las mypes la mayoría a veces poseen mucha facilidad para ofrecer nuevos servicios que sustituyen a los de sus empresas, también a veces los proveedores tienen una elevada capacidad de presión en las negociaciones que de entre ambos, así mismo la mayoría a veces los clientes tienen una elevada capacidad para presionar sobre precios, seguridad, calidad u otras características del servicio que se brinda, también siempre los clientes adquieren el servicio de un alojamiento por el precio por último la mayoría siempre analizan para conocer los competidores que los rodea en el rubro.

Aspectos complementarios

- Los gerentes del rubro de alojamientos par que puedan tener éxito en el mercado y ser competentes, deben capacitarse constantemente en temas actuales, llevar un buen control de recurso económico sin descuidarse del sistema tributario, estar dispuestos a mejorar y enfrentar los desafíos de un mundo globalizado, asimismo realizar charlas capacitaciones, seminarios para sus trabajadores e involucrarlos con los objetivos y metas de la empresa.
- Para lograr una ventaja competitiva se recomienda el uso de las estrategias tales como posicionamiento en el mercado y diferenciación; de esa manera brindar un excelente servicio al cliente, ya que al desarrollar estrategias las MYPES lograrán ser superiores a sus competidores directos.
- Analizar cada una de las cinco fuerzas de Porter y plasmar las estrategias para la sostenibilidad en el mercado, creando barreras frente a la competencia y obtener importantes utilidades en el futuro.

Referencias bibliográficas

- Allende Poemape, J. C., Zambrano Fernandez, J. P., & Edmundo, L. (2017). *Diseño de un plan estratégico basado en las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter para mejorar la atención al cliente del área de créditos de la Caja Sipán S.A., Chiclayo 2008*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2267>
- Ancashnoticias. (09 de Marzo de 2017). *Ancashnoticias.com*. Recuperado el 22 de Octubre de 2020, de <https://www.ancashnoticias.com/index.php/2017/03/09/intervienen-hostales-pesimas-condiciones/>
- Anco Sucasaire, R. (2019). *Gestión de calidad con el uso de las cinco fuerzas de Michael Porter en las MYPE del sector comercio rubro ferreterías de la Av. Huancané de la ciudad de Juliaca - 2019*. Juliaca: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13089>
- andes, L. (2021). Incautan colchones en mal estado de hospedajes. *Diario , los andes*.
- Arbòs, L. C. (2016). *gestion de la calidad total*. Madrid: Diaz de Santos.
- Cámara de Comercio de Lima. (2017). *MYPES: Importancia y situación actual*. Lima: Alpiste SAC.
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2015). *Administración de la calidad total*. Nülan.
- Castillo Espejo , J. A. (2018). *Planeamiento Estratégico para la Edificación y Vivienda en Lima*. Lima: Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú . Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/11719/CASTILLO_CRESPO_PLANEAMIENTO_EDIFICACION.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa. (2016). *la situacion de las micro y pequeñas empresas en el peru*.
- Costa Rico, J. V. (2018). *Análisis de la estrategia competitiva por medio de las cinco Fuerzas de Porter en la Asociación de Productores Agropecuarios Piuntza Nankais para exportación y diversificación de productos. periodo 2016-2017*. Ecuador: Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15453>
- Damayanti Estolano , C. (2015). *El escenario de competencia de la Industria Gastronómica de Cancún basado en las cinco fuerzas de Porter*. Mexico: Universidad del Caribe. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UqsETNN3ihsJ:https://>

dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4195320.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe

- Decreto Legislativo N° 30056. (04 de Julio de 2013). LEY N° 30056. Lima, Lima, Perú: El peruano.
- Dueñas Galdos, J. L. (2017). *Estudio del impacto de la planificación estratégica y del entorno empresarial mediante la utilización de las cinco fuerzas de Porter que moldean la estrategia como factores competitivos de las mypes*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9332>
- García Mora, S. (2014). *Análisis de competitividad en la Empresa Audioauto S.A.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería Industrial. Carrera de Ingeniería Industrial.
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (Sexta, Ed.) Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/>
- huarazenlinea. (21 de Febrero de 2019). *huarazenlinea.com*. Recuperado el 22 de Octubre de 2020, de <http://www.huarazenlinea.com/noticias/locales/21/02/2019/municipalidad-inspecciona-hospedajes-y-agencias-de-viaje-de-la-ciudad-de>
- Investigacion, Comité Institucional de etica. (2019). *Codigo de etica para la investigacion*. Chimbote: Universidad Católica los Angeles de chimbote.
- ISO-9001. (Junio de 2018). *Calidad ISO 9001*. Obtenido de Calidad ISO 9001.: <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>
- Jaime Liza, L. P., & Lalangui Peña, B. E. (2018). *Plan estratégico para la mejora de la gestión administrativa en la empresa destilería Naylamp E.I.R.L. basado en las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter, Chiclayo 2018*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipan. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2221>
- Juràn, J. (2015). *La planificacion para la calidad*. Diaz de santos S.A.
- Malaver Vallejo, M. (2018). *Comportamiento del consumidor en el mercado del sector Alojamiento*. Colombia: Universidad de Bogota. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8098/2/2018_PYMES_Calzado_Valle%20del%20Cauca.pdf
- Mincetur. (2018). *mincetur.gob.pe*. Recuperado el 22 de Octubre de 2020, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Ancash.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2017). *Distribución del Canon Minero*. Lima: MEF.

- Ministerio de la producción. (2015). *Mypes. Estadísticas de la micro y pequeña*. Lima: Viceministerio de Mype e Industria.
- Municipio incautó colchones, sábanas y almohadas en mal estado a hoteles y hospedajes. (13 de Mayo de 2021). *Radio juliaca , La decana*.
- ondas de Ibagüe. (2017). Incautados colchones de hoteles en mal estado. *Emisoras ondas de Ibagüe*.
- Porter, M. (2017). *Ser competitivo* . Barcelona: Deusto.
- Ramos Mejia, M. (19 de Setiembre de 2018). *La clave del éxito en las organizaciones*. Obtenido de <https://www.grandespymes.com.ar/2018/09/27/las-5-fuerzas-de-porter-clave-para-el-exito-de-la-empresa/>
- Ramos Sánchez, Q. Y. (2016). *Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de las 5 fuerzas de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector construcción, rubro construcción de edificios en el distrito de Huaraz, 2016*. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8611>
- Ricci, M. B. (2016). *Análisis estratégico de las cinco fuerzas de Porter aplicado a la provincia de Córdoba en el ámbito*. Argentina: Universidad Nacional de Villa María. Obtenido de http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=1208
- Rosales Caceres, G. Y. (2016). *Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de las 5 fuerzas de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes (cevicherías) del distrito de Huaraz, 2016*. Huaraz. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/7414>
- RPP noticias. (Junio de 2018). Obtenido de <http://rpp.pe/campanas/branded-content/solo-el-1-de-empresas-en-peru-cuenta-con-sistemas-de-gestion-de-calidad-noticia-977089>
- Rurush Minaya, J. M. (2015). *Caracterización de la comunicación organizacional como herramienta de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro actividades de alojamiento para estancias cortas del distrito de Huaraz, 2015*. Huaraz: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8635>
- Sampiere Hernandez, R. (04 de Abril de 2014). *Metodología y Técnicas de la Investigación*. Obtenido de <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
N°	Actividades	Año 2019				Año 2020				Año 2021				Año 2021				Año 2021		
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller cocurricular		
		Semestre II				Semestre 0				Semestre I				Semestre II				Semestre II		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1.	Elaboración del Proyecto	X																		
2.	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X																	
3.	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X																
4.	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o docente tutor				X															
5.	Mejora del marco teórico					X														
6.	Redacción de la revisión de la literatura						X													
7.	Elaboración del consentimiento informado (*)							X												
8.	Ejecución de la metodología								X											
9.	Resultados de la Investigación									X										
10.	Conclusiones y recomendaciones										X									
11.	Redacción del pre informe de investigación											X								
12.	Reacción del informe final												X							
13.	Aprobación del informe final por el jurado de investigación													X	X					
14.	Presentación de ponencia en eventos científicos															X				
15.	Redacción de artículo científico																X			
16.	Revisión de informe de tesis y artículo científico																	X		
17.	Pre banca																		X	
18.	Sustentación de informe final																			X

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
- Impresiones	0.20	100	20.0
- Fotocopias	0.10	50	5.00
- Empastado	25.00	3	75.0
- Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	500	50.00
- Lapiceros	1.50	5	7.5.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			
Gastos de viaje			
- Pasajes para recolectar información	1.00	12	20.00
Sub total			
Total, de presupuesto desembolsable			227.50
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
- Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
- Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
- Soporte informático (Módulo de investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
- Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
- Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			879.50

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: Consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO ALOJAMIENTO EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021** y es dirigido por Robles Cuentas, Guillermina Gardenia investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los representantes para proponer mejoras en los factores relevantes de las cinco fuerzas de Porter para la gestión de calidad en el rubro alojamientos y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de repositorio Uladech. Si desea, también podrá escribir al correo roblescuentasgardenia@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Carrillo Carbajal, Gyseela Lizbeth

Fecha: 19-01-2021

Correo electrónico: carrillo12@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador
información):

(o encargado de

recoger

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 02106

Anexo 4: Directorio de las mypes del rubro alojamientos.

LICENCIAS EMITIDAS DE HOTEL, HOSTAL, ALOJAMIENTO, HOSPEDAJE - TRAMIFACIL - SUB GERENCIA DE PROMOCION EMPRESARIAL			
N°	NOMBRES Y APELLIDOS/RAZON SOCIAL	ACTIVIDAD	DIRECCION
1	PRUDENCIO BARRETO NOEMI FELICITA	HOSPEDAJE	JIRÓN 28 DE JULIO NRO. 634 A
2	INMOBILIARIA SANTA ADELA SA	HOTEL	AVENIDA RAYMONDI NRO. 903
3	VALENTIN APARICIO TEODORO LUCAS	HOSTAL	AVENIDA 27 DE NOVIEMBRE MZA. 20 LOTE. 3-N
4	HURTADO DIAZ JAVIER ADOLFO	HOSPEDAJE	AVENIDA LAS AMERICAS 106
5	SERVICIOS MULTIPLES GOMEZ E.I.R.L.	HOSPEDAJE	JIRÓN FRANCISCO BOLOGNESI S/N MZ 3-20
6	MALLQUI GUZMAN LUZ ANTONIA	HOSPEDAJE	JIRÓN LLIUYAC TACAYCHIN NRO. 210
7	IRATO DE MORALES MARIA ALEJANDRINA	ALOJAMIENTO	ALAMEDA PARQUE GUARDIA CIVIL NRO. 928
8	TICONA MONTES MARCOS ANTONIO	HOSPEDAJE	AVENIDA AGUSTIN GAMARRA NRO. 640 2 PISO
9	LOPEZ VALENZUELA VIDAL	HOSPEDAJE	PASAJE SAN MARTIN NRO. 466
10	HOTEL VALENCIA E.I.R.L	HOTEL	JIRÓN AGUSTIN LARREA Y LAREDO NRO. 689
11	HOTEL LA JOYA SAC	HOTEL	JIRÓN SAN MARTIN N° 1187
12	FIGUEROA YAURI YENNY TANIA	ALOJAMIENTO	JR. JULIAN DE MORALES N° 687 - 2DO PISO
13	SOTO TRUJILLO ULDARICO	HOSPEDAJE	JR. HUALCAN N° 346
14	INVERSIONES AMERICA S.A.C.	HOTEL	AV. LUZURIAGA N° 479 - 2DO PISO
15	VALENZUELA AGUIRRE LORENZA MARIANA	HOSPEDAJE	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N° 262

16	MENDOZA BRAVO DARIA CRISANTA	HOSPEDAJE	JR. SIMON BOLIVAR N° 540 - 2DO PISO
17	PAJUELO SAAVEDRA FELIX FERNANDO	HOSPEDAJE	JR. 13 DE DICIEMBRE N° 556
18	GUERRA GUTIERREZ REBECA	HOSPEDAJE	JR. CARAZ N° 269 - 2DO PISO
19	HUAYLLACAYAN ALCANTARA PAMELA MERCEDES	HOSPEDAJE	JR. SORIANO INFANTE N° 1165
20	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS MULTIPLES BLAS E.I.R.L.	ALOJAMIENTO	AV. CONFRATERNIDAD INTERNACIONAL OESTE N° 385
21	CAMONES MELGAREJO YOLANDA DINA	HOSTAL	JR. 13 DE DICIEMBRE N° 319
22	SOCIEDAD PERUANA AMERICANA S.R.L.	HOTELERIA	CLLE. JULIO ARGUEDAS N° 1242
23	MINA AZUL SERVICIOS GENERALES S.R.L.	HOTEL	PJ. CHURUP MZ: UNICA LT: 22
24	GUZMAN DE LA CRUZ FLORMIDA HORTENCIA	HOSPEDAJES	JR. CARAZ N° 481 - 2DO PISO
25	PRUDENCIO BARRETO NOEMI FELICITAS	HOSTAL	AV. RAYMONDI N° 907 - CONO ALUVIONICO
26	CORDOVA BARRETO EZEQUIEL ELIAS	HOSPEDAJE	JR. MARISCAL ANDRES AVELINO CACERES N° 418 - ZONA COMERCIAL
27	ALPA-K E.I.R.L.	HOSPEDAJE	PARQUE GINEBRA MZ.UNICA LT.30-B - ZONA COMERCIAL
28	BETETA VELA MARIA ANTONIETA	HOSPEDAJE	JR. HUASCAR N° 615 - MZ.G - CHALLHUA
29	BARRIOS RUIZ EDUARDO MARTIN	HOTEL	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO ARNAO
30	ROSAS TORRES HILDA DARIA	HOSPEDAJE	JR. CAJAMARCA N° 361 - 3ER Y 4TO PISO - CONO ALUVIONICO
31	EVARISTO BARTOLO MARIO FELISION	HOSPEDAJE	PJE. JOSE DE LAMAR N° 444 - 2DO PISO Y 3ER PISO - HUARUPAMPA

32	EMPRESA HOTELERA VALENCIA II EIRL	HOTEL	JR. JOSE DE SAN MARTIN N° 480 - HUARUPAMPA
33	CACHA FLORES BENJAMIN BALBINO	HOSPEDAJE	JR.SAN CRISTOBAL - PJE. NN 08 N° 230 - CONO ALUVIONICO
34	TRANSPORTE HENOSTROZA E.I.R.L.	HOSPEDAJE	JR. JOSE CARLOS MARIATEGUI N° 123 MZ.179 LT.16 - VILLON ALTO
35	GUZMAN DE LA CRUZ FLORMIDA HORTENCIA	HOSPEDAJE	JR. HUALCAN N° 242 - 3ER Y 4TO PISO - CONO ALUVIONICO
36	HOSPEDAJE BARCELONA S.R.L.	HOSPEDAJE	AV. ANTONIO RAYMONDI N° 612 - ZONA COMERCIAL
37	HILARIO GARCIA JUAN DE SAHAGUN	ALOJAMIENTO	PRL. CARAZ N° 1013 - CONO ALUVIONICO -
38	HOSTAL PARAISO AZUL S.A.C.	HOSTAL	AV. LUZURIAGA N° 482 - 2DO PISO - ZONA COMERCIAL
39	MULTISERVICIOS KYM & JR S.A.C.	HOSPEDAJE	JR. LAS TRINITARIAS N° 272 - 1ER Y 2DO PISO - VILLON ALTO
40	MORAN PAUCAR NELYDA LINDA	ALOJAMIENTO	PJE. MARISCAL ANDRES AVELINO CACERES N° 163 - MZ.B LT.03 - 1ER Y 2DO PISO - ROSAS PAMPA
41	LA CASA DE AZARELA E.I.R.L.	ALOJAMIENTO	JR. JULIO ARGUEDAS N° 1263 - 2DO PISO Y 3ER PISO - SOLEDAD BAJA
42	RIMAC MELGAREJO OLINDA MARTRHA	HOSPEDAJE	PROL. ALBERTO GRIDILLA N° 408 - ROSAS PAMPA
43	SERVICIOS GENERALES JHYRE E.I.R.L.	HOTEL	AV. AGUSTIN GAMARRA N° 600 - ZONA COMERCIAL
44	CORPORACION EL RAPIDO E.I.R.L.	HOSTAL	JR. MARISCAL ANDRES AVELINO CACERES N° 321 - HUARUPAMPA
45	ROSARIO DE LA CRUZ VENCESLAO VITALIANO	HOSPEDAJE	AV. ANTONIO RAYMONDI N° 510 - 2DO Y 3ER PISO - ZONA COMERCIAL
46	CABELLO DURAND LEONCIO N° 1020 – HUARUPAMPA	HOSPEDAJE	JR. JOSE DE SAN MARTIN N° 1020 - HUARUPAMPA
47	MONKEYWASI HOSPEDAJE EIRL	HOSPEDAJE ALOJAMIENTO	JR. AGUSTIN MEJIA N° 797
48	CRUZ LAZARO JORGE PATRICIO	ALOJAMIENTO	AV. 27 DENOVIEMBRE N° 146 PARQUE LOS INCAS

49	TARAZONA CADILLO HENRY ROLANDO	ALOJAMIENTO	JR 13 DE DICIEMBRE N°845 ZONA COMERCIAL
50	LOPEZ PADILLA BERTHA	HOTELERIA	JR JUAN DE LA CRUZ ROMERO N° 662 HUARUPAMPA
51	LINO CASTILLO CESAR LEONEL	ALOJAMIENTO	JR 27 DE NOVIEMBRE N° 138 ZONA COMERCIAL
52	POMA ROBLES DANTE ALEJANDRO	HOSTAL	JR HUALCAN N° 252 2DO Y 3ER PISO
53	EMPRESA HOTELERA GOLDEN EIRL	HOSTAL	JR LUCAR Y TORRE N° 416
54	BARRETO CUISANO ANA MARIA	HOSTAL	JR 28 DE JULIO N° 634
55	NEGOCIOS COLPER EIRL	ALOJAMIENTO	JR JOSE DE SUCRE N° 1044
56	MENDOZA RAMOS ALEJANDRO	HOTELERIA	JR DIEGO FERRER N° 461
57	ROMERO RAMIREZ GUADALUPE TEOFILA	HOSPEDAJE	AV LAS AMERICAS N° 378 2DO Y 3ER PISO SAN FRANCISCO
58	DIVERINVER EIRL	HOSPEDAJE	PSJ ANTONIO ALBA BARRENECHEA N° 462-B
59	HOSTAL SHUMAQ EIRL	HOSTAL	JR TRINITARIAS N°272
60	PAUCAR BERNUY ELIAS ISAIAS	HOSPEDAJE	JR SIMON BOLIVAR N° 534 2DO PISO
61	ROSS GALY E.I.R.L.	HOSPEDAJE	JR. ALEJANDRO M. VILLANUEVA N° 1467
62	HINOSTROZA MILLA HUMBERTO RAYMUNDO	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO A CORTO PLAZO	PSJE N N 216 N° 134
63	COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES DEL CENTRO LTDA	RESTAURANTE/H OTEL	AV AGUSTIN GAMARRA N° 690
64	SALINAS GALLARDO ARNULFO FREDY	ENSEÑANZA HOTELERIA GASTRONOMIA EDUCACION	AV MARISCAL TORIBIO DE LUZURIAGA N° 642 3ER PISO
65	HOSTAL CESAR'S SRL	HOSTAL	JR 13 DE DICIEMBRE N° 756
66	CORPORACION JAIMAR SRL	HOSTAL/RESTAU RANTE	JR FEDERICO SAL Y ROSAS N° 820

67	GONZALES RAMIREZ AMELIA ESMERALDA	HOSPEDAJE	JR GABINO URIBE N° 633 BELEN
68	CORDOVA BARRETO EZEQUIEL ELIAS	HOSPEDAJE	JR MANUEL VILLARAN LOLI N° 476
69	HOTEL CUNA DE ORO SAC	HOTEL	PSJ. JULIAN DE MORALES MZ. 20 LT. 41 DEL 2DO PISO AL 5TO PISO
70	MENDOZA DE DIAZ NELLY ALEJANDRINA	CASA ALOJAMIENTO	JR 28 DE JULIO N° 850
71	RECREO TRAPICAL LA COLINA SRL	HOTEL	JR JUAN BAUTISTA N° 827 2DO PISO
72	RODRIGUEZ FLORES MIRLA MILADY	ALOJAMIENTO	JR RAMIREZ LUNA N° 610 1ER Y 2DO PISO
73	ORTIZ GABINO ANTONIO AGUSTIN	ALOJAMIENTO	AV ANTONIO RAYMONDI N° 407 1ER Y 2DO PISO
74	ALEJO ALEJO RAUL LORENZO	HOTEL	CALLE SEBASTIAN BEAS N° 837 2DO 3ER 4TO PISO
75	LAS TEJAS HOTEL PERU EIRL	HOTEL	JR MARISCAL ANDRES AVELINO CACERES N° 328
76	INVERSIONES TURISTICAS "LA BRASA RED EIRL"	RESTAURANT/HO TEL	AV MARISCAL TORIBIO DE LUZURIAGA N° 915 DEL 1RO AL 5TO PISO
77	VICTOR LUCIO CORREA VARGAS	HOTEL/RESTAUR ANT/SALON DE EVENTOS	CARRETERA HUARAZ PATIVILCA S/N° KM 1,7
78	VERDE SANCHEZ, EDITH.	HOSTAL.	JR. 27 DE NOVIEMBRE N° 533.
79	GONZALES DEPAZ, MIREYA YENY.	ENSEÑANZA PRE PRIMARIA Y PRIMARIA SERVICIOS SOCIALES EN ALOJAMIENTO.	PSJE. HERMENEGILDO DEL RIO N° 564- SAN FRANCISCO.
80	GRUPO JAMRO'S S.A.C	HOSPEDAJE.	PSJE. SAN MARTIN N° 484.
81	BARRON DE MEZA, BAUDILIA.	ALOJAMIENTO	JR. LUCAR Y TORRE N°538- 2doY 3er PISO.
82	INVERSIONES HOTELERA Y TURISMO S.A.C	HOSPEDAJE.	AV. MARISCAL TORIBIO DE LUZURIAGA N°407 2do PISO.

83	SERVICIOS MULTIPLES GOMEZ E.I.R.L.	HOSPEDAJE	PJ.JULIAN DE MORALES N.321 HUARUPAMPA
84	HOTEL CHAVIN SEÑORIAL.	HOTEL.	JR. SAN MARTIN N° 873 ZONA COMERCIL.
85	LOPEZ LAZARO ISABEL.	HOSPEDAJE	JR. MARISCAL CACERES N° 353 - 2DO PISO HUARUPAMPA
86	KAQUI GOMEZ DANY NELVIN.	HOSPEDAJE.	PJ.NN 16(BOLOGNESI) S/N MZ:30 LT:25 HUARUPAMPA.
87	FIGUEROA MORALES MARIA ELENA.	CASA ALOJAMIENTO.	AV. CONFRAT. INTER. OESTE (PJ. NN13) N°122-INT.B-MZ:C34 LT.14
88	GAMARRA SALAZAR HUGO RAUL.	HOSPEDAJE.	PJ. NN 06 MZ: C-28 LT: 13 - 1°,2°Y 3°PISO HUARUPAMAPA.
89	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISTICOS SUIZA PERUANA S.R.L.	HOTEL.	JR. FEDERICO SAL Y ROSAS N° 843 BELEN
90	PAUCAR PEREZ GERADO BENJAMIN	HOSTAL	JR. JULIAN DE MORALES N°543 ZONA COMERCIAL
91	WU YUHUA	HOTEL HIFA	AV. CONFR INTERN OESTE N°586 - 2,3ER PISO ZONA COMERC
92	HOTEL EL RUBI S.A.C	HOSPEDAJE	AV.TORIBIO DE LUZURIAGA N°550 -1°AL 5° PISO
93	Asociación ARCO IRIS	SERVICIOS SOCIALES SIN ALOJAMIENTO N.C.P	JR.CHUNA MARA N°298 BELLAVISTA
94	VERDE SANCHEZ ELIZABETH	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO A CORTO PLAZO – HOSTAL	PSJ. BOLOGNESI N°350 - HUARUPAMPA
95	ONCOY LA ROSA ANA MARIA	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO A CORTO PLAZO/ALOJAMIENTO	JIRON SAN ANTONIO 1ER, 2DO Y 3ER PISO- MZ: D LT- 01 - AVITENTEL
96	FIRST CLASS HUARAZ EIRL	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO A CORTO PLAZO/HOSPEDAJE	JIRON JUAN BAUTISTA 2° PISO N° 847 ZONA COMERCIAL

97	LIN QISHUENG	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO A CORTO PLAZO/HOTEL	JIRON LUCAR Y TORRE 3° Y 4° PISO N° 446 ZONA COMERCIAL
98	CACHA AGUILAR FLORIANA LUZMILA	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO A CORTO PLAZO/HOSPEDAJE	AVENIDA PEDRO PABLO ATUSPARIA 2°, 3° Y 4° PISO S/N MZ; A LT; 172; VILLON ALTO
99	CERNA LEON ROSARIO MARCELINA	HOTEL	PROLONGACION CARAZ 2DO PISO 1115 CONO ALUVIONICO ESTE
100	HOSTAL MIRADOR ANDINO E.I.R.L.	AVTIDADES DE ALOJAMIENTO A CORTO PLAZO	PASAJE MOISES CASTILLOM VILLANUEVA 1, 2 Y 3ERO PISO N°985-SOLEDAD BAJA
101	CHAUCA FIGUEROA VIDAL FERNANDO	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO A CORTO PLAZO	JIRON ANDRES ROMON MEJIA 1° Y 2° PISO N°716 SOLEDAD BAJA

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos



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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas con el propósito de desarrollar el trabajo de investigación titulado: **Propuesta de mejora de los factores relevantes de las 5 fuerzas de Porter para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro alojamiento en la ciudad de Huaraz, 2021.** Para obtener el título profesional en administración. Se le agradece anticipadamente por la información que usted proporcione.

INTRUCCIONES:

Se presente un conjunto de 21 ítems, los cuales miden las dimensiones de las cinco fuerzas de Porter para mejorar la calidad en el rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

DATOS GENERALES LOS REPRESENTANTES EN LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

2. **¿Qué edad tiene?**
 - a) 18 - 30 años
 - b) 31 - 50 años
 - c) 51 a más años
3. **¿Cuál es su género?**
 - a) Masculino
 - b) Femenino
4. **¿Cuál es su grado de instrucción?**
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Superior universitario
5. **¿Qué cargo usted desempeña en su empresa?**
 - a) Gerente
 - b) Administrador
 - c) Dueño
6. **¿Cuánto tiempo usted desempeña en el cargo?**
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) a más años
7. **¿Qué tiempo de permanencia tiene su empresa en el mercado?**
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años
8. **¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?**
 - a) 1 a 5 trabajadores
 - b) 6 a 10 trabajadores
 - c) 7 a más trabajadores

9. **¿Qué tipo de personas trabajan en su empresa?**
 - a) Familiares
 - b) Personas no familiares
10. **¿Cuál es su objetivo de creación?**
 - a) Generar ganancia
 - b) Subsistencia

REFERENTE A LAS CARACTERISTICAS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

11. **¿Analiza la situación actual en su empresa para determinar causas y efectos que repercuten?**
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
12. **¿Planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa?**
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
13. **¿Efectúa cambios y soluciones para su empresa en sus actividades?**
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
14. **¿Mide los resultados obtenidos durante el proceso de su empresa?**
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca

15. **¿Mediante la capacitación del personal implementa el plan de mejora para su empresa?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca
16. **¿Usted documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca

REFERENTE A LAS CARACTERISTICAS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

17. **¿Cree usted que el costo es importante para el cliente?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca
18. **¿Usted para determinar su precio de servicio, primero costea en todo lo que ha gastado?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca
19. **¿Cree usted que las variedades de precios va influir a los clientes?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca
20. **¿La existencia de competencia crece cada día más usted busca mejorar?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca
21. **¿Cree las empresas del mismo rubro son amenaza en el mercado?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca
22. **¿Usted realiza información de promociones en su empresa lo que ofrece ya sea su producto o servicio?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca
23. **¿Usted cree que los competidores de su rubro es importante tener en cuenta?**
a) Siempre
b) A veces
c) Nunca

Figuras

Tabla 1

Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas

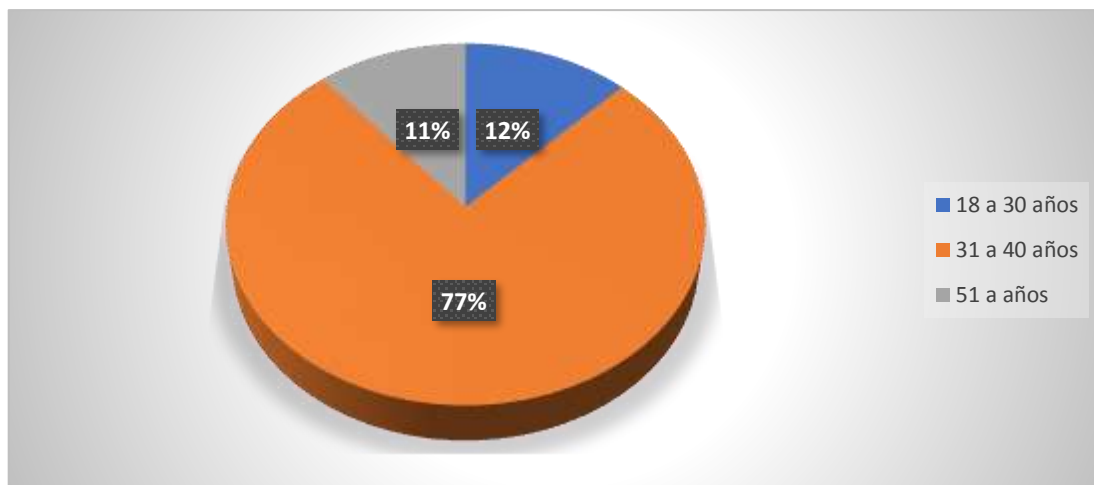


Figura 1. Edad de los representantes

Fuente. Tabla 1

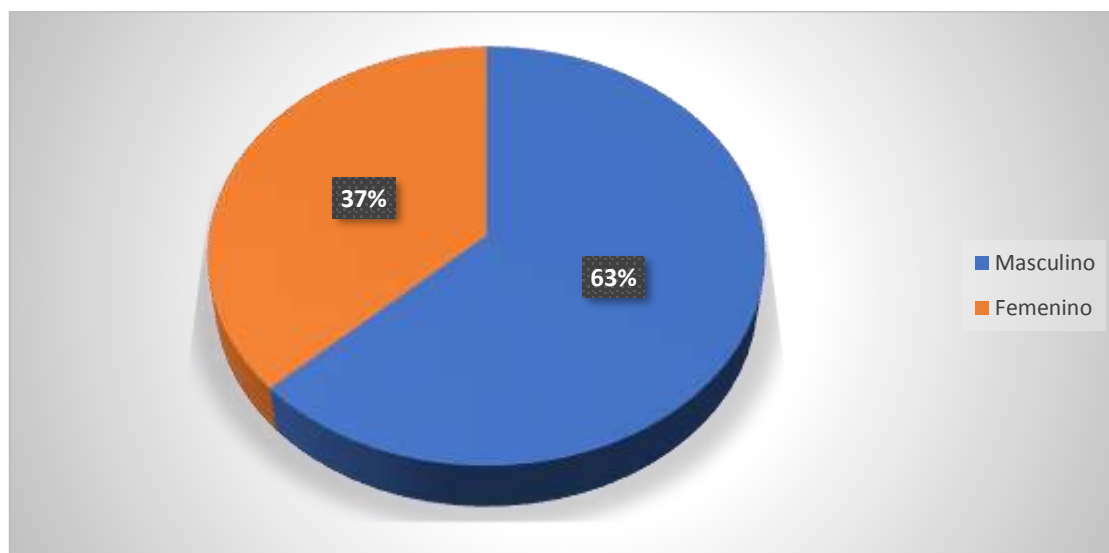


Figura 2. Género de los representantes

Fuente. Tabla 1

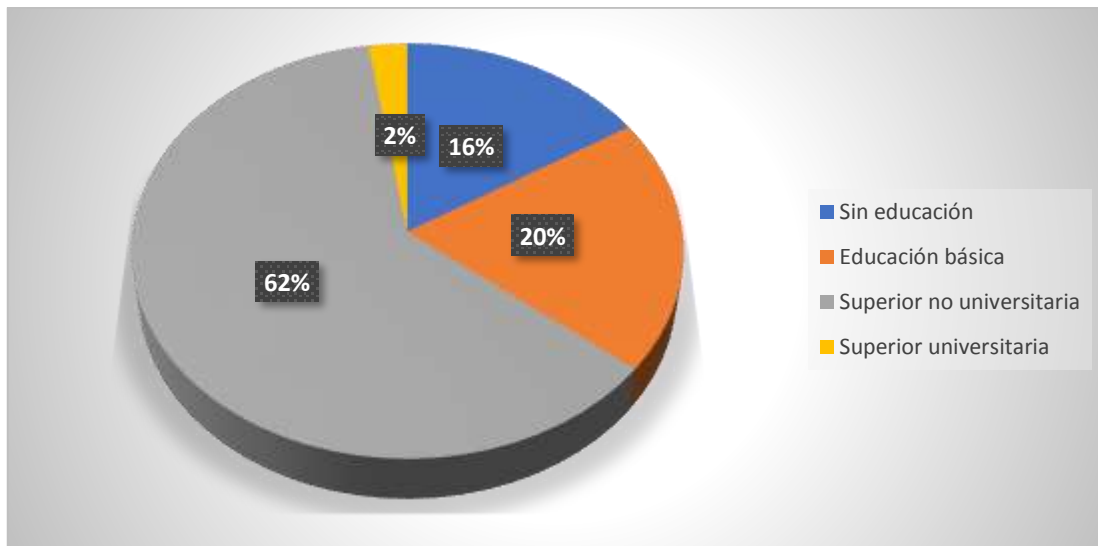


Figura 3. Grado de Instrucción

Fuente. Tabla 1

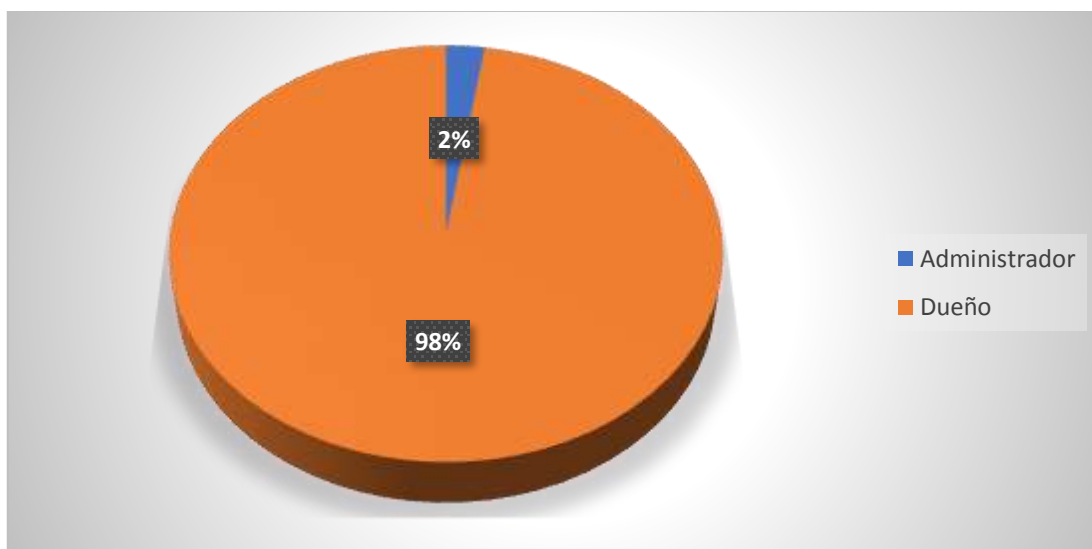


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

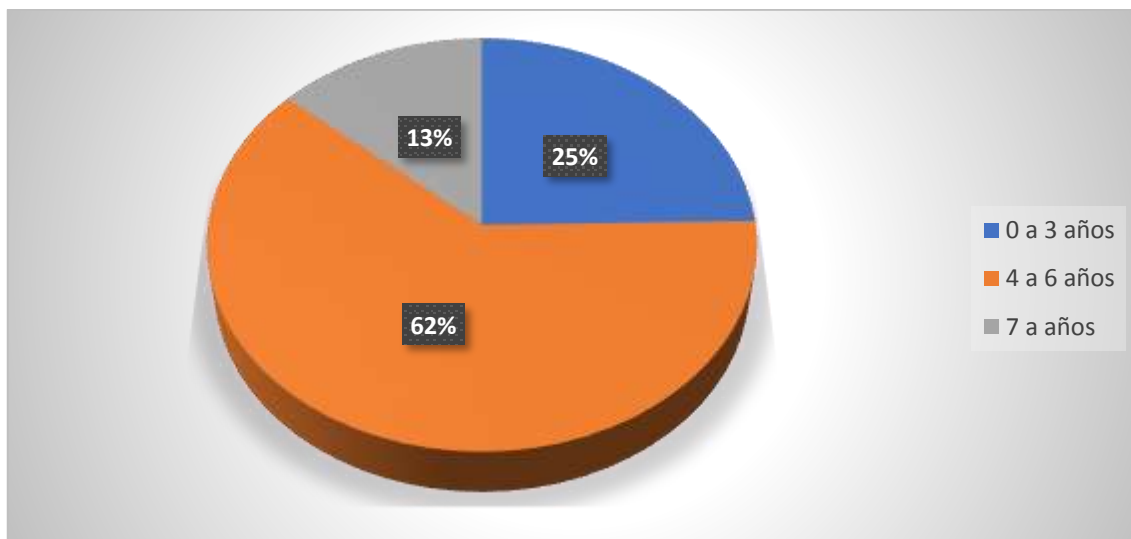


Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo

Fuente. Tabla 1

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos en la ciudad de Huaraz, 2021.

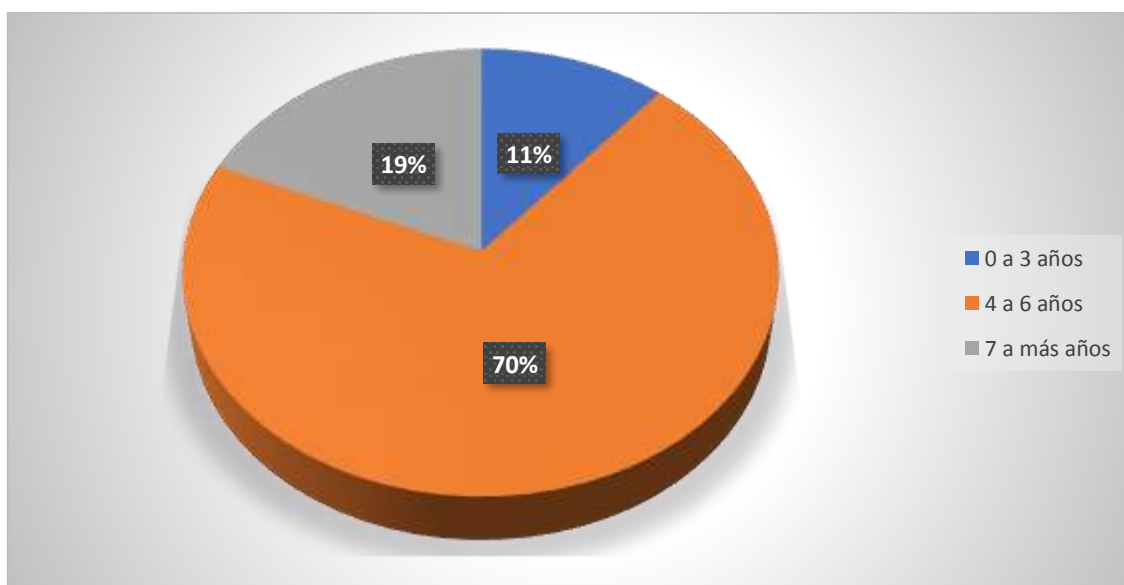


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 2

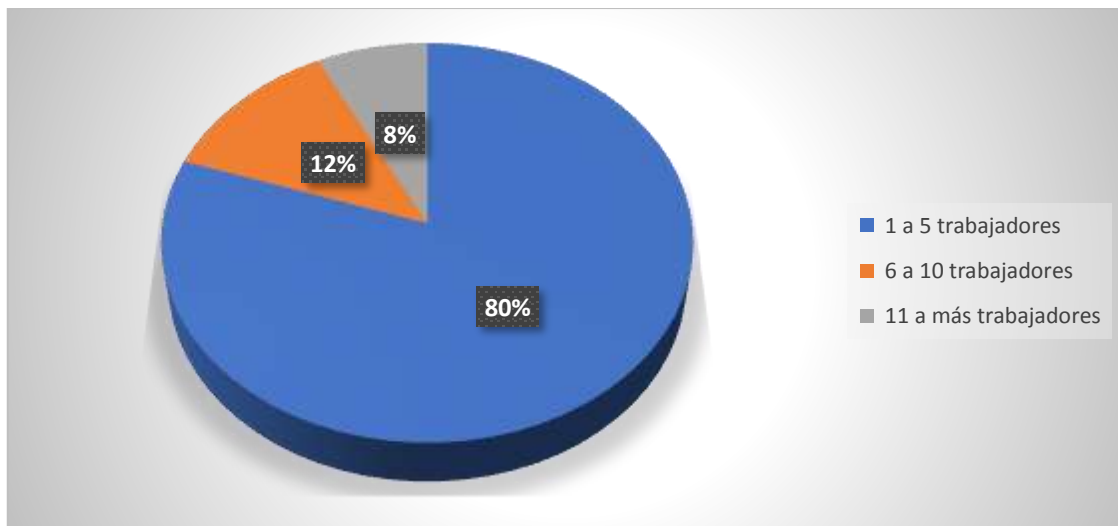


Figura 7. Número de Trabajadores

Fuente. Tabla 2

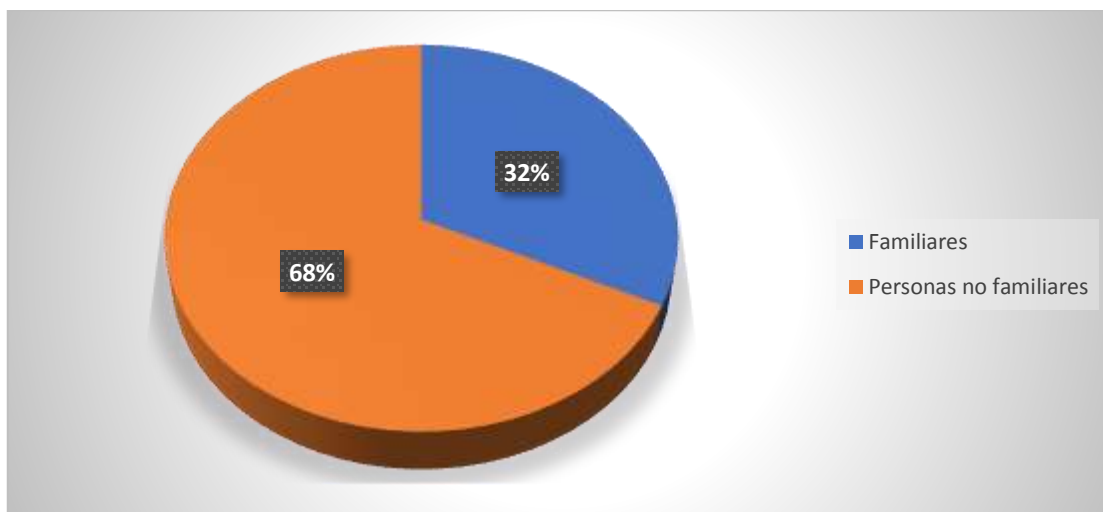


Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa

Fuente. Tabla 2

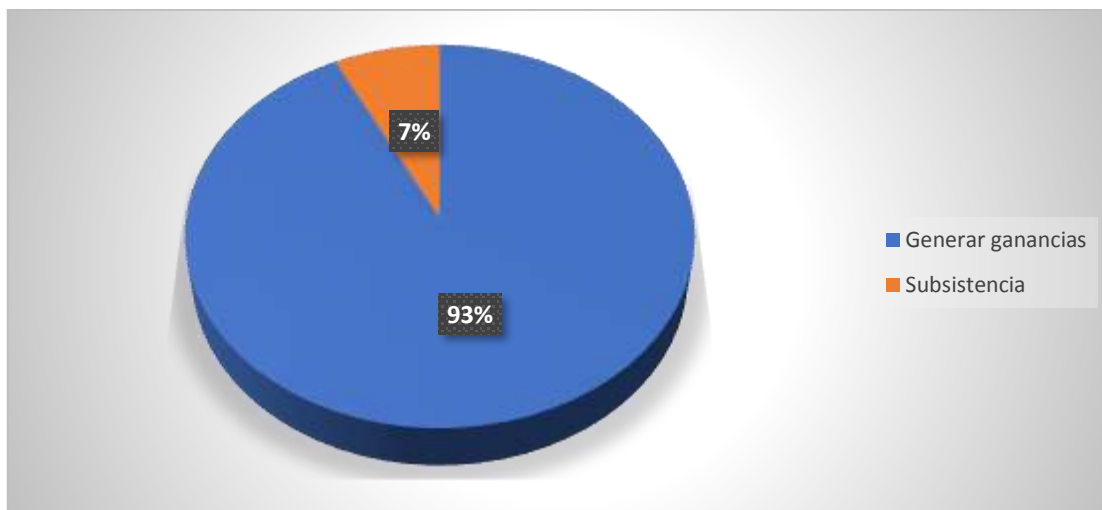


Figura 9. Objetivos de creación

Fuente. Tabla 2

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Huaraz, 2021.

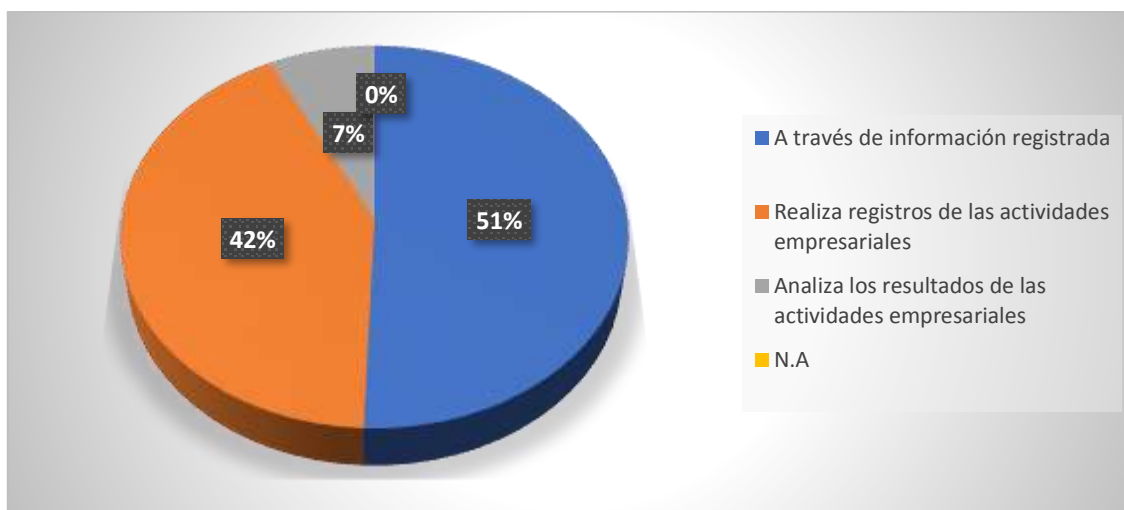


Figura 10. Análisis de la situación de empresa

Fuente. Tabla 3

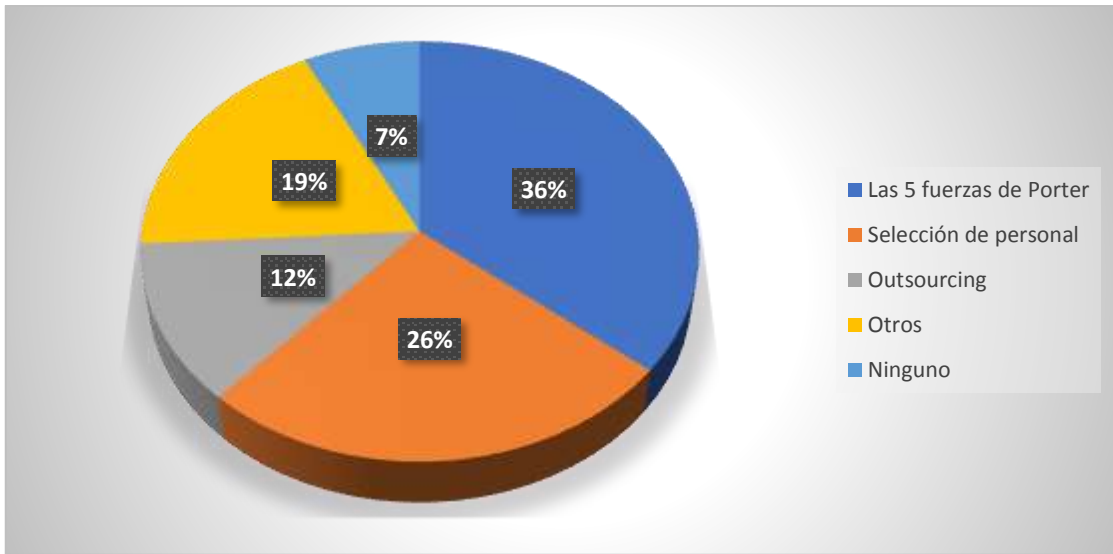


Figura 11. Técnicas modernas de la Gestión de la Calidad

Fuente. Tabla 3

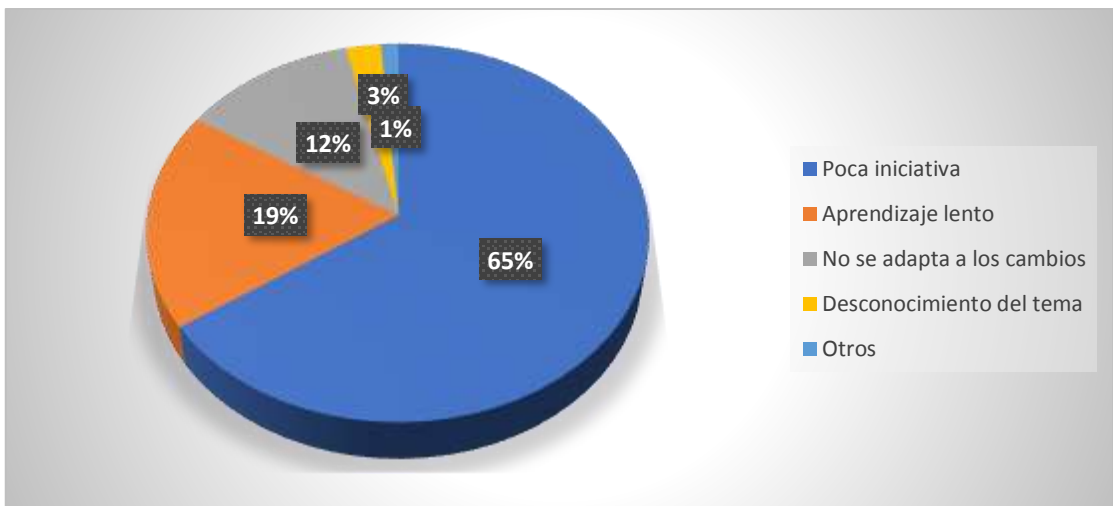


Figura 12. Dificultad para implementar la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

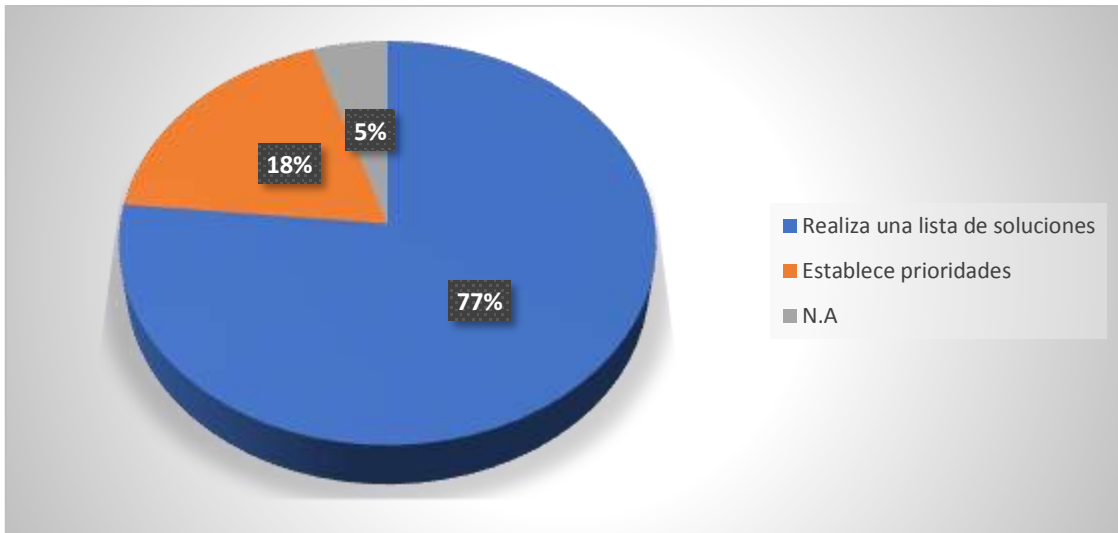


Figura 13. Si se planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa

Fuente. Tabla 3

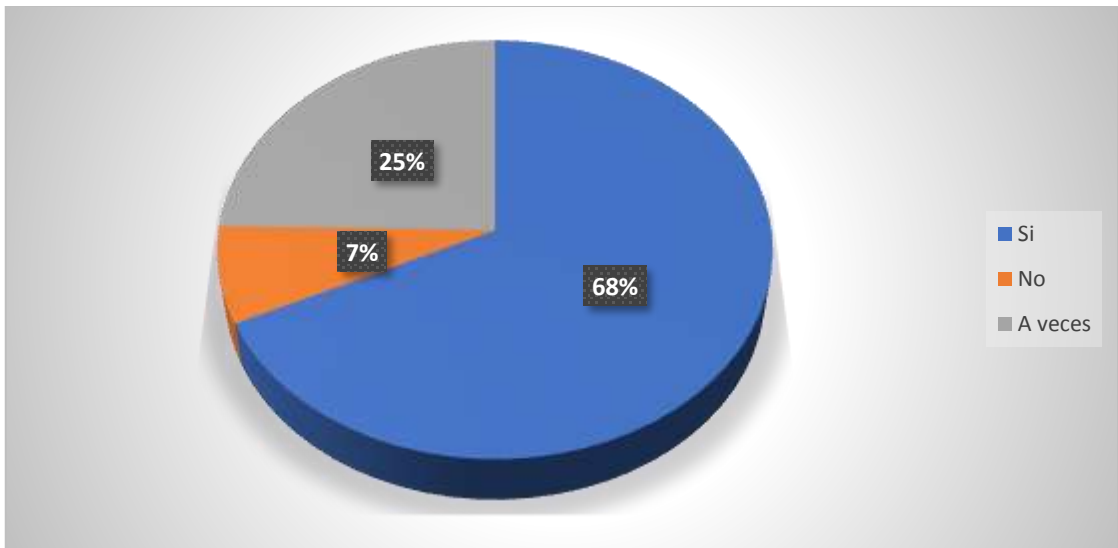


Figura 14. Las 5 fuerzas de Porter ayudarían en mejorar la calidad y control en su empresa

Fuente. Tabla 3

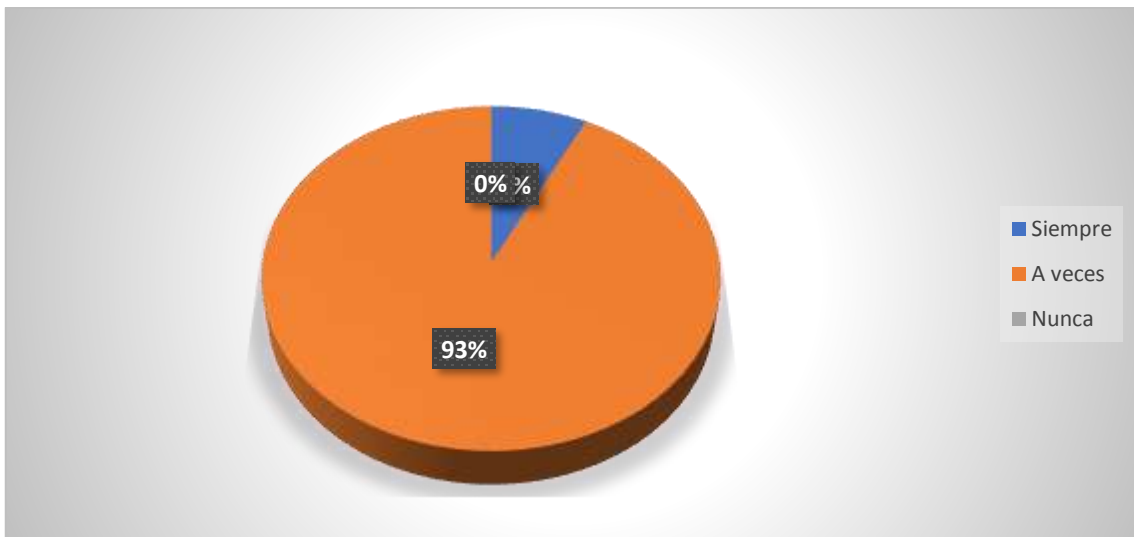


Figura 15. El costo es importante para el cliente

Fuente. Tabla 3

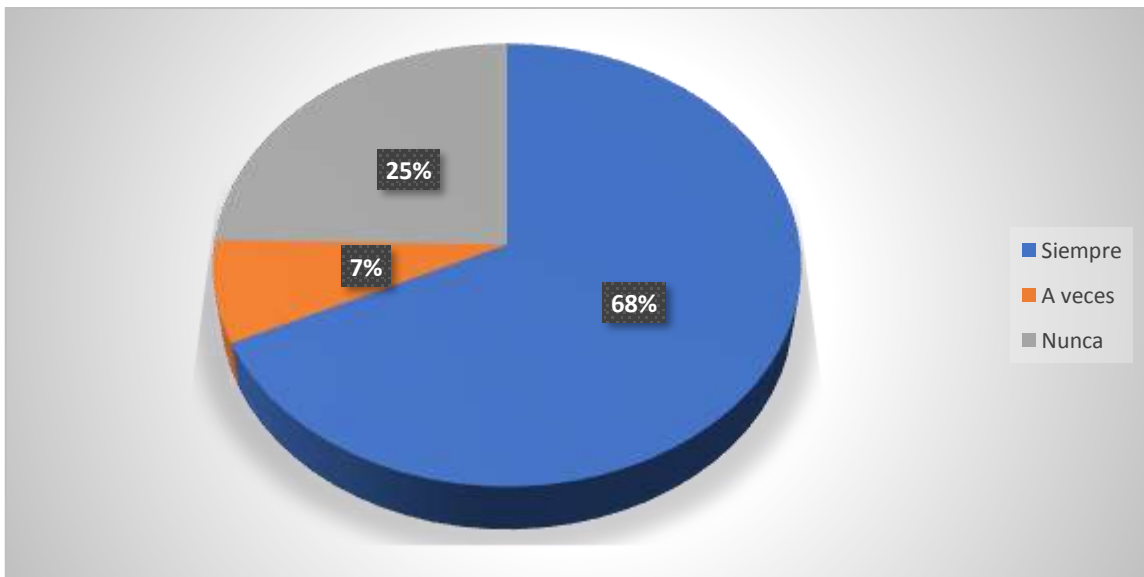


Figura 16. Para determinar su precio de servicio, primero costea en todo lo que ha gastado.

Fuente. Tabla 3

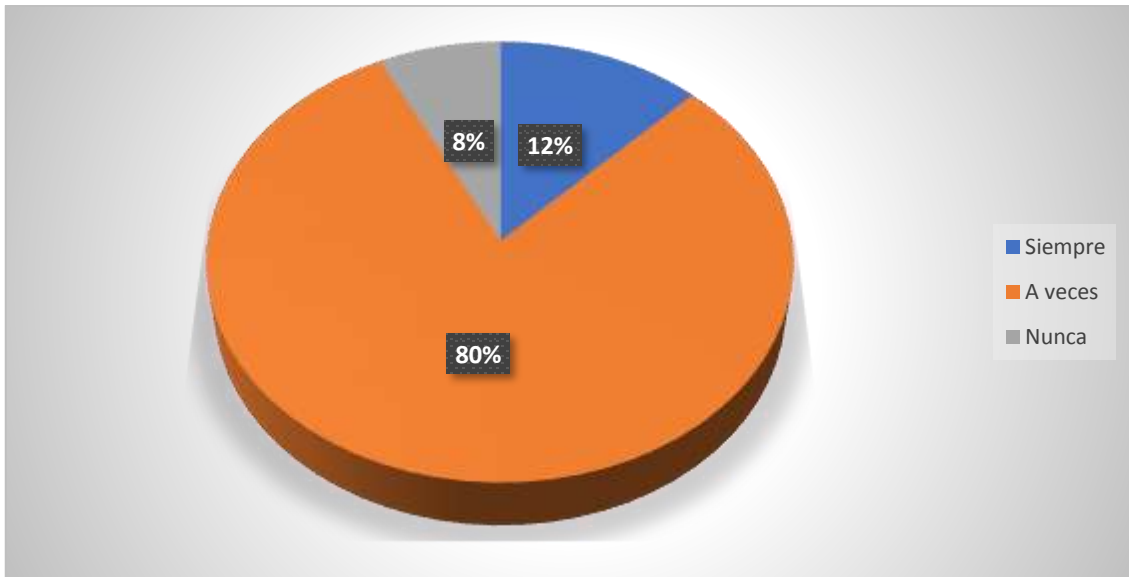


Figura 17. Las variedades de precios va influir a los clientes.

Fuente. Tabla 3

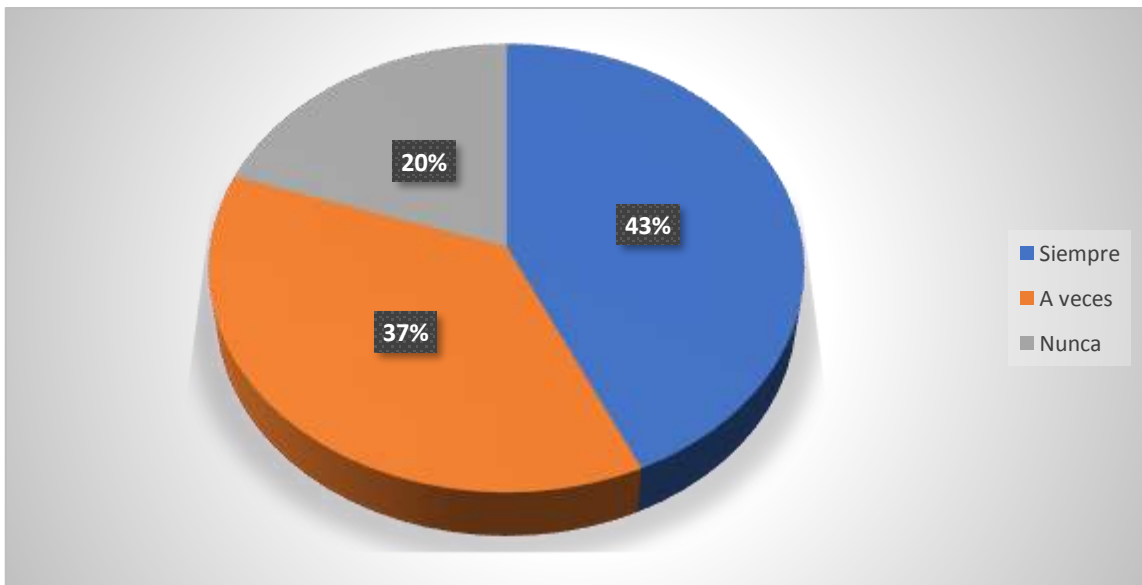


Figura 18. Existencia de competencia crece cada día más usted busca mejorar.

Fuente. Tabla 3

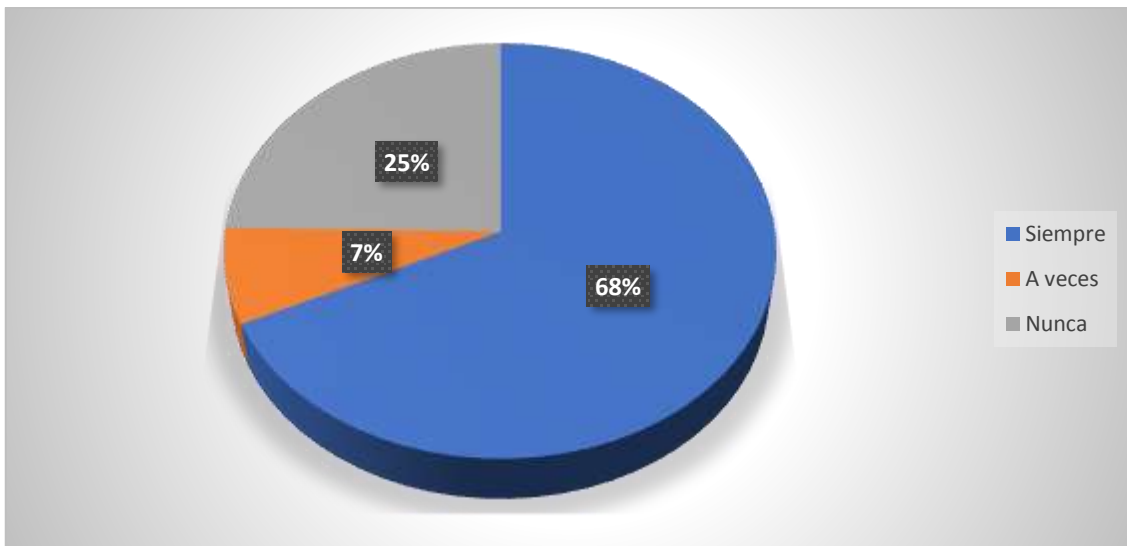


Figura 19. Empresas del mismo rubro son amenaza en el mercado.

Fuente. Tabla 3

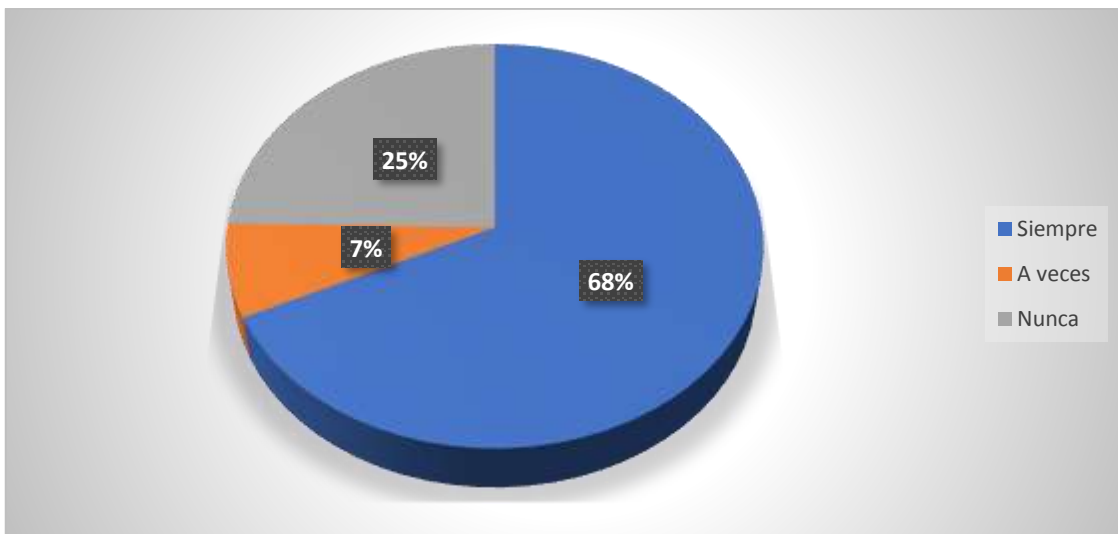


Figura 20. Realiza información de promociones en su empresa lo que ofrece ya sea su producto o servicio.

Fuente. Tabla 3

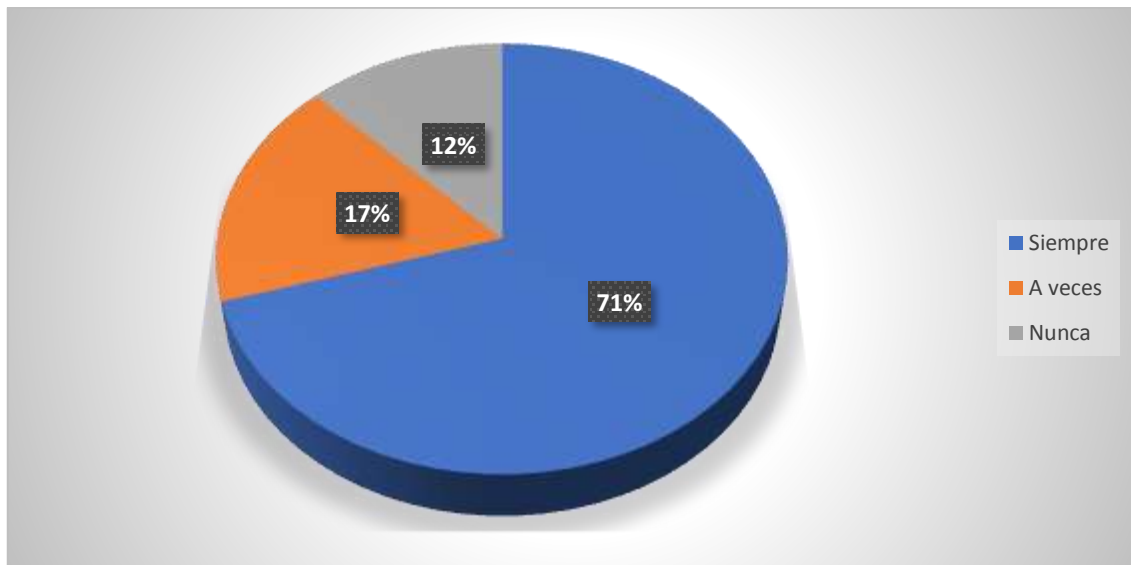


Figura 21. Los competidores de su rubro es importante tener en cuenta.

Fuente. Tabla 3