

---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE LAS  
VENTAJAS COMPETITIVAS EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,  
RUBRO ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO, EN LA  
PROVINCIA DE HUARAZ, 2017

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

**AUTOR**

OLIVO RETUERTO, GIANMARCO JUVER  
ORCID: 0000-0002-8786-683X

**ASESORA**

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA  
ORCID: 0000-0001-9618-6177

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Olivo Retuerto, Gianmarco Juver

ORCID: 0000-0002-8786-683X

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

Perú

### **ASESORA**

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Chimbote,

Perú

### **JURADO**

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000- 0002-5746-9374

Mgr. Limo Vásquez, Miguel Angel

ORCID: 0000- 0002-7575-3571

Mgr. Cerna Izaguirre , Julio César

ORCID: 0000 -0002-5471- 4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000- 0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000- 0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000 -0002-5471- 4549

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

## **AGRADECIMIENTO**

Ante mano agradecer a Dios por la fuerza espiritual que me dio para poder culminar mi proyecto y mi carrera, así mismo a mis queridos padres el único motor y motivo para verme motivado a seguir luchando por obtener mi objetivo y mis deseos.

A mi docente y asesora Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia ya que fue de una gran ayuda con sus conocimientos, me guio, oriento y me dedico su tiempo, y a la universidad por la facilidad y las herramientas que me facilitaron para cumplir mi elaboración de mi proyecto de investigación.

## DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios, por ser el inspirador y el motivo de mi fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres Carmen y Javier por su amor incondicional, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos he podido llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis hermanos y todas las personas cercanas a mí que me han apoyado y han hecho el trabajo se realice con éxito en especial aquellas que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos conmigo

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017. La investigación fue de diseño no experimental- transversal, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 33 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas a través de la técnica de encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 54.55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, el 66.67% son de género masculino, el 60.61% de las micro y pequeñas empresas tienen en el rubro una permanencia de 4 a 6 años, el 54.54% de las micro y pequeñas empresas casi siempre identifica los problemas de Gestión de Calidad en la empresa y el 54.54% no brinda un eficiente servicio al cliente. La investigación concluye que la mayoría de los representantes de la micro y pequeñas empresas están dirigidos por personas universitarias, de sexo masculino que tienen poca permanencia en el rubro, sin embargo los gerentes de las micro y pequeñas empresas identifican los problemas sobre la gestión de calidad pero no planifican opciones de mejora y no brindan un eficiente servicio al cliente, también las micro y pequeñas empresas tienen un segmento demográfico pero no innova sus servicios a comparación de la competencia .

**Palabras clave:** Gestión, microempresas, ventajas competitivas

## **ABSTRACT**

The present research work had as a general objective: Describe the main characteristics of Quality Management under the focus of competitive advantages in micro and small companies in the Services Sector, accommodation activities, in the Province of Huaraz 2017. Research It was of a non-experimental-cross-sectional design, a sample population of 33 micro and small companies was used for the collection of information, to whom a questionnaire of 26 questions was applied through the survey technique obtaining the following results: The 54.55% of the representatives of micro and small businesses are 31 to 50 years old, 66.67% are male, 60.61% of micro and small businesses have a permanence of 4 to 6 years in the field , 54.54% of micro and small companies almost always identify the problems of Quality Management in the company and 54.54% do not provide efficient customer service. The investigation concludes that the majority of the representatives of the micro and small companies are directed by university people, of masculine sex that have little permanence in the heading, nevertheless the managers of the micro and small companies identify the problems on the management of quality but do not plan improvement options and do not provide efficient customer service, also micro and small businesses have a demographic segment but do not innovate their services compared to the competition.

**Keywords:** Quality, microenterprises, competitive advantages

## CONTENIDO

1. Título de tesis.....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o 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 .....	33
IV. Metodología.....	34
4.1. Diseño de la investigación .....	34
4.2. La Población y muestra.....	34
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	36
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	39
4.5. Plan de análisis.....	39
4.6. Matriz de consistencia .....	40
4.7. Principios éticos .....	43
V. Resultados .....	44
5.1. Resultados .....	44
5.2. Análisis de resultados .....	49
VI. Conclusiones.....	60
Aspectos complementarios.....	49
Referencias bibliográficas.....	62
Anexos.....	66

## ÍNDICE DE TABLAS

### **Tablas**

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017..44

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017..... 45

Tabla 3. Característica de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017..... 46

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes .....	77
Figura 2. Género de los representantes .....	77
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes .....	78
Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes .....	78
Figura 5. Tiempo que desempeñan los representantes .....	79
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa .....	79
Figura 7. Número de trabajadores en la empresa.....	80
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa.....	80
Figura 9. Objetivo de creación.....	81
Figura 10. Ingresos promedios mensuales .....	81
Figura 11. Constitución de la empresa.....	82
Figura 12. Identifica los problemas que existen en su empresa.....	82
Figura 13. Identifica el área a mejorar en su empresa.....	83
Figura 14. Planifica opciones de mejora.....	83
Figura 15. Efectúa cambios e implementa soluciones para su empresa .....	84
Figura 16. Controla el cumplimiento de los planes establecidos en su empresa.....	84
Figura 17. Tipo de atención al cliente.....	85
Figura 18. Tipo de servicio que ofrece al cliente .....	85
Figura 19. Brinda una buena orientación al cliente del servicio que ofrece.....	86
Figura 20. Cumple con las expectativas del cliente.....	86
Figura 21. Las características del servicio que ofrece se diferencia.....	87
Figura 22. Tipo de segmento de la empresa.....	87

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 23. Innova los servicios que tiene a comparación de la competencia.....	88
Figura 24. Implementa tecnología en el servicio que ofrece.....	88
Figura 25. Brinda eficientemente los servicios requeridos por el cliente.....	89
Figura 26. Los trabajadores de la empresa están capacitados en cuanto a la innovación de las nuevas tecnologías.....	89

## **I. INTRODUCCIÓN**

En el Perú las empresas cada más vez se van desarrollando e implementando tecnologías y herramientas de innovación que hacen que sean más competitivas y es por eso que lo gerentes de las MYPES opten por buscar la mejora en cuanto implementar nuevas herramientas relacionadas a la gestión de calidad para así poder ofrecer un buen servicio o producto y satisfacer las necesidades del cliente es por eso que el desarrollo de este trabajo de investigación se basa en las ventajas competitivas como enfoque en la gestión de calidad, ya que está considerado como un rol importante en el desarrollo de las diferentes actividades de la sociedad y sobre la exigencia de los consumidores ante un producto o servicio que incrementa con el paso del tiempo es por eso que se da la aplicación de las ventajas competitivas ya que es muy importante para cumplir con el propósito de la empresa frente a las demás.

En el Perú el sector turismo hotelero hay un 99% de empresas de ese rubro que son consideradas como micro y pequeñas empresas de ese modo según la información brindada por el Instituto Nacional de Estadísticas e Informáticas (INEI) dicho sector tuvo un gran aporte en el año 2017 de un 39% aproximadamente del peso bruto interno (PBI) de esa forma genero empleos en un 46% beneficiando así al desarrollo del país y aportando un PBI por año en un 9,7% relacionado a la industria hotelera dando trabajo a más de 1,2 millones de personas. Además según los estudios de la cámara del comercio de Lima el crecimiento del sector hotelero será de un 5% en el 2022 y de esta manera se convertirá en el segundo aporte mayor económico a nivel de región contribuyendo con eso traerá un impacto social ya que el 85% de las MYPES en el Perú son creadores de empleos inclusivos en la sociedad.

El problema en el sector servicio de alojamientos es que la mayoría de las empresas no aplican las herramientas de las ventajas competitivas para mantener su posicionamiento dentro del mercado competidor y obtener la preferencia de los clientes en cuanto a su servicio que les ofrecen ya que todo esto atrae la atención de los posibles clientes a futuro, como es el caso de la más grande cadena hotelera Europea llamada Elia Hotel fundada en los años 60 por el señor Gabriel Julia expandiéndose en los años 80 con 350 alojamientos en diferentes continentes y que actualmente sigue expandiéndose generando así la subsistencia dentro del mercado competitivo y generando beneficios económicos como también promoviendo la cultura del emprendimiento llevando consigo trabajo para las personas del medio en el cual se expande dicha empresa hotelera.

En el ámbito internacional en la industria hotelera existen problemas por parte de la globalización que hace que las empresas busquen nuevas formas de comercialización y muchas empresas hoteleras dejan de prestar servicios y de esa forma dejan de existir para eso las empresas usan cada vez nuevas estrategias es el caso de la más grande empresa hotelera Europea Melia Hotel que hizo su aparición por primera vez en los años 60 y a medida que paso el tiempo con el uso de la herramientas de las ventajas competitivas logro posicionarse como líder en el mercado y manteniendo su posicionamiento empezó a expandirse es así que en los años 80 logro abrir una serie de cadenas hoteleras a nivel internacional con más de 350 hoteles en diferentes países de 4 continentes actualmente sigue en desarrollo y es reconocida como una gran empresa de alojamientos hoteleros.

En el ámbito nacional el Hotel Westin Lima Hotel es reconocido como el segundo edificio más alto en el Perú inaugurado en el año 2011, el hotel emplea las herramientas de las ventajas competitivas obteniendo beneficios de una posición de un 50% en 1 año con un promedio de estudio de 10 años en un 70% dentro del mercado nacional con la inversión de US\$ 5 millones llegando a ser preferido por los turistas internacionales en un 80%. En el ámbito local se encuentra el Tumi como uno de los alojamientos más preferidos y bien posicionado dentro del mercado competitivo ubicado en la provincia de Huaraz con una inversión de US\$ 2 millones usando estrategias en ventajas competitivas para traer mayores beneficios no solo para la empresa sino también para los clientes de segmento quienes optan por elegirlos.

La técnica administrativa de la ventaja competitiva se ha convertido en una herramienta fundamental para la estrategia de las empresas quienes tienen como objetivo de creación generar ganancias y subsistir en el mercado y posicionarse dentro de ella, para eso para un correcto desarrollo se debe aplicar el correcto uso de las herramientas gestionando los recursos de manera correcta, ser coordinados y adecuarse a la vanguardia de la tecnología actual, llevar una capacidad de organización y dirección de esa forma la empresa tiene que tener una rápida respuesta frente a la competencia ya que de ello depende su posición, su ganancia y su subsistencia (Porter, 2013, p. 47).

En la provincia de Huaraz se desarrolla un gran impacto turístico la cual hace que los representantes de los distintos alojamientos empleen distintas herramientas competitivas para atraer a los clientes darles a conocer la variedad del servicio que ofrecen, los precios y brindarles la atención correspondiente diferenciándose a si unos

de otros ya que no todos los alojamientos no brindan una misma atención de esa forma buscan una ventaja competitiva dentro del mercado a razón de ello muchas empresas de alojamientos dejan de existir o se mantienen en el olvido dichos problemas son el tipo de atención y servicio que se brinda al cliente, si se les da una buena orientación del servicio que ofrecen, si cumplen con las expectativas, que tipo de segmento tienen y cuáles son las características que hace que se diferencien de la competencia . Por lo tanto se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017.

Para alcanzar el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017. Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017.

La investigación se justifica porque permite generar una reflexión en los dueños y/o administradores de los diferentes alojamientos referente a la técnica administrativa de la ventaja competitiva ya que de eso depende su correcto desarrollo, rentabilidad, subsistencia y de tal forma que también puedan conocer mejoras en tema de gestión de calidad para tener éxito frente a la competencia, aumentar su preferencia por los clientes satisfaciendo sus necesidades, posicionarse en el mercado y diferenciarse de la competencia, además se justifica porque permitió estudiar la problemática que existen en las micro y pequeñas empresas para que de esa forma también sean beneficiadas dándoles a conocer posibles soluciones, mejoras y recomendaciones para que puedan aplicar de forma correcta la técnica administrativa y obtengan mejores resultados para su empresa finalmente se justifica porque servirá como base para realizar otras investigaciones futuras.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental- transversal-descriptivo, fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente la variable de la gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas; fue transversal porque el estudio de investigación se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente en el año 2017 y fue descriptivo porque solo se describió las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas.

Asimismo para el recojo de información se utilizó una población muestral de 33 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 26 preguntas: las primeras 5 preguntas están referidas a los datos de las características

de los representantes de las micro y pequeñas empresas; las 7 siguientes están referidas a la características de las micro y pequeñas empresas y finalmente las 14 preguntas están referidas a cerca de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas a través de la técnica de la encuesta.

Obteniendo los siguientes resultados el 54.55% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen un promedio de edad de 31 a 50 años, el 66.67% son del género masculino, el 48.48% tiene un grado de instrucción de superior universitaria, el 60.61% de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 4 a 6 años, su objetivo de creación es generar ganancias, el 54.54% casi siempre identifica los problemas de gestión de calidad que existen en la empresa, el 51.52% no planifica opciones de mejora, el 42.42% brinda una atención presencial frente a la competencia obteniendo así una ventaja competitiva. La investigación concluye que la gran mayoría de los negocios tienen al mando a personas innovadoras son del género masculino que no tienen mucho tiempo en la permanencia del mercado, sin embargo, tienen conocimientos acerca de la gestión de calidad y ventajas competitivas, considerando que la aplican de una manera correcta pero solo lo hacen de una forma empírica, sirviéndoles como apoyo para mejorar la rentabilidad de las empresa y de esta manera lograr el éxito en el mercado competitivo.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### Antecedentes Internacionales

Herrera (2013) en su tesis *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa*. Tuvo como objetivo general: Mejorar el funcionamiento interno e incrementar las ventas de la empresa Refaccionaria Master motor, a través de la implantación de un sistema de gestión de la calidad con base en la norma ISO 9001:2000. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Mejorar el funcionamiento interno de la organización con base en la norma ISO 9001:2000. Estandarizar los procesos. Eliminar las deficiencias en la comunicación. Incrementar la satisfacción de los clientes de manera permanente. Reposicionar a la empresa en el mercado. Establecer una cultura de calidad en la empresa. La investigación fue de diseño El método utilizado, fue con un tipo de estudio, exploratorio y descriptivo, ya que era necesario conocer detalladamente el funcionamiento de la organización y así poder relacionar algunas variables. Este estudio se caracteriza también, por ser prospectivo y longitudinal, se aplicó un cuestionario de 11 preguntas: Obteniendo los siguientes resultados Los resultados se analizaron con base en la norma ISO 9001:2000, posteriormente se identificaron las variables que impactan de manera negativa a la organización y que están relacionadas con el descenso de ventas: El 41% de las personas entrevistadas fueron jefes o encargados, el 53% tienen un nivel académico de bachillerato, el 45% tienen una experiencia laboral de 11 a 15 años, el 42% tiene un tiempo de antigüedad de 21 a más años, el 72% cuenta con 1 a 3 empleados, el 41% cuentan con 6 a 10 empleados, el 41% considera que necesita una mejora en la empresa, el 54% consideran que la ubicación de la empresa es fundamental para su,

el 92% identifica y planea las actividades de su empresa, el 41% brinda una buena atención al cliente, el 61% realiza acciones para los problemas de gestión de calidad, el 61% brinda capacitación a sus empleados, el 63% controla a sus empleados mediante una supervisión, el 100% brinda una orientación adecuada a cliente. La investigación concluye: la mayoría de las empresas determina que las debilidades de la organización se centran en el tipo de gestión, ya que, se tienen deficiencias en el proceso administrativo que es utilizado actualmente, estas se observan específicamente en las etapas de planeación, organización, dirección, control y personal.

Celada (2014) en su tesis *Servicio al cliente como ventaja competitiva en empresas comercializadoras de abarrotos en el Municipio de Retalhuleu*. Tuvo como objetivo general: Determinar si el servicio al cliente se puede convertir en una ventaja competitiva en una empresa comercializadora de abarrotos. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar si la empresa cuenta con alguna ventaja competitiva alcanzada por medio del servicio al cliente, para mejorar y fortalecer esta ventaja. Determinar si la empresa aplica el servicio al cliente efectivamente para conocer las debilidades y fortalezas de dicho servicio. Determinar el grado de satisfacción de los clientes en cuanto al servicio, ofrecido por los empleados de la empresa, para determinar las actividades en las cuales se debe mejorar. La investigación fue descriptiva, de diseño correlacional, de estudio transversal. No experimental, se utilizó una población de 384 trabajadores a los cuales se les aplicó un cuestionario de 53 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: El 43% afirman que hoy en día debido a la fuerte competencia que existe entre los diferentes sectores de la economía resulta

que ninguna empresa puede aislar al cliente, el 65% maneja al servicio al cliente como un factor competitivo, y su calidad se traduce en el número de usuarios o compradores en la industria, el 71% indica que el servicio al cliente es instantáneo, personal y continuo, ya que empieza desde que el cliente compra un producto o servicio, hasta que este regresa por otro y el 54% afirman que un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal, el 61% afirma que una empresa alcanza su competitividad estratégica cuando formula una estrategia que crea valor y la aplica con éxito en su rutina diaria. La investigación concluye el servicio al cliente excepcional y único por parte de todo el personal de la empresa se puede convertir en una estrategia para desarrollar y alcanzar una ventaja competitiva, la cual diferenciará la empresa de sus competidores y así lograr la preferencia y fidelidad de los clientes, sin mayores costos financieros.

Ramírez( 2015) en su tesis *Implementación del Sistema de Gestión de Calidad, en base a la norma ISO 9001:2000*. Tuvo como objetivo general: Obtener la certificación del Sistema de Gestión de Calidad bajo la normatividad ISO 9001:2000 COPANT/ISO 9001-2000 NMX-CC-9001-IMNC-2000 dentro de Ferretera Industrial y de servicios de Hidalgo. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Elaborar procedimientos, instructivos y métodos que señalen la forma específica para llevar acabo los procesos de la organización. Elaborar formatos que ayuden a la organización a proporcionar evidencia, registrando datos necesarios. Establecer los procedimientos, responsabilidades e interacciones necesarias para implantar, operar y mantener el Sistema de Gestión de Calidad La investigación fue descriptiva, de diseño correlacional, de estudio transversal. No experimental, se utilizó una población de 102

trabajadores a los cuales se les aplico un cuestionario de 43 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: El 61% menciona que la mejor opción para que las empresas comprometidas a involucrar procedimientos adecuados y eficientes que logren reflejar un alto grado de calidad y mejora continua, es implementar un Sistema de Gestión de Calidad basado en reglamentos y procedimientos, el 55% manifiesta que Como consecuencia de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en la normatividad ISO 9001:2000 dentro de Ferretera Industrial y de Servicios de Hidalgo, se han logrado aumentar la productividad 0.28%, el 77% menciona es importante que el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2000 este certificado frente a organizaciones con prestigio mundial de las cuales se ha consolidado como proveedor confiable. La investigación concluye Hoy en día, la globalización es una circunstancia que invade el progreso de las empresas; por lo que es necesario que sean competitivas para poder subsistir. La apertura comercial y los tratados comerciales no son suficientes para garantizar el desarrollo y el crecimiento económico; tampoco aseguran que las empresas mexicanas automáticamente se vuelvan competitivas.

### **Antecedentes Nacionales**

Diaz (2016) en su tesis *Relación entre la gestión de la calidad y ventaja competitiva en diferenciación en el espacio de elaboración de la empresa menú express, de la ciudad de Cajamarca en el primer cuatrimestre del año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la Gestión de la Calidad y Ventaja Competitiva en Diferenciación en el Área de Producción de la empresa “Menú Express” en la ciudad de Cajamarca en el primer cuatrimestre del año 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar la relación entre la Gestión de la

Calidad y las características del mercado en el Área de Producción de la empresa “Menú Express” en la ciudad de Cajamarca en el primer cuatrimestre del año 2016. Determinar la relación entre la Gestión de la Calidad y las características de la empresa en el Área de Producción de la empresa “Menú Express” en la ciudad de Cajamarca en el primer cuatrimestre del año 2016. Determinar la relación entre la Gestión de la Calidad y las características de la Responsabilidad Social Corporativa en el en el Área de Producción de la empresa “Menú Express” en la ciudad de Cajamarca en el primer cuatrimestre del año 2016. La investigación fue descriptiva, de diseño correlacional, de estudio transversal. No experimental, se utilizó una población de 72 trabajadores de aérea de producción a los cuales se les aplico un cuestionario de 63 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: El 23,8% % del personal piensa que hay una correlación con lo estudiado que se son Gestión de la Calidad y Ventaja Competitiva y el 12.98% considera de que no guarda relación, mientras que en relación a la ventaja competitiva el 25,76%% menciona que si existe una diferenciación mientras que 18,56% menciona que probablemente no exista una diferenciación. La investigación concluye que existe una relación positiva media, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.445, lo que indica una alta concomitancia existente entre ambas variables.

Cornejo (2017) en su tesis *Sistema online como ventaja competitiva en hoteles de tres estrellas de la ciudad de Puno-2015* .Tuvo como objetivo general: Identificar los atributos del sistema online como ventaja competitiva, analizar las ventas online en hoteles tres estrellas de la ciudad de Puno, asimismo proponer alternativas de ventas online que funcionen como ventaja competitiva. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar los principales atributos del sistema online como ventaja competitiva en hoteles de tres estrellas de la ciudad de Puno. Analizar la dinámica de

ventas online en hoteles de tres estrellas de la ciudad de Puno y determinar su significancia como ventaja competitiva. Proponer mejoras a la dinámica de ventas online de manera que represente una ventaja competitiva para hoteles de tres estrellas de la ciudad de Puno. La investigación fue del método descriptivo, inductivo, deductivo y diseño explicativo, por el motivo que existe relación entre variables o fenómenos de causalidad. La población está representada por 24 establecimientos hoteleros de tres estrellas de la ciudad de Puno, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: El 54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio de 18 a 30 años, el 71.6% son de género femenino, el 100% tiene un grado de instrucción de secundaria, el 61% desempeña el cargo de dueño, el 60% tiene un tiempo promedio de 0 a 3 años en el cargo; el 58,7% de las micro y pequeñas empresas tiene un tiempo promedio de permanencia en el rubro de 7 a más años, el 100% son formales , el 28% señalan que usan internet hace más de 5 años. Un 14% reconoce que hace uso del internet ya hace 4 y 6 años; el 9% de los encuestados manifiestan que utilizan este medio hace 3 y 6 años; un 24% maneja este medio hace 4 y 3 años; asimismo tenemos a un 22% que emprendieron a aplicar mediante el internet entre 3 y 2 años atrás; el 3% se ha implicado con esta trascendente herramienta hace 2-3 años atrás. La investigación concluye: El uso sistema online (páginas web, redes sociales, microboogging, blogs, foros, videos, motores y plataformas de reservas, aplicaciones telefónicas, swards hoteleros, agencias de viaje online, etc.) constituye una ventaja competitiva en el servicio hotelero tres estrellas de la ciudad de Puno; debido a que su implementación supone 14 mejoras en la atención al cliente y genera valor en el servicio, diferenciándolo de la atención convencional; los directivos o administradores de cada

hotel son las personas claves para que cada herramienta online genere los resultados planeados.

Rojas (2018) en su tesis *Gestión de calidad y servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar si existe relación directa entre la gestión de calidad y el servicio al cliente de la empresa Café Perú, Callao, 2018, y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar si existe relación directa entre la planificación de calidad y el servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018. Determinar si existe relación directa entre el control de calidad y el servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018. Determinar si existe relación directa entre el aseguramiento de calidad y el servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018. Determinar si existe relación directa entre el mejoramiento de calidad y el servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018. El 28.% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad de 50 a 60 años, el 60% son de sexo femenino, el 70% tienen un grado de instrucción de secundaria; el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 10 años de permanencia en el rubro de calzado, el 70% menciona que la empresa cumple con el objetivo de brindar una atención de calidad , el 46.7% cumple con su objetivo de fidelizar a través de su producto, el 50% determinan su calidad es a través de la materia prima y el 50% menciona que la empresa asegura un buen servicio al cliente, el 70% de las compañías capacitan a sus trabajadores cada año, el 90% de los negocios hacen cambio o mantenimiento de su maquinaria, el 60.7% consideran competitivas su empresa, el 39% de las micro y pequeñas empresas no se consideran competitivas indicando que es por la falta de maquinaria importada , el 65.3% se diferencian de su competencia por sus precios y el 65% utilizan una atención personalizada. La

investigación concluye: De acuerdo a la planificación de calidad en la cual la empresa está cumpliendo los objetivos que se propone dando una buena atención de calidad a los clientes, de igual forma se le recomienda capacitar más a los empleados en lo referente a atención al cliente para que se cumpla o llegue a la fidelización del mismo.

### **Antecedentes Locales**

Castillo (2016) en su tesis *Gestión de la calidad bajo el enfoque de la cultura organizacional y la competitividad de en las mypes del sector servicio, rubro venta de carnes, Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de la cultura organizacional en las micro y pequeñas 3 empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016. Determinar el nivel de la competitividad empresarial en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016. Relacionar la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue cuantitativa - correlacional, de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una muestra de 48 micro y pequeñas empresas de una población de 48 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 31 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 68,75% de los representantes recurren a los trabajadores para resolver problemas. El 62,5% de los representantes da recompensa a sus trabajadores con premios sorpresa. El 100% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con políticas y normas establecidas. El 58,33% de los trabajadores asegura

que se les permite apoyar en los planes de mejoramiento. El 83,33% de los trabajadores trabajan en equipo. El 66,67% de los trabajadores perciben un buen clima laboral. El 72,92% de los representantes consideran a su personal competitivo. El 72,92% de los representantes aseguran que la empresa es competitiva. El 100% de las Micro y pequeñas empresas se adaptan a los cambios. El 83,33% de los representantes afirman que el trabajo en equipo mejora la competitividad de los trabajadores. El 66,67% de los representantes afirman que un buen clima laboral motiva y compromete más al trabajador. El 100% de los representantes afirman que la cultura organizacional mejora la competitividad. La investigación concluye: La totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, consideran que la cultura organizacional mejora la competitividad empresarial.

Paredes (2016) en su tesis *La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal de pymes del sector servicio- rubro hoteles. Caso hotel ivansino inn, Chimbote, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar la correlación de la gestión de calidad y compromiso del trabajador en las pymes del sector servicio- rubro hoteles. Caso hotel ivansino inn, Chimbote, año 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Definir el nivel de gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico de las micros y pequeñas empresas caso hotel Ivansino Inn, Año 2016, Determinar el nivel de gestión de calidad en base al compromiso del personal actual de las micro y pequeñas empresas caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, Año 2016. Identificar la relación que existe entre la gestión de calidad con el planeamiento estratégico y la variable compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, Año 2016, la investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva y correlacional utilizando una población La población

muestral de investigación estuvo conformado por 7 colaboradores y 1 gerente, haciendo un total de 8 colaboradores que laboran en el hotel , a las cuales se les aplico un total de 42 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: análisis interno contribuye al diagnóstico, es el más regular de todos con un 88,89% de casos, y la variable compromiso de personal, los indicadores más resaltantes de error fue el indicador Compromiso del personal con la permanencia ambas con nivel parcialmente en desacuerdo y Ni de acuerdo, ni en desacuerdo con 44,44% para ambos casos. Respecto a la relación entre variable planeamiento estratégico y su relación con el nivel de compromiso del personal resultó que ambas si tienen relación significativa, valor Chi Cuadrado Calculable es de 12,25 siendo mayor que el valor de Chi cuadrado de Tabla 3,84 lo que indica la que ambas tienen una relación. La investigación concluye: El personal en su mayoría manifiesta que la visión contribuye al direccionamiento de la empresa en un nivel considerado como regular lo que implica que la totalidad de ellos no está conforme con lo que transmite el hotel.

Salazar (2016) en su *tesis Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) del distrito de Huaraz, 2016*. Tuvo como objetivo general: describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) en el distrito de Huaraz, 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características

de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) en el distrito de Huaraz. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) en el distrito de Huaraz. La investigación fue de diseño transaccional de un tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa, utilizando una población de 26 establecimientos de denominación bodegas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 27 preguntas cerradas por medio de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 92,31% de los gerentes encuestados manifiesta que nunca realizan presentaciones de anuncios por televisión, el 76,92% manifiesta que nunca cuentan con programas de incentivos, el 80,77% manifiesta que nunca ofrecen a sus clientes la entrega de regalos publicitarios, el 65,38% manifiesta que nunca ofrecen a sus clientes la entrega de premios, el 96,15% manifiesta que nunca dan a conocer los servicios que brinda la empresa a través de una página web. La investigación concluye: que en las bodegas del distrito de Huaraz existe ausencia sobre las herramientas de promoción para comunicarse con los consumidores debido a la falta de información.

## **2.2. Bases Teóricas de la investigación**

### **Micro y pequeñas empresas**

De acuerdo a la (LEY N° 30056, 2013) las micro y pequeñas empresas son unidades económicas ya se de forma natural, jurídica u otra forma de organización que

tiene como objetivo desarrollar las actividades de extracción, transformación y producción en cuanto a la comercialización de bienes y prestación de sus servicios.

### **Características de las micro y pequeñas empresas**

Micro empresa surge o da origen desde que está conformado por 1 hasta 10 trabajadores con sus niveles de ventas y ganancias anualmente hasta un monto máximo que consta de 150 UIT y es una de las principales fuentes de empleo aparte que permite la inversión inicial pequeña con el acceso a estratos de bajos recursos , constituyéndose potencialmente mediante una escritura pública como personas jurídicas o naturales dicho eso la municipalidad en 7 días hábiles le otorgara la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad y compatibilidad de su uso correspondiente cabe resaltar que dicha licencia tiene un tiempo valido de 12 meses (LEY N° 30056, 2013).

### **Sector servicio rubro alojamientos**

El sistema de clasificación hotelera se divide por estrellas para que de una forma muy rápida se pueda determinar las amenidades de un hotel pero el número de estrellas no refleja necesariamente la comodidad que el cliente este buscando, independientemente lo que hace esta clasificación de estrellas es que te puede brindar una experiencia en calidad y servicio. (Vargas, 2017).

Reglamento de establecimientos de hospedaje Publicado en el diario Peruano (2015) que según el decreto supremo N° 029- 2004 –Mincetur se aprobó el reglamento de establecimientos de hospedaje que restablece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamientos y supervisión de las establecimientos de hospedaje

que se aprobó la ley N° 29408, Ley general del turismo que contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, que consiste en:

1 Estrella (económico) se espera que un hotel de una estrella brinde un espacio de alojamiento limpio con pocas o sin ninguna instalación, las habitaciones están normalmente decoradas de manera muy funcional y no son complacientes puede tener un baño privado o puede que no de la misma manera teléfono , televisor , pero por lo general estos hoteles de una estrella están cerca a restaurantes y atracciones turísticas es ideal para viajeros de bajo presupuesto donde el precio es su principal ocupación (Vargas, 2017)

2 Estrellas (Valor) un hotel de dos estrellas consta de un alojamiento limpio y básico pueden tener o no un centro de negocio y acceso a internet pero por lo general no cuentan con salas de reuniones ni mucho menos con servicio de botones, gimnasio, espacio recreativo, las habitaciones ofrecen normalmente baño privado, cable, agua caliente, televisor, servicios limitados , este tipo de hotel es ideal para viajeros o exploradores donde el dinero es un costo pero si desean servicios básicos y requieren mayor comodidad (Vargas, 2017).

3 Estrellas (Calidad) un hotel de esta categoría pone un mayor énfasis en cuanto a la atención al cliente para su comodidad y estilo personalizado, cuentan con restaurante, piscina , gimnasio, sala de convivencia, espacios de relajación, y servicios personalizados, las habitaciones incluyen más servicios y existe más atención a la calidad y comodidad, este tipo de hotel es ideal para viajeros de negocios en busca de placer y complacer sus necesidades como también sus expectativas (Vargas, 2017).

4 Estrellas (Superior) un hotel de cuatro estrellas es una propiedad superior a las demás ya que cuenta con un restaurante, un bar, servicios a cuartos con horarios, ama de llaves, servicio de atención personalizada, ideal para conferencias de negocios con habitaciones amplias elegantes, mobiliario detallado, ideal para personas que buscan un mayor confort en cuanto al servicio que buscan (Vargas, 2017).

5 Estrellas (Excepcional) un hotel de esta categoría está muy orientada al servicio al cliente brindando altos estándares de servicio, comodidad y calidad , cuenta con más de un restaurante, servicio a cuartos las 24 horas del día , canchas de tenis , campo de golf ,piscinas, habitaciones modernas, ideal para personas exigentes en calidad de servicio (Vargas, 2017).

### **La gestión de calidad**

La calidad es satisfacer toda aquella necesidad al cliente en los productos o servicios que se ofrece la empresa u organización. El autor menciona y da a conocer que en todas las empresas el objetivo mayor es subsistir dentro del mercado competitivo para luego generar ganancias y de esa forma poder ofrecer empleos que también sirven como desarrollo al país, para lograr generar ganancias dentro de una mejora de calidad se debe reducir costos pero sin perjudicar al servicio o producto a ofrecer al cliente (Deming, 2017, p. 45).

El objetivo de la calidad es encontrar la falla o el problema en el servicio o producto y hacerlas cumplir a requisitos del cliente, para ello existen herramientas de gestión de calidad que puedan demostrar, identificar y solucionar algún tipo de problema para implementarlo como una mejora de esa formase crean áreas

administrativas o de cargos de nivel jerárquicos a las cuales se les designa responsabilidades y funciones para el desarrollo de la organización y un correcto funcionamiento competitivo que este a nivel de las más organizaciones (Deming, 2017, p. 67).

La meta primordial de los componentes de la calidad se trata de implementar acciones contra los problemas que se puedan encontrar en un servicio o en producto que la empresa pueda ofrecer basándose en una serie de requisitos que mencionan los clientes en cuanto a sus gustos y preferencias para que de esa forma se pueda demostrar calidad y se pueda desechar o separar los productos de mala calidad (Deming , 2017, p. 79).

En una organización encaminada hacia la calidad siempre se debe de ver algunos aspectos que son fundamentales como el que se debe ser más competentes ya que a medida que pasa el tiempo la tecnología avanza y aparecen nuevas técnicas, nuevos productos, nuevos servicios y cada vez son más implementados a la preferencia del cliente, para ello se debe de estar en constante innovación y mantenerse en un estándar alto para competir en el mercado y lograr un buen desarrollo para la empresa logrando el éxito (Deming, 2013, p. 65)

En los años cuarenta empieza la innovación por la gestión de calidad a nivel la descriptivo, la forma para implementarlos serian por los ISO en las organizaciones ya que cumple un rol fundamental porque hacer cumplir las normas y los requisitos adecuados y necesarios con una serie de herramientas de calidad con el propósito no

solo de salvaguardar la empresa sino también de respetar los derechos por el ambiente, por las personas, las empresas cada vez buscan una mayor certificación en los diferentes ISO que pueden existir ya que eso les hace diferente a las demás de tal forma que posee mayor valor y reconocimiento (James, 2013, p. 66).

Existen muchos métodos para realizar una buena gestión, los métodos cada vez avanzan más a medida que pasa el tiempo es decir que se implementan y desarrollan con el pasar del tiempo, durante el un proceso de gestión de calidad se va constituyendo conforme un plan y una dirección en este proceso puede haber cambios en la organización a nivel económico , social, cultural , la empresa u organización busca ser única en el medio diferenciándose de su entorno competitivo ser auténticos en lo que ofrecen, en lo que hacen de esa forma poder encaminar su futuro a largo plazo (Deming, 2017, p. 71).

### **Fundamentos de la gestión de calidad**

La calidad es interpretar todas las necesidades futuras de las personas en características que se puedan medir, de esa forma un determinado producto puede ser diseñado y fabricado a satisfacción del futuro cliente y pueda llegar a estar conforme, un camino hacia una buena gestión de la calidad consta de muchos métodos que se usan y avanzan con un orden de tiempo de esa forma a lo largo del tiempo ah sucedió que raíz de los diferentes puntos de vista y aportes sobre gestión de calidad se busca ser autentico usando las herramientas adecuadas en cada organización para obtener un correcto crecimiento empresarial (Deming, 2017, p. 71).

El reconocimiento, en su significación tradicional, se establecía sobre el inicio de la desconfianza, como en los procedimientos, como en los empleados. El objetivo en materia de calidad consistía en detectar defectos y desviaciones en cuanto a diferentes métodos de diseños con las obligaciones detalladas adecuadamente. La calidad era un inconveniente a solucionar, todo el beneficio se daba en torno a la igualdad en el abastecimiento. Para eso se establecían metas y puntos de revisión, dedicándose los profesionales a la supervisión, de cotejo y medición. Este método, en concluyente, aplica sobre los resultados una vez procedentes, sin tareas de prevención y sin implicar en él a los proveedores y compradores (Gonzales, 2013, p. 55).

El estudio y la aplicación por el ISO 9001 de la gestión de calidad para que una empresa sea reconocida de una forma positiva por la calidad del producto o servicio que ofrece y como puede llegar a implementar una mejora en su cultura organizacional con fines de certificación o fines estructurales , ya que cuando son gestionados adecuadamente es posible tener una estabilidad en la empresa en cuanto a sus procesos reduciendo costos, el ISO 9001 es una ventaja competitiva y una estrategia tenida en cuenta por las organizaciones (James, 2013, p. 77).

### **Funciones de la gestión de calidad**

Existen algunas funciones las cuales nos menciona Deming (2017) que son: planificación, organización, dirección, personal y control, dichas funciones son fundamentales en toda organización ya que de ellas depende el éxito y del personal que los llevara a cargo.

En la función de planificación se desarrolla una investigación interna y externa donde se llevara a cabo un planteamientos de estrategias de cómo se van ejecutar los planes a corto o a largo plazo con la visión y misión y la política de trabajo para que de esa forma se pueda tener la capacidad de enfrentar algún problema a futuro (Deming, 2017, p. 45).

La función de organización es coordinar y disponer los recursos que están disponibles como el recurso humano, recurso material, recurso financiero de la empresa para que en conjunto se creen una serie de normas, reglas y cargos para cumplir los objetivos establecidos con una estructura organizacional correcta con segmentaciones diferentes(Deming, 2017, p. 45).

La función dirección es donde se ponen a ejecutar los planes establecidos, donde hay una supervisión y una comunicación para lograr los objetivos, en esta fase se muestra el liderazgo, los tipos de autoridad ya que influye a los seguidores a realizar un trabajo correcto y adecuado (Deming, 2017, p. 45).

En la función de personal es todo aquel recurso humano de la empresa que se desarrollan mediante las actividades de trabajo que realizan implementando y agregando una mejora al servicio o producto que brinda la empresa, para eso se necesita desarrollar un trabajo en equipo, darles un adecuado desarrollo de su formación dentro de la empresa para ello existen elementos que complementan dicha acción como son los diagramas, histogramas (Deming, 2017, p. 46).

## **El ciclo de la gestión de calidad Deming**

El ciclo de la calidad es una herramienta donde se planifica y se da una mejora continua ya que permiten que las empresas le den una mejora a sus productos o servicios que ofrecen haciendo un buen uso de sus recursos , reduciendo costos, optimizando el trabajo y la productividad reduciendo precios y siendo más competitivos el ciclo de la gestión de calidad también se puede aplicar en planificaciones de proyectos , viabilidad de estudios de proyectos, apertura de nuevos negocios, reformas de implementación para un negocio (Edwards, 2013, p. 98).

(P) Plan: elaborar los cambios informándose de los datos actuales

(E) Ejecución: establecer el cambio

(C) Control: Evaluar los efectos y recoger los resultados

(A) Actuación: Estudiar los resultados y dar a conocer los cambios experimentando algo nuevo

## **Ventajas competitivas**

La ventaja competitiva es aquel valor que la empresa puede generar y establecer en su entorno, el valor representa a los clientes que están dispuestos a pagar por aquel servicio o producto, para que la empresa logre ser competitiva debe enfocarse en un plan de ventaja competitiva que lidere frente a las demás en cuanto a servicio, producto, calidad, personal, infraestructura, gestión, dichas estrategias se deben de implementar o desarrollar para asegurar un crecimiento del valor de la empresa no solo económicamente sino también de subsistencia y de ser reconocidas por los clientes y la competencia del medio (Porter, 2013, p. 22).

## **Las tres estrategias de la ventaja competitiva**

### **El liderazgo en costos**

Esta estrategia es la que es más intuitiva y brinda una oportunidad a la empresa que se encuentra más desarrollada en ofrecer un mejor servicio o un producto a un precio más bajo que la competencia, esta estrategia va depender de las materias primas y los recursos que se usan para producir lo que la empresa ofrece para que de esa forma pueda establecer el precio que dese modificando a su entorno de competencia cuidando una imagen y teniendo respeto por el cliente (Porter, 2013, p. 22).

### **Diferenciación**

La diferenciación es donde la empresa sea única en su industria sea competitiva y se diferencie en todo sentido a las demás para que de esa forma capte la atención de los clientes y sea preferida , esta opción es muy atractiva para aquellas empresas que segmentan su mercado y se centran los clientes que buscan productos o servicios de características peculiares distintas a la competencia de esa forma se puede ofrecerles algo a su gusto y a su preferencia sin denigrar lo que se ofrece al contario darle un mejor valor y captar la atención por el cliente (Porter, 2013, p. 22).

### **Enfoque**

El enfoque se desarrolla en especializarse en un solo mercado y segmentarlo para ofrecer un mejor servicio estudiando al mercado en los gustos y las preferencias que requieren en el medio basadas o enfocadas en categorías especiales de clientes potenciales en un área geográfica definida y un segmento particular escogido por la

empresa después de los estudios realizados para que de esa forma la empresa aumente sus ganancias se posicione frente a la competencia y se mantenga a media que pasa el tiempo (Porter, 2013, p. 22).

### **La ventaja competitiva como estrategia**

Resulta que la estrategia de una empresa puede hacer que consolide su mercado y cree su propio segmento enfocándose en clientes particulares de gustos y preferencias particulares al brindar eso esto hace que la empresa sea notablemente diferente a las demás que su servicio o producto sea exclusivo especializándose en si segmento. Todo esto depende de una buena gestión de calidad en continua mejora de por parte de la propia empresa en conjunto con un buen plan de administración, ya que existen competencias internas y externas para ello la empresa no solo debe diferenciarse en lo que ofrece si no en su personal calificado y preparado con el fin de desarrollar las actividades encargadas en un nivel superior al entorno de manera innovadora y compleja (Thompson, 2013, p. 43).

### **La competitividad empresarial**

La competitividad empresarial se trata de diferenciarse del medio en el cual nos establecemos desarrollando a si un proceso en el cual las otras empresas no tengan o les falte implementar aprovechar esa debilidad y convertirla en oportunidad, marcar la diferencia y enfocarse hacia un futuro ya que es una parte fundamental para todas las empresas porque gracias a la ventaja en la competitividad empresarial se ve un crecimiento económico y social ya que en la actualidad muchas empresas no

emprenden el uso de las herramientas para ser más competitivas y no tienen una buena dirección ni un control de la situación que pasa en el exterior o interior de la empresa (Thompson, 2013, p. 45)

La competencia en el entorno empresarial dependerá de una buena gestión y a cargo de buenos planes dirigidos por un personal calificado y con experiencia, con un buen servicio a brindar a favor del entorno, para que de esa forma se tome una buena toma de decisiones gerenciales en la empresa, la competitividad interna se basa en que se debe contar con buenos empleados calificados con el propósito de que cumplan sus funciones adecuadamente sin tener muchos problemas y vean la manera correcta de darle una solución en caso lo hubiera , en la parte externa se enfocara más al producto o servicio que tenga calidad y sea competente a las demás y sobre salga por tener características que las otras empresas no brinden (Porter, 2013, p. 123).

El propósito de lograr una estrategia competitiva es crear una diferencias entre su entorno para lograr posicionarse de una forma diferente a las demás empresas que brindan los mismos servicios pero solo se tendrá éxito si la empresa logra integrar las herramientas de la ventaja competitiva y se logren desempeñar de diferentes formas para así tratar de desarmar a las empresas que son la competencia y obtener una ventaja competitiva, la estrategia se vuelve de manera ofensiva y a la vez defensiva esto cambia de acuerdo al mercado o al tiempo y las condiciones (Thompson, 2013, p. 33).

La empresa luego de que consiga una ventaja competitiva debe mantenerla para ello tiene que estar aplicando nuevas estrategias, nuevas herramientas de acuerdo al servicio y al rubro que se desempeña para poder seguir subsistiendo en el mercado

generando ganancias sin perder la competitividad en el mercado en el cual se desempeña y resolviendo problemas ante un periodo de eventualidad de crisis de esa ya que en la actualidad existen muchas empresas que están en constante competencia e innovación (Porter, 2013, p. 88).

## **2.3. Marco conceptual**

### **Control de Calidad**

El control de calidad actúa en el mismo lugar donde actúa la fuerza operativa con el objetivo de vigilar los procesos que se llevan a cabo con la máxima efectividad en cuanto a la evaluación del producto , comparación , diferenciación, supervisión de los procesos de calidad para lograr un buen servicio o producto para el cliente.

### **Calidad del diseño**

La calidad del diseño se refiere a que el producto debe de cumplir con los requisitos traduciendo la necesidad del cliente es porque al final se evalúa si el producto diseñado cumple con las expectativas del cliente de esa forma se determinara si el producto es aceptado o es rechazado.

### **Disminución de precios**

La reducción de precios se da por el uso de menos materiales, reducción procesos, por un menor desgaste humano, es por eso que al reducir todo eso la productividad aumenta rápidamente y el precio del producto o servicio que se brinda puede llegar a ser menor que lo normal.

### **Gestión de calidad**

La gestión de calidad es implementar en una empresa una visión, misión en donde exista los objetivos organizacionales en llegar a una meta para ello habrá una gestión de cambio en donde involucra a todos trabajadores de una empresa con un solo fin de cumplir los objetivos trazados para llegar así a la meta establecida.

## **Mejora de calidad**

Este proceso es una acción determinada por los altos niveles de dirección al introducir prioridades para la mejora de calidad con responsabilidad identificando las necesidades concretas para los proyectos que se realizan proporcionando buen manejo de recursos, motivación, y buena formación de los equipos encargados.

## **Micro y pequeñas empresas**

La micro y pequeña empresa es una unidad económica que se constituye por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión pero que sea contemplada en una legislación vigente para desarrollar comercialización, producción, transformación.

## **Permanencia de Mercado**

Como consecuencia de las ventajas del benchmarking competitivo las empresas tienen una alta prioridad y probabilidad de permanencia en el mercado global respaldado por la fidelidad de los clientes y el servicio adecuado en ellos, estableciéndose de esa manera y posicionándose en el mercado obteniendo su permanencia.

## **Proceso productivo**

El proceso productivo es donde hay una serie de trabajos y operaciones que son muy necesarias para permitir realizar la producción de un servicio o producto, las operaciones de procesos son planificadas, dinámicas y objetivas con toda la materia prima para que sean correctas en una adecuada producción.

## **Reducción de Costos**

Los costos se reducen ya que las compañías tendrán menos reproceso es decir se vuelve a procesar dichas piezas para la dedicación de un nuevo producto o mejorar los sistemas de producción y los materiales ocupados en la elaboración de los productos para ahorrar tiempo y obtener ganancias.

## **Satisfacción al cliente**

Es la forma de medición que usan las empresas para cuantificar la calidad de servicio que brindan a sus clientes una de las normas más importantes y las más usadas en la actualidad es la NORMA ISO 9001 elaborada por la organización internacional para la estandarización la cual evalúa la satisfacción de cualquier organización.

## **Servicio al Cliente**

Es un conjunto de estrategias de las organizaciones para satisfacer a sus clientes mejor a su entorno competitivo cumplir con sus necesidades y expectativas que les exigen ya que es muy indispensable para el desarrollo de la organización brindar un adecuado servicio para diferenciarse de la competencia que lo rodea.

## **Ventaja competitiva**

La ventaja competitiva es aquellas características innovadoras de cualquier tipo de empresa que desee tener un posicionamiento influyente en el mercado ya que refleja el prestigio de la empresa frente a las otras para eso se toma en cuenta las estrategias que se realizaron para alcanzar dicho posicionamiento competitivo.

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente trabajo de investigación La Gestión de Calidad bajo el enfoque de las Ventajas Competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental- transversal-descriptivo.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad bajo el enfoque de la ventaja competitiva solo se observó tal y como se presentó en la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones

Fue transversal porque el estudio de investigación: La Gestión de Calidad bajo el enfoque de las Ventajas Competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente en el año 2017.

Fue Descriptivo porque solo se describió las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las Ventajas Competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.

### **4.2. La Población y muestra**

Se utilizó una población de 33 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamientos de la provincia de Huaraz, 2017. Esta información se obtuvo a través de la información brindada por la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Se utilizó una muestra de 33 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamientos de la provincia de Huaraz, 2017. Esta información se obtuvo a través de la información brindada por la Municipalidad Provincial de Huaraz.

#### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas.	Son personas innovadoras y emprendedoras que están a cargo de las empresas con la finalidad de hacer crecer las ganancias y subsistir en el mercado.	Los representantes son aquellas personas que tienen un cargo determinado en la empresa de diferentes edades con géneros distintos con un grado de instrucción y un tiempo de desempeño.	Edad	- 18 a 25 años - 26 a 40 años - 41 a 60 años - 60 a más años	Cuantitativo
			Genero	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de Instrucción	- Primaria - Secundaria - Superior universitario - No universitario - Sin instrucción	Nominal
			Cargo que desempeña la empresa	- Propietario - Administrador - Otros	Nominal
			Tiempo que desempeña en la empresa	- De 0 a 3 años - De 4 a 6 años - De 6 años a más	Ordinal Numérico

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Es una unidad económica que se constituye por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión pero que sea contemplada en una legislación vigente	Son organizaciones creadas que llevan varios años en el rubro cuenta con un número de trabajadores las cuales son familiares y no familiares y tienen un objetivo de creación.	Años de pertenencia en el rubro	- 0 a 3 años - 3 a 6 años - 6 a más años	Cuantitativo
			Número de trabajadores	- De 1 a 5 años - De 6 a 10 - De 11 a más	Cuantitativo
			Personas que trabajan en la empresa	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de la creación de la empresa	- Generar ganancias - Subsistencia	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de calidad	Son un conjunto de normas correspondientes a una organización vinculadas entre si y a partir de ellas la empresa u organización podrá administrar de manera organizada la calidad de la empresa y poder así cumplir los objetivos trazados para llegar así a la meta establecida.	La gestión de calidad identifica los problemas existen para poder encontrar el área a mejorar con un planificación, efectuando cambios e implementando soluciones y controlando el cumplimiento de los planes establecidos en la organización.	Identificación de los problemas	- Siempre - Casi Siempre	Nominal
			Identificación del área a mejorar	- Siempre - A veces - Nunca	Nominal
			Planificación de mejora	- Si - No	Nominal
			Implementación de cambios y soluciones	- Siempre - Casi Siempre - A veces	Nominal
			Cumplimiento de los planes establecidos	- Siempre - Casi Siempre - A veces	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Ventajas Competitivas	Es la superioridad o mejora de alguien o algo así como también son acciones que se obtienen al hacer distinta a la competencia.	En las ventajas competitivas se da a conocer que tipo de atención al cliente se brinda más en la empresa y que tipo de servicio es el que se ofrece, brindándoles así una buena orientación sobre los servicios a ofrecer para que de esa forma cumpla las	Atención al cliente	- Atención presencial - Atención telefónica - Atención virtual	Nominal
			Servicio que ofrece al cliente	- Muy buena - Buena	Nominal
			Orientación al cliente	- Siempre - Casi siempre	Nominal
			Cumplimiento de las expectativas	- Si - No	Nominal

	<p>expectativas del cliente en cuanto a su servicio esto hará que el cliente vea las características de su servicio sea diferente a las demás. El servicio a ofrecer en la empresa va depender del tipo de segmento de esa forma se puede innovar los servicios implementando tecnología para esa forma capacitar a los trabajadores de la empresa para que así puedan brindar un eficiente servicio al cliente.</p>	Diferenciación de la competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Siempre</li> <li>- Casi Siempre</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
		Segmentación de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geográfica</li> <li>- Demográfica</li> <li>- Psicográfica</li> <li>- Socioeconómica</li> </ul>	Nominal
		Innovación de los servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Siempre</li> <li>- Casi siempre</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
		Implementación de tecnología	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Siempre</li> <li>- Casi siempre</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
		Cumplimiento de los servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		Capacitación a los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Siempre</li> <li>- Casi siempre</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal

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

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario estructurado con 26 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes las primeras 5 preguntas están referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas; las 7 siguientes están referidas a la características de las micro y pequeñas empresas y finalmente las 14 preguntas están referidas a cerca de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas (ver anexo 4).

#### **4.5.Plan de análisis**

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta se utilizó para el procesamiento y el análisis de base de datos el programa Microsoft Excel que permitió obtener los resultados estadísticos de la encuesta; para el análisis de los resultados estadísticos de la encuesta; para el análisis de los resultados se utilizó el programa Microsoft Word permitiendo realizar la descripción de la investigación, también se utilizó el programa anti plagio Turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios asimismo se utilizó el PDF para presentar el informe de investigación final.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e Instrumento
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas</p>	<p>Gestión de Calidad bajo el enfoque de las Ventajas Competitivas</p>	<p>Se utilizó una población muestral de 33 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, de la Provincia de Huaraz, 2017. Esta información se obtuvo a través de la información brindada por la Municipalidad</p>	<p>Fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo. Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad bajo el enfoque de la ventaja competitiva solo se observó tal y como se presentó en la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciónes. Fue transversal</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario estructurado</p>

	<p>empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017.</p> <p>Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017.</p> <p>Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro</p>		<p>Provincial de Huaraz.</p>	<p>porque el estudio de investigación : La Gestión de Calidad bajo el enfoque de las Ventajas Competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente en el año 2017.</p>	
--	---	--	------------------------------	---	--

	<p>actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017.</p>			<p>Fue Descriptivo porque solo se describió las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las Ventajas Competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.</p>	
--	--	--	--	---	--

#### **4.7.Principios éticos**

Protección a las personas: A las personas que colaboraron brindando información se les respeto sus derechos fundamentales, su dignidad humana, su identidad. La confidencialidad y su privacidad.

Beneficencia y no maleficencia: Se les aseguro el bienestar de las personas que ayudaron en la investigación y no se les causo ningún daño alguno.

Justicia: Se trató equitativamente a todas las personas que participaron brindando información para el proceso de mi investigación.

Integridad científica: Se mantuvo la integridad científica ya que se declaró los conflictos de interés en la investigación, además no se declararon daños a las personas que me apoyaron en mi investigación.

Libre participación y derecho a estar informado: Todas las personas que ayudaron que ayudaron en mi investigación lo hicieron con todo su consentimiento, utilizando su información solo para fines específicos establecidos en mi informe.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: En la investigación se respetó la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.*

Datos generales	N	%
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	10	30.30
31 a 50 años	18	54.55
51 a más años	5	15.15
Total	33	100.00
<b>Género</b>		
Femenino	11	33.33
Masculino	22	66.67
Total	33	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Secundaria	7	21.22
Superior no universitaria	10	30.30
superior universitaria	16	48.48
Total	33	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	18	54.55
Administrador	15	45.45
Total	33	100.00
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	8	24.24
4 a 6 años	20	60.61
7 a más años	5	15.15
Total	33	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.

**Tabla 2**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.*

De las micro y pequeñas empresas	N	%
<b>Tiempo de permanencia de la empresa</b>		
0 a 3 años	8	24.24
4 a 6 años	20	60.61
7 a más años	5	15.15
Total	33	100.00
<b>Número de trabajadores de la empresa</b>		
1 a 5 trabajadores	29	87.66
6 a 10 trabajadores	4	12.12
Total	33	100.00
<b>Las personas que trabajan en su empresa son</b>		
Familiares	11	33.33
No familiares	22	66.67
Total	33	100.00
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancia	21	63.64
Subsistencia	12	36.36
Total	33	100.00
<b>Ingresos promedios mensuales</b>		
Hasta S/. 52, 500.00	28	84.85
Más de S/. 52, 500.00 hasta S/. 595,000.00	5	15.15
Total	33	100.00
<b>Constitución de la empresa</b>		
Persona natural	12	36.36
Empresa individual de responsabilidad limitada	20	60.61
Sociedad de responsabilidad limitada	1	3.03
Total	33	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.

**Tabla 3**

*Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.*

Gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas	N	%
<b>Identificación de los problemas</b>		
Siempre	15	45.45
Casi siempre	18	54.54
Total	33	100.00
<b>Identificación del área a mejorar</b>		
Siempre	13	39.40
A veces	15	45.45
Nunca	5	15.15
Total	33	100.00
<b>Planificación de mejora</b>		
Si	16	48.48
No	17	51.52
Total	33	100.00
<b>Implementación de cambios y soluciones</b>		
Siempre	7	21.21
Casi siempre	16	48.48
A veces	10	30.30
Total	33	100.00
<b>Cumplimiento de los planes establecidos</b>		
Siempre	6	18.75
Casi siempre	14	42.10
A veces	13	39.15
Total	33	100.00

Continúa...

**Tabla 3**

*Característica de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.*

Gestión de Calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas	N	%
<b>Atención al cliente</b>		
Atención presencial	14	42.42
Atención telefónica	13	39.39
Atención virtual	6	18.18
Total	33	100.00
<b>Servicio que ofrece</b>		
Muy buena	11	33.33
Buena	22	66.67
Total	33	100.00
<b>Orientación al cliente</b>		
Siempre	10	30.30
Casi siempre	23	69.70
Total	33	100.00
<b>Cumplimiento de las expectativas</b>		
Si	33	100.00
Total	33	100.00
<b>Diferenciación de la competencia</b>		
Siempre	14	42.42
Casi siempre	10	30.30
A veces	9	27.27
Total	33	100.00
<b>Segmentación de la empresa</b>		
Geográfica	10	30.30
Demográfica	13	39.39
Psicográfica	6	18.18
Socioeconómica	4	12.12
Total	33	100.00
<b>Innovación de los servicios</b>		
Siempre	12	36.36
Casi siempre	14	42.42
A veces	7	21.21
Total	33	100.00

Continúa...

**Tabla 3**

*Característica de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.*

Gestión de calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas	N	%
<b>Implementación de tecnología</b>		
Siempre	11	33.36
Casi siempre	15	45.45
A veces	7	21.21
Total	33	100.00
<b>Cumplimiento de los servicios</b>		
Si	15	45.15
No	18	54.85
Total	33	100.00
<b>Capacitación a los trabajadores</b>		
Siempre	9	27.27
Casi siempre	20	60.61
A veces	4	12.12
Total	33	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.

## 5.2. Análisis de resultados

### **Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.**

Edad de representantes: El 54.55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años (Tabla 1) los resultados coinciden con el estudio de Salazar (2016) que menciona que el 39% de los representantes tienen entre 40 años a más de la misma manera coinciden con los resultados encontrados por Herrera (2013) quien determina que el 44% de los representantes tienen de 30 a 50 años de edad. Pero contrastan con los resultados de los estudios realizados por Cornejo (2017) que determina que el 56% de los representantes tienen una edad de 51 a más años; también contrastan con los estudios realizados por Castillo (2016) quien menciona que el 41% de los representantes tienen una edad de 18 a 30 años. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 están dirigidas por personas adultas de edad de 31 a 50 años ya que dichas personas cuentan con mayor experiencia y están muy capacitadas para poder dirigir y administrar un negocio.

Género de los representantes: El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino (Tabla 1), este resultado coincide con los de Rojas (2018) quien menciona que el 90% de los representantes son del género masculino de la misma manera coinciden con los resultados encontrados por Díaz (2016) quien determina que el 60% son de sexo masculino. Pero contrastan con los estudios realizados por Paredes (2016) quien menciona que el 62.50% son empresarias

mujeres. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 están siendo administradas o dirigidas por personas del género masculino

Grado de instrucción de los representantes: El 48.48% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con estudio superior universitario (Tabla 1), este resultado contrasta con los estudios realizados por Herrera (2013), quien menciona que el 64,3% solo han concluido sus estudios secundarios. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 los representantes cuentan con estudios universitarios.

Cargo que desempeñan los representantes: El 54.55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan el cargo de dueño (Tabla 1), este resultado coincide con los estudios de Herrera (2013), quien menciona que el 45% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con el cargo de ser dueño. Pero contrastan con los estudios realizados por Salazar (2016) quien menciona que el 58,4% desempeñan el cargo como administradores de los establecimientos. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro, actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 están representadas por los dueños.

Tiempo que desempeña en el cargo: El 60.61% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan en el cargo un tiempo de 4 a 6 años (Tabla 1), este resultado contrasta con los estudios realizados por Paredes (2016), quien

menciona que el 57% tienen una antigüedad de 8 a más años. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro, actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 están con un tiempo de desempeño en el cargo de 4 a 6 años respectivamente.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro, actividades rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.**

Tiempo de permanencia de la empresa: El 60.61% de las micro y pequeñas empresas tienen en el rubro una permanencia de 4 a 6 años (Tabla 2), los resultados coinciden con el estudio de Cornejo (2017), quien menciona que el 37.50% tiene más de 3 años en el mercado respectivamente. Pero contrasta con los resultados del estudio realizado por Díaz (2016) quien menciona que el 60% de las empresas que fueron encuestadas se mantienen con un tiempo de más de 10 años; también contrastan con los estudios realizados por Herrera (2013) que el 57,1% de las empresas encuestadas respectivamente tienen una antigüedad de 7 años a más. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 tienen una permanencia de 4 a 6 años más dentro del mercado.

Número de trabajadores de la empresa : El 87.66% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores (Tabla 2), los resultados coinciden con los estudios realizados por Cieza (2013), quien menciona que el 45% de las empresas cuentan con el mínimo de personal dentro de ellas. Esto nos demuestra que en la

mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 laboran el mínimo de personal dentro de las empresas.

Las personas que trabajan en su empresa son: El 66.67% de personas que trabaja en las micro y pequeñas son personas no familiares (Tabla 2), los resultados coinciden con el estudio realizado por Salazar (2016) quien menciona que el 61% de las personas que laboran en las empresas no son familiares. Esto nos demuestra que en la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017 los representantes de las empresas del rubro mencionado prefieren contratar a personas que no tengan parentesco familiar dentro de sus negocios.

Objetivo de creación: El 63.64% de las en las micro y pequeñas empresas son creadas para generar ganancias (Tabla 2), los resultados coinciden con el estudio de Castillo (2016), quien menciona según su estudio realizado que el 58% de los encuestados quieren lograr solo ganancias de la misma manera coinciden con los resultados de Cornejo (2017), quien menciona que el 44% busca solo lucrar a beneficio. Pero contrastan con los estudios de Salazar (2016), quien menciona que el 50% quiere lograr una subsistencia dentro del mercado; también contrastan con los resultados de Díaz (2016), ya que el 51% de los encuestados busca una subsistencia. Esto nos demuestra que el que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 buscan generar ganancia para seguir subsistiendo dentro del mercado.

Ingresos promedios mensuales: El 84.85% de las en las micro y pequeñas empresas tienen promedios mensuales de Hasta S/.52,500.00 soles (Tabla 2), los resultados coinciden con los estudios realizados por Herrera (2013), quien menciona que el 60 % de las empresas obtienen montos no mayores de S/.52,500.00 soles. Esto nos demuestra que en la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017, obtienen ingresos mensuales de S/.52,500.00 soles respectivamente.

Constitución de la empresa: El 60.61% de las micro y pequeñas empresas son empresa individual de responsabilidad limitada (Tabla 2), los resultados coinciden con los estudios realizados por Cieza (2013), quien menciona que el 45% de las empresas se constituyen mediante EIRL. Esto nos demuestra que en la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 están constituidas mediante la sociedad empresa individual de responsabilidad limitada.

**Tabla 3. Característica de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.**

Identificación de los problemas: El 54.54% de las micro y pequeñas empresas de los encuestados casi siempre identifica los problemas que existen en la empresa (Tabla 3), el resultado coincide con los de Cornejo (2017), quien menciona según sus estudios realizados que el 60% identifica los problemas que hay en la empresa, de la

misma manera coinciden con los resultados de Castillo (2016) quien menciona que un 69.5% menciona que casi siempre se identifica algún problema existente dentro de la organización. Pero contrastan con los resultados de investigación de Paredes (2016) quien menciona que el 46.6 % no identifica adecuadamente los problemas en la organización; también contrastan con los resultados de Rojas (2018) menciona que según los estudios realizados el 48% de los encuestados tienen dificultades para identificar algún problema .Esto nos demuestra que el que la mayoría en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 identifican los problemas que existen dentro de la organización

Identificación del área a mejorar en su empresa: El 45.45% de las micro y pequeñas empresas a veces identifica el área a mejorar (Tabla 3), este resultado coincide con los estudios de Salazar (2016), quien manifiesta que un 74% de los encuestados a veces cuentan con identificar un área a mejorar. Pero contrasta con los estudios realizados de Herrera (2013) quien menciona que el 74% de los encuestados siempre encuentran el modo de identificar un área a mejorar. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 a veces identifican el área a mejorar en la empresa.

Planificación de mejora: El 51.52% de las micro y pequeñas empresas no planifican opciones de mejora (Tabla 3), este resultado coincide con el estudio realizado por Cornejo (2017), quien menciona que el 49% de los encuestados no

planifica un plan de mejora para la empresa. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 no planifican opciones de mejora.

Implementación de cambios y soluciones : El 48.48% de las micro y pequeñas empresas mencionan que casi siempre efectúan cambios e implementan soluciones para la empresa (Tabla 3), este resultado coincide con los estudios de investigación realizados por Herrera (2013), hace mención que el 65% de los encuestados mencionan que hacen cambios para su empresa. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 manifiestan que si efectúan cambios e implementan soluciones para la empresa.

Cumplimientos de los planes establecidos: El 42.10% de las micro y pequeñas empresas mencionan que casi siempre controlan el cumplimiento de los planes establecidos en la empresa (Tabla 3), estos resultados coincide con los estudios de investigación de Rojas (2018), quien menciona que el 76% de los encuestados casi siempre cumplen con los planes que se establece. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017 si manifiestan que casi siempre cumplen con los planes establecidos en la empresa.

Atención al cliente: EL 42.42% de las micro y pequeñas empresas encuestadas brinda una atención al cliente presencial (Tabla 3) dicho resultado coinciden con los

estudios de Salazar (2016), donde menciona que un 31.82% de los encuestados en su investigación que prevalece una atención personalizada presencial de la misma manera coinciden son los resultados de Cornejo (2017), quien hace mención que un 47.6% de los encuestados prefieren una atención presencial. Pero contrastan con los resultados de Castillo (2016) quien menciona que un 56.33% prefiere la atención por vía telefónica; también contrastan con los estudios realizados por Díaz (2016) quien hace mención que el 34.7% prefiere una atención virtual. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017 los clientes prefieren una atención presencial.

Servicio que ofrece: El 66.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas menciona que el tipo de servicio que brinda al cliente es buena (Tabla 3), dicho resultado coincide con el estudio de Rojas (2018), quien menciona que el 70 % de las empresas encuestadas mencionan que el tipo de servicio hacia sus clientes es buena. Pero contrastan con los resultados de Herrera (2013), manifiesta que el 74% manifestó que dan muy buen servicio. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017 brindan un buen servicio a sus clientes.

Orientación al cliente: El 69.70% de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionan que casi siempre dan una buena orientación al cliente sobre el servicio que ofrecen (Tabla 3), este resultado coincide con Rosales (2018), donde menciona según sus estudios de investigación realizados que el 67.6% de la empresas

casi siempre dan una buena explicación sobre el servicio que se brinda. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017 brindan una buena orientación sobre el servicio que ofrecen.

Cumplimiento de las expectativas: El 100.00% de las micro y pequeñas empresas encuestadas muestran que si cumplen con la expectativa del cliente en cuanto al servicio que se ofrece (Tabla 3), este resultado coincide con Herrera (2013), quien manifiesta que el 100% asegura tener un buen cumplimiento de expectativas con el cliente. Pero contrastan con los estudios realizados por Rojas (2018) ya que menciona que un 85% de las micro y pequeñas empresas no cumplen con lo requerido y las expectativas del cliente. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017 cumplen con todas las expectativas del cliente.

Segmentación de la empresa: El 39.39% de las micro y pequeñas empresas encuestadas detallan que tienen un tipo de segmento demográfico (Tabla 3), estos resultados coinciden con los de estudios realizados por Herrera (2013), quien según sus estudios de investigación realizados un 45% menciona que segmenta su mercado demográficamente. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 tienen un segmento demográfico.

Innovación de los servicios: El 42.42% de las micro y pequeñas empresas encuestadas muestran que las empresas innovan los servicios que ofrece a comparación de la competencia (Tabla 3), estos resultados coinciden con los de Rojas (2018) donde hace mención según sus estudios realizados de su trabajo de investigación que el 85.6% de las micro y pequeñas empresas encuestadas relatan que innovan sus servicios a diferencia de las demás. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 mencionan que innovan sus servicios que ofrece a comparación de la competencia.

Implementación de tecnología: El 45.45% de las micro y pequeñas empresas casi siempre implementan tecnología en su servicio (Tabla 3), estos resultados coinciden con los de Rojas (2018) donde hace mención que según sus estudios realizados el 44% brinda nueva tecnología en su servicio. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 implementan nueva tecnología en el servicio que ofrece.

Cumplimiento de los servicios: 54.85% de las micro y pequeñas empresas encuestadas menciona que la empresa no brinda eficientemente los servicios requeridos por los clientes (Tabla 3), estos resultados coinciden con los de Rojas (2018), donde hace mención que según sus estudios realizados el 64,7% brindan un buen servicio. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas

del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 brindan eficientemente los servicios requeridos por el cliente.

Capacitación de los trabajadores: El 60.61% de las micro y pequeñas empresas mencionan que casi siempre los trabajadores de la empresa están capacitados en cuanto a la innovación de las nuevas tecnologías (Tabla 4) estos resultados coinciden con los de Cornejo (2017) donde hace mención que según sus estudios realizados el 43% brinda una buena capacitación de tecnologías a sus trabajadores. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017 los trabajadores de la empresa están capacitados en cuanto a la innovación de las nuevas tecnologías.

## **VI. CONCLUSIONES**

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro alojamiento, tienen una edad de 30 a 50 años la mitad es del sexo masculino, la gran mayoría tienen estudios superiores universitarios los negocios de los alojamiento son administrados por los propios dueños quienes desempeñan en ese cargo por más de 4 a 6 años.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de alojamiento, tienen de 4 a 6 años en el rubro, la mayoría cuenta de 1 a 5 trabajadores que no son familiares y la minoría tiene como objetivo de creación subsistir en el mercado competitivo.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de alojamiento, casi siempre identifican los problemas que existen en su empresa, y a veces identifican el área a mejorar pero sin embargo no planifican opciones de mejora, efectúan cambios e implementaciones para su empresa casi siempre y casi siempre controlan el cumplimiento de los planes establecidos en su empresa. La mayoría de los representantes brindan una atención personalizada al cliente y el servicios que ofrecen es buena, además de que casi siempre le dan una buena orientación al cliente del servicio que ofrece de la misma forma cumple con las expectativas del cliente y se diferencia siempre de la competencia también implementan casi siempre tecnología en el servicio que ofrece y les brinda eficientemente los servicios requeridos por el cliente además de eso los trabajadores casi siempre están capacitado en cuanto a las nuevas tecnologías.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Indagar más sobre las ventajas competitivas, que estudien carreras relacionadas a la administración para que así puedan estar más preparados para dirigir y administrar sus negocios; para que de esa forma con el paso del tiempo y los conocimientos adquiridos puedan posicionarse en el mercado competitivo; hacer conocida su negocio en un corto plazo y atraer más clientes.

Capacitar a los dueños y/o administradores en temas de gestión de calidad y ventajas competitivas ya que les permitirá tomar decisiones correctas ante algún problema empleando correctamente las técnicas administrativas para que a si su negocio se diferencie de la competencia.

Integrar las herramientas de las ventajas competitivas para que las empresas se desarrollen mejor y obtengan mayores beneficios económicos y sociales de tal forma que sigan subsistiendo y no caigan al olvido o desaparezcan con el pasar del tiempo y dejen de existir.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, M. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y confiabilidad de las mypes sector turismo rubro hoteles del distrito de Zorritos - Tumbes, año 2017*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3938>.
- Castañeda, J. P. (2015). *Competitividad y ventajas competitivas*. Perú: la república. Recuperado de <https://robertoespinosa.es/2017/10/22>.
- Castillo Lucio, E. R. (2016). *Gestión de la calidad bajo el enfoque de la cultura organizacional y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/498>.
- Celada, S. (2014). *Servicio al cliente como ventaja competitiva en empresas comercializadoras de abarrotes en el municipio de retalhuleu*". Guatemala: Universidad Rafael Landívar. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20097/ChaparroLealReneAlejandro2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Cerna, G. H. (2013). *Evolucion sel servicio del cliente*. México: Mc Graw Hill. Recuperado de <https://www.unipymes.com/la-evolucion-del-servicio-al-cliente/>.
- Cornejo, R. (2017). *Sistema online como ventaja competitiva en hoteles de tres estrellas de la ciudad de Puno-2015*. Puno: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/3522>.

- Deming. (2013). *La calidad*. México: Mc Graw Hill. Recuperado de <http://kailean.es/william-edwards-deming-el-propulsor-de-la-calidad-total/>.
- Deming, E. (2017). *Calidad Productividad y Competitividad*. Madrid: diaz de santos. Recuperado de [https://gestionempresarialuts.files.wordpress.com/2014/08/calidad\\_productividad\\_y\\_competitividad\\_la\\_salida\\_de\\_la\\_crisis\\_17\\_to\\_131.pdf](https://gestionempresarialuts.files.wordpress.com/2014/08/calidad_productividad_y_competitividad_la_salida_de_la_crisis_17_to_131.pdf).
- Diaz, G. (2016). *Relación entre la gestión de la calidad y ventaja competitiva en diferenciación en el área de producción de la empresa menú express, en la ciudad de Cajamarca*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte. Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10912>.
- Edwards, D. (2013). *Planificación de calidad*. Madrid: diaz de santos. Recuperado de <https://www.aiu.edu/spanish/publications/student/spanish/planeacion-y-gestion-de-la-calidad.htm>.
- Gonzales, C. (2013). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. España: Pearson Pretince Hall. Recuperado de <https://.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>.
- Gutierrez, C. A. (2014). *Administración y Calidad*. México: Limusa. Recuperado de [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf).
- HERRERA, M. M. (2013). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa*. México: Universidad Veracruzana. Recuperado de <https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/MIRIAM-HERRERA-MENDOZA.pdf>.

- James, P. (2013). *Gestión de la calidad total*. México: Prentice-Hall. Recuperado de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/1882/17460815.pdf;jsessionid=44937540635B5DA2ADF48BB4D908B201?sequence=1>.
- LEY N° 30056. (1 de julio de 2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversion, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. *LEY N° 30056*. Lima, Lima, Peru: Congreso de la República. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>.
- Núñez, f. (2013). *Servicio al Cliente*. Colombia: Pretti Hill. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13647/TRABAJO%20DE%20GRADO%20FINAL%20ORTIZ%20HERRERA%20LUZ%20AYDA.pdf?sequence=2>.
- Paredes, R. (2016). *La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles. caso hotel ivansino inn, Chimbote, año 2016*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3280>.
- Peruano, E. (2015). Reglamento de establecimiento de hospedaje. Recuperado de <http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-ESTABLECIMIENTO-DE-HOSPEDAJE.pdf>
- Porter, M. (2013). *La Ventaja Competitiva*. Mexico: s.l. (grupo patria cultural) alay Ediciones. Recuperado de <https://www.casadellibro.com/libro-ventaja-competitiva/9789702402039/875706>.

- Ramírez, M. C. (2013). *Implementación del Sistema de Gestión de Calidad, en base a la norma ISO 9001:2000*. México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO CAMPUS SAHAGÚN. Recuperado de <https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icbi/licenciatura/documentos/Implementacion%20del%20sistema.pdf>.
- Rojas, R. M. (2018). *Gestión de calidad y servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/23223?show=full>.
- Salazar, S. M. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas)*. Huaraz: Uladech Católica. Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/840/MYPE\\_PROMOCION%20DE%20VENTAS\\_%20SALAZAR\\_SANTILLAN\\_%20DELIA\\_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/840/MYPE_PROMOCION%20DE%20VENTAS_%20SALAZAR_SANTILLAN_%20DELIA_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Thompson, P. G. (2013). *Administración estratégica*. México: McGraw-Hill. Recuperado de [https://www.academia.edu/28414430/Administraci%C3%B3n\\_Estrat%C3%A9gica\\_Thompson\\_18va](https://www.academia.edu/28414430/Administraci%C3%B3n_Estrat%C3%A9gica_Thompson_18va).
- Vargas, Á. (2017). *Hotelbeds Group*. México: McGraw-Hill. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/126566\\_hotelbeds-se-ofrece-hoteles-como-aliado-frente-ota.html](https://www.hosteltur.com/126566_hotelbeds-se-ofrece-hoteles-como-aliado-frente-ota.html)

## ANEXOS

### Anexo 1.

#### Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2017				Año 2018								Año 2019			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		x														
3	Aprobación del proyecto de Jurado de Investigación			x													
4	Exposición del proyecto por el Jurado de Investigación				x												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X							
7	Elaboración del consentimiento informado(*)									X							
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados											X					
10	Análisis e Interpretación de los resultados												X				

11	Redacción del informe preliminar														X			
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														X			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															X	X	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X	
15	Redacción de artículo científico																	X

Anexo 2.

**Presupuesto**

<b>Presupuesto de desembolso (Estudiantes)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Número % 0</b>	<b>Total (S/.)</b>
Suministros(*)			
Impresiones	15.00	2	30.00
Fotocopias	7.00	4	28.00
Empastado	100	1	100.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	4.00	1	4.00
Lapiceros	4.00	1	4.00
<b>SERVICIOS</b>			
Uso del turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gatos de Viaje</b>			
Pasajes para recolectar información	150.00	1	150.00
<b>Sub total</b>			
<b>Total presupuesto desembolsable</b>			316.00
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Número % 0</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.0 0	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.0 0	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.0 0	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.0 0	1	50.00
<b>Sub total</b>			
<b>Recurso humano</b>			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.0 0	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total presupuesto no desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			968.00

Anexo 3.

Documento presentado a la Municipalidad Provincial de Huaraz

**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUARAZ**  
"AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO"

**INFORME N° 193-GDEvS/SGPE-T-MPH-2017**

**AL :** Abog. Curre Dionicio Rojas León  
Secretario General  
Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública

**DE :** Responsable de Tramifácil

**ASUNTO :** Solicitud de Información sobre Agencias de Alojamiento Autorizados por la Municipalidad Provincial de Huaraz

**REFERENCIA :** - Memorándum N° 1175-2017-MPH-/SG-TRANSPARENCIA (04.11.2017)  
- Expediente Administrativo N° 27635(29.11.2017) presentado por GIANMARCO JUVER OLIVO RETUERTO

**FECHA :** Huaraz, 06 de Diciembre del 2017

-----

Por medio del presente, me dirijo a Usted para saludarlo cordialmente, a la vez de respecto al documento de la referencia para remitir lo siguiente

- Relación de Hoteles, Hospedajes y Alojamiento, que la Municipalidad Provincial de Huaraz ha emitido la Licencia Municipal de Funcionamiento, siendo en total Cinco (05) folios.

Es todo cuanto informo a Ud. Para los fines pertinentes

Atentamente,

-----  
Responsable de Tramifácil



  
C.c. Arch.  
REDATARIA

  
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUARAZ  
SECRETARIA GENERAL  
R  
06 DIC 2017  
Horas: 4 N° Exp.: 1406  
Folios: 02 Firma:

N°	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN
1	INEISA SAC	Arawi Pastoruri Alojamiento	Jr. Corongo N° 145
2	Empresa de Turismo Andino SRL	Andino Club	Jr. Pedro Cochachin N° 357
3	San Sebastián EIRL	San Sebastián	Jr. Italia N° 1124
4	Gran Alojamiento Cesar`s E.I.R.L.	Gran Alojamiento Cesar's	Jr. Larrea y Laredo N° 721
5	Colombito EIRL	Colomba	Jr. Francisco de Zela N° 210
6	Recreo Tropical la Colina S.R.L.	Klinton	Jr. Juan Bautista N° 827
7	Hatún Wasi S.R.L.	Los Portales	Av. Raymondi N° 903
8	Alojamiento Cadena Real S.A.C.	Alojamiento Baños Termales de Monterrey	Av. Monterrey S/N
9	Alojamiento Hoteles Cadena Real S.A.C.	Real Hotel Huascarán	Av. Santiago Antunez de Mayolo S/N
10	Alojamiento el Rubi S.A.C.	El Rubi	Av. Luzuriaga N° 550
11	Gran alojamiento Centenario EIRL	Gran alojamiento Centenario	Av. Centenario N° 515
12	Morales Guesthouse EIRL	Morales	Jr. Jose Olaya N°556 – Barrio de José Olaya
13	Alojamiento Valencia E.I.R.L.	Valencia	Jr. Larrea y Laredo N° 687
14	Empresa de Alojamiento Valencia II E.I.R.L.	Valencia II	Psje. San Martín N° 480
15	Grupo Paucar Loli SRL	Alojamiento Huaraz	Av. Luzuriaga N° 529
16	Empresa de Servicios turísticos Samuel's S.R.L	Samuel's	Jr. Simón Bolívar N° 504
17	Alojamiento Alturas SAC	Alojamiento Alturas	Ar. Raimondi N° 316
18	Alojamiento Chavín Señorial S.R.L.	Chavín Señorial	Jr. San Martín N° 873
19	Las Tejas Alojamiento Perú E.I.R.L.	Las Tejas	Jr. Mariscal Cáceres N° 328
20	Alejo Alejo Raúl Lorenzo	Rinconcito Huaracino	Jr. Sebastian Beas N° 833
21	Empresa Hotelera Alpamayo Perú EIRL	Alpamayo Center	Av. Luzuriaga N° 629
22	Alponte Ycanaque Patricia Emilin	Montaña Blanca	Av. Confraternidad Internacional Este N° 110

23	Mina Azul Servicios Generales S.R.L	Pirámide	Mz. Única Lt 22 Parque Ginebra
24	Anaya Bayes Elmer Ricardo	Bond	Jr. Francisco de Zela N° 426
25	Inversiones Turísticas La Brasa Red EIRL	Alojamiento La Aurora	Av. Luzuriaga N° 915
26	Alojamiento Turístico Misky Huarac SAC	Alojamiento Misky Huarac	Jr. Francisco Araos N° 184-190
27	Empresa Hotelera y Alojamiento Golden EIRL	Golden	Jr. Lúcar y Torre N° 414
28	Bravo Camones Miriam Ángela	La Cordillera	Av. Manco Cápac N° 166
29	Yolanda Dina Camones Melgarejo	La Cordillera II	Jr. Trece de Diciembre N° 319
30	Fernandez Salazar Javier Claudio	Alojamiento Hualcor	Jr. Fidel Olivas Escudero N° 960
31	La Casa de Zarela E.I.R.L.	La Casa de Zarela	Jr. Julio Arguedas N° 1263
32	Negocios Colper E.I.R.L.	El Jacal	Jr. José de Sucre N° 1044
33	Vizcarra Benites Elizabeth Eugenia	Alojamiento Schatzi	Jr. Simón Bolívar N° 419

#### Anexo 4.



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

### CUESTIONARIO

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

La Gestión de Calidad bajo el enfoque de las Ventajas Competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz 2017.

Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas.

#### **I. GENERALIDADES:**

#### **1.1 REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

##### **1. Edad**

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

##### **2. Sexo**

- a) Femenino
- b) Masculino

##### **3. Grado de Instrucción**

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no Universitaria

e) Superior Universitaria

**4. Cargo que desempeña**

a) Dueño

b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña**

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

**1.2 Referente a las características de las micro y pequeñas empresas**

**6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

**7. Número de trabajadores**

a) 1 a 5 trabajadores

b) 6 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

a) Familiares

b) Personas no familiares

**9. Objetivo de Creación:**

a) Generar ganancias

b) Subsistencia

**10. Ingresos promedios mensuales**

a) Hasta S/. 52, 500.00

b) Más de S/. 52, 500.00 hasta S/. 595,000.00

c) Más de S/. 595,000.00

**11. Constitución de la empresa**

a) Persona natural

b) Empresa individual de responsabilidad limitada

c) Sociedad de responsabilidad limitada

- d) Sociedad anónima cerrada
- e) Sociedad anónima abierta

## **II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

### **2.1 GESTIÓN DE CALIDAD**

**12. ¿Usted identifica los problemas que existen en su empresa?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre

**13. ¿Usted identifica el área a mejorar en su empresa?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Nunca

**14. ¿Usted planifica opciones de mejora en su empresa?**

- a) Si
- b) No

**15. ¿Usted efectúa cambios e implementa soluciones para su empresa?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces

**16. ¿Usted controla el cumplimiento de los planes establecidos en su empresa??**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces

**17. ¿Qué tipo de atención al cliente brinda más en su empresa?**

- a) Atención presencial
- b) Atención telefónica
- c) Atención virtual

## **III. REFERENTE A LA TECNICA ADMINISTRATIVA: VENTAJA COMPETITIVAS**

**18. ¿El tipo de servicio que ofrece a sus clientes es**

- a. Muy buena
- b. Buena

**19. ¿Brinda una buena orientación al cliente del servicio que ofrece?**

- a. Nunca
- b. Casi nunca
- c. A veces
- d. Siempre
- e. Casi siempre

**20. ¿Cumple con las expectativas del cliente en cuanto al servicio que ofrece?**

- a. Si
- b. No

**21. ¿Las características del servicio que ofrece se diferencia de la competencia?**

- a. Nunca
- b. Casi nunca
- c. A veces
- d. Siempre
- e. Casi siempre

**22. ¿Qué tipo de segmento tiene su empresa?**

- a. Geográfica
- b. Demográfica
- c. Psicográfica
- d. Socioeconómica

**23. ¿La empresa innova los servicios que ofrece a comparación de la competencia?**

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Nunca

**24. ¿La empresa implementa tecnología en el servicio que ofrece?**

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces

**25. ¿La empresa brinda eficientemente los servicios requeridos por el cliente?**

- a. Siempre

- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Nunca

**26. ¿Los trabajadores de la empresa están capacitados en cuánto a la innovación de las nuevas tecnologías?**

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Nunca

Anexo 5.

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017.

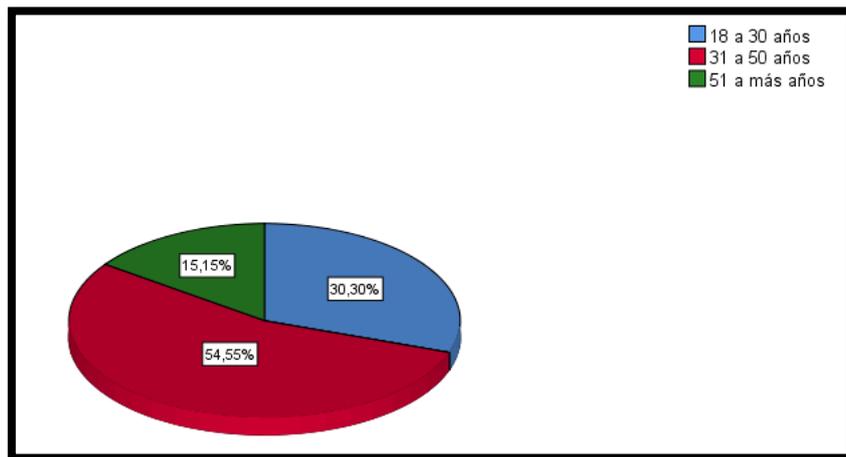


Figura 1. Edad de los representantes

Fuente. Tabla 1

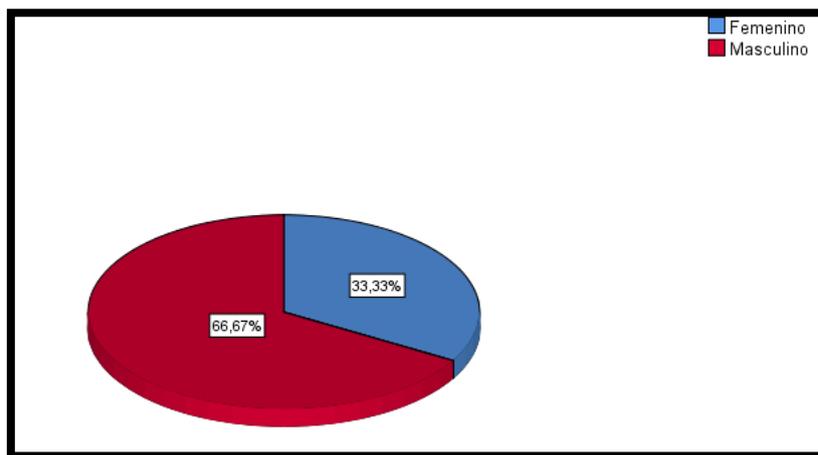
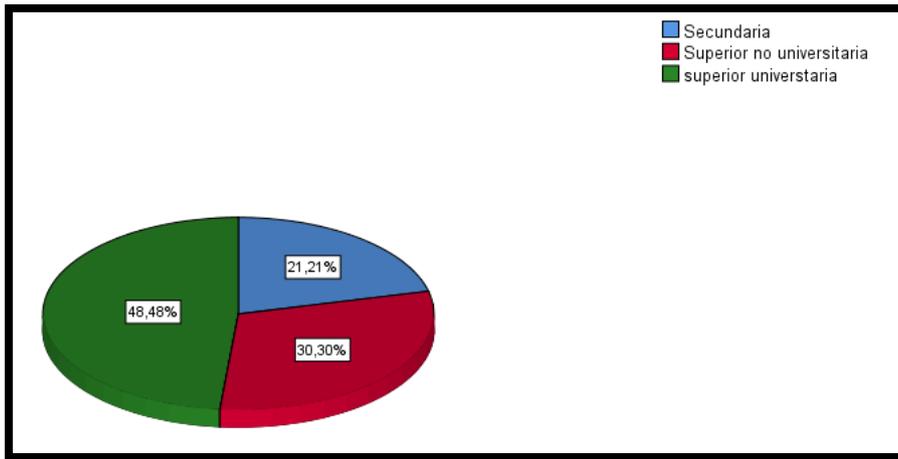


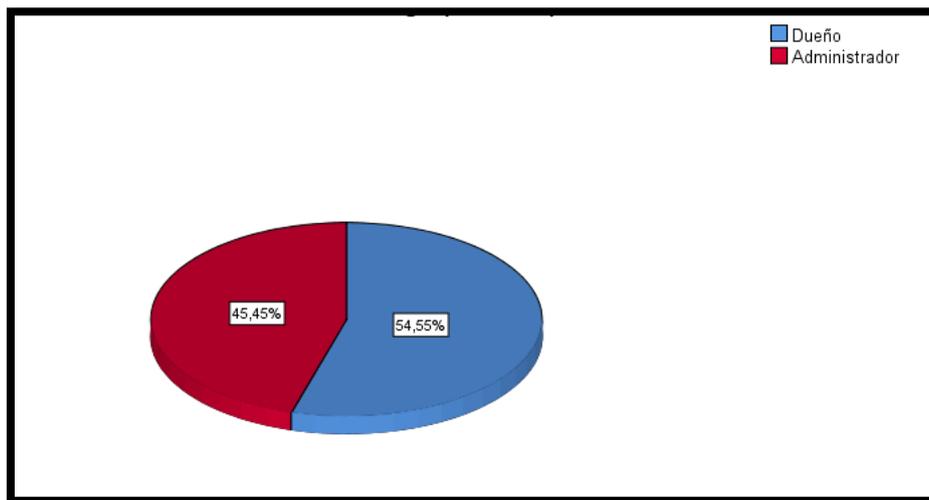
Figura 2. Género de los representantes

Fuente. Tabla 1



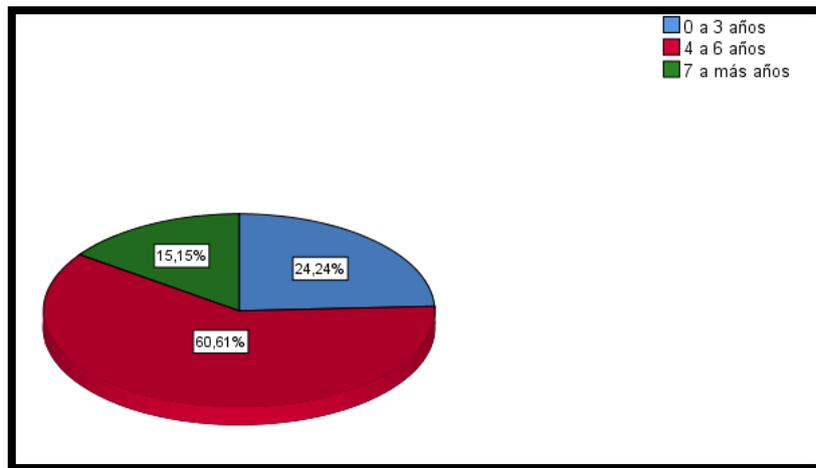
**Figura 3.** Grado de instrucción de los representantes

**Fuente.** Tabla 1



**Figura 4.** Cargo que desempeñan los representantes

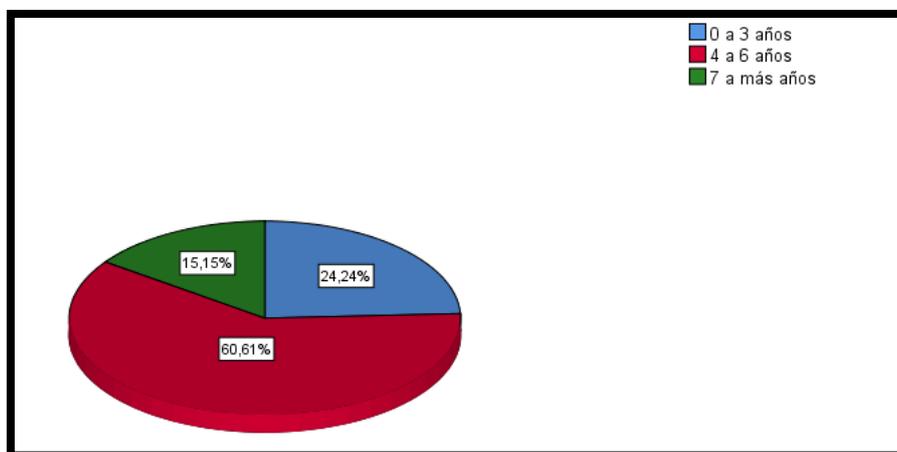
**Fuente.** Tabla 1



**Figura 5.** Tiempo que desempeñan los representantes

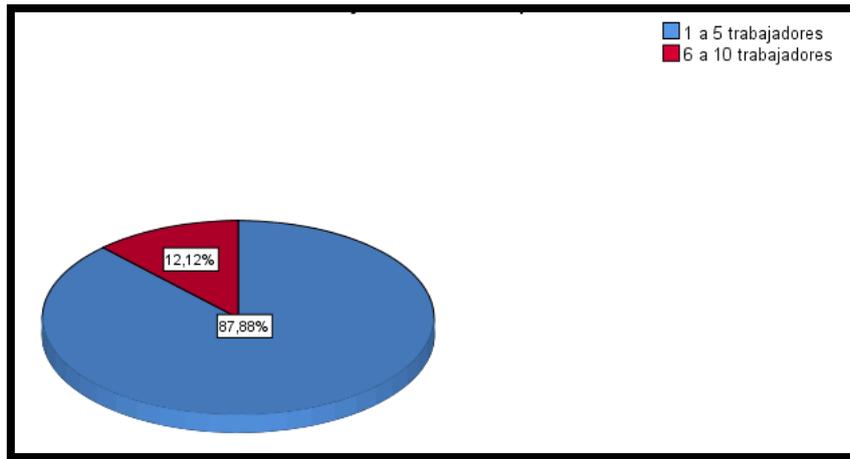
**Fuente.** Tabla 1

**Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de alojamiento, en la provincia de Huaraz, 2017.**



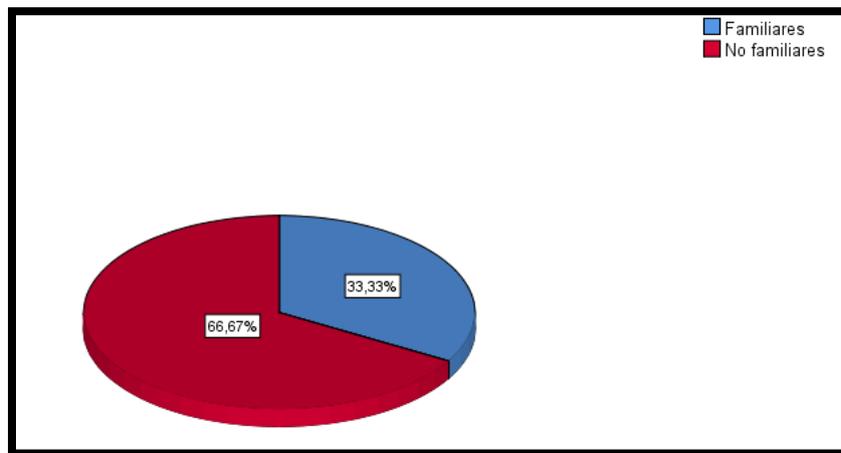
**Figura 6.** Tiempo de permanencia de la empresa

**Fuente.** Tabla 2



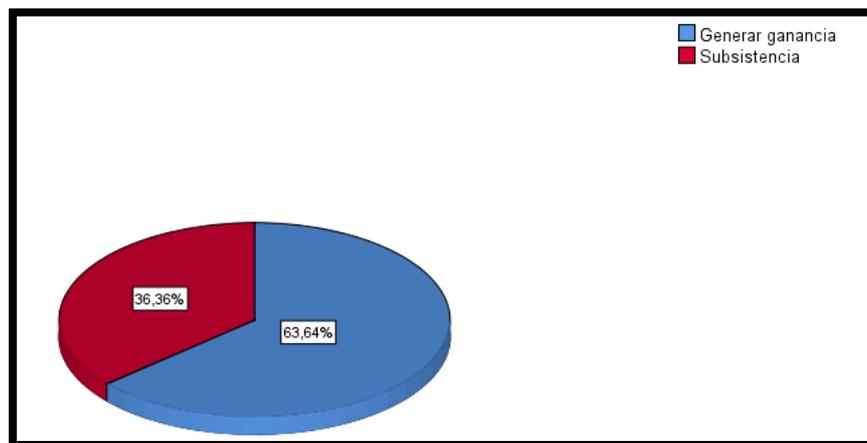
**Figura 7.** Número de trabajadores en la empresa

**Fuente.** Tabla 2



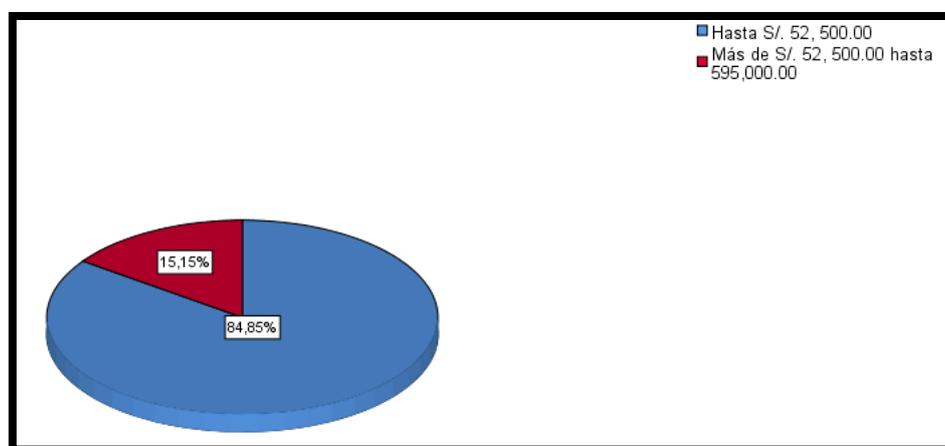
**Figura 8.** Las personas que trabajan en su empresa

**Fuente.** Tabla 2



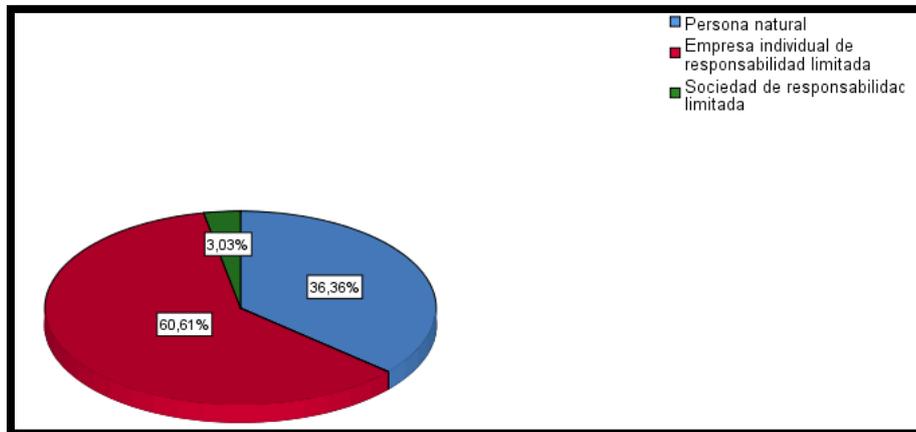
**Figura 9.** Objetivo de creación

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 10.** Ingresos promedios mensuales

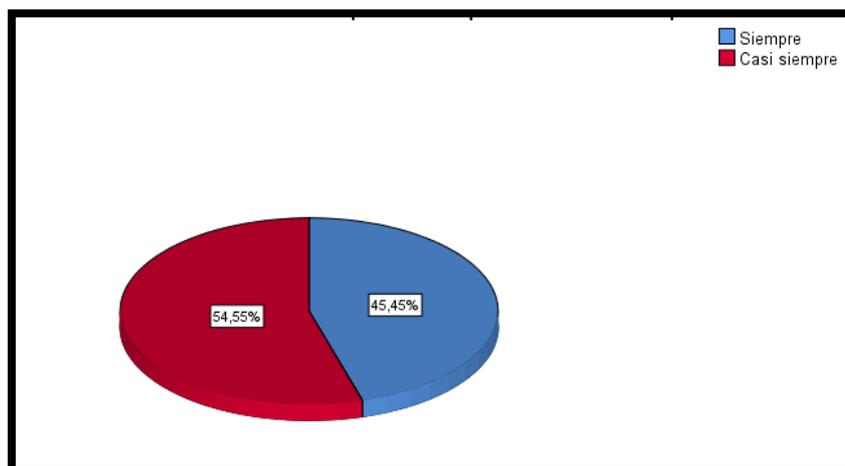
**Fuente.** Tabla 2



**Figura 11.** Constitución de la empresa

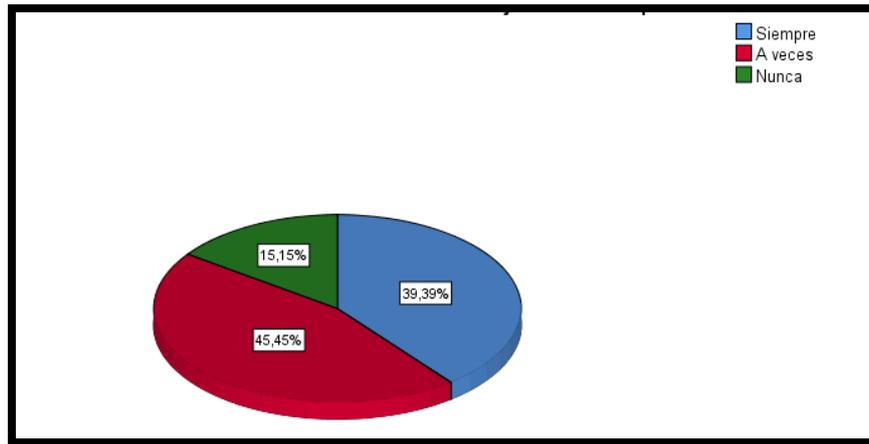
**Fuente.** Tabla 2

**Característica de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de alojamiento, en la Provincia de Huaraz, 2017.**



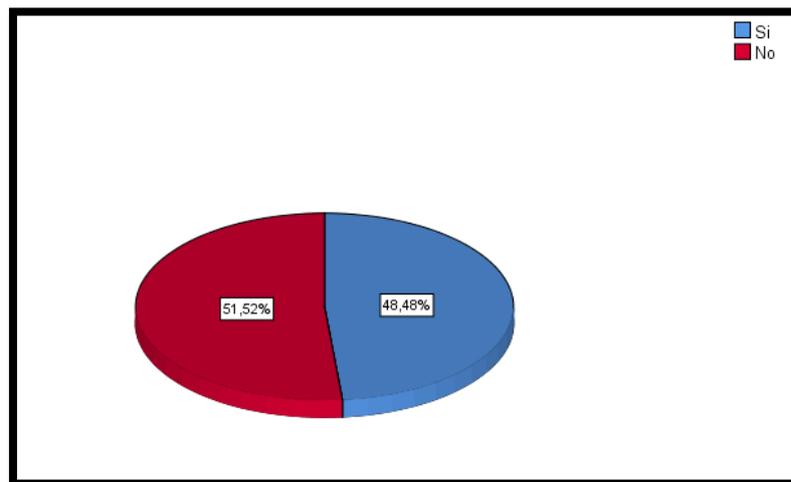
**Figura 12.** Identificación de los problemas

**Fuente.** Tabla 3



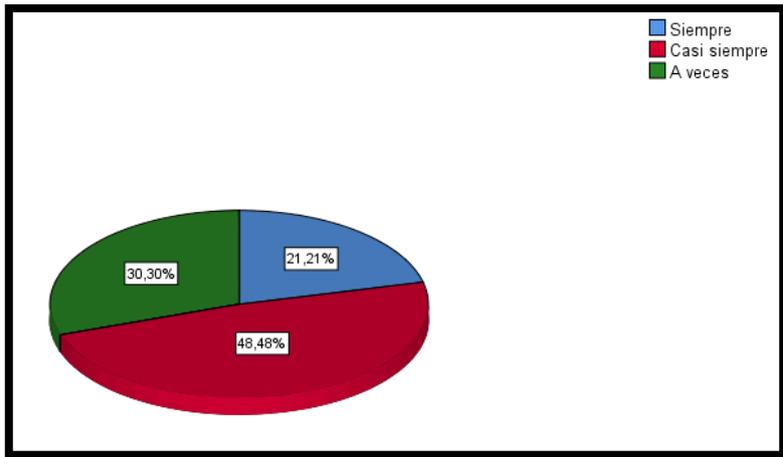
**Figura 13.** Identificación del área a mejorar

**Fuente.** Tabla 3



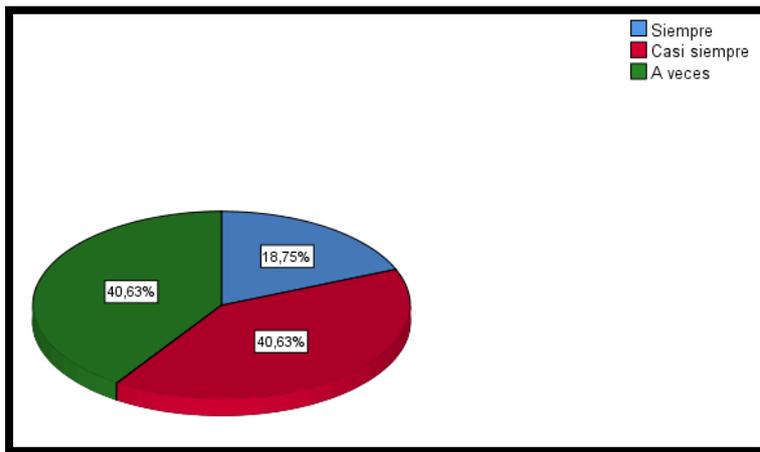
**Figura 14.** Planificación de mejora

**Fuente.** Tabla 3



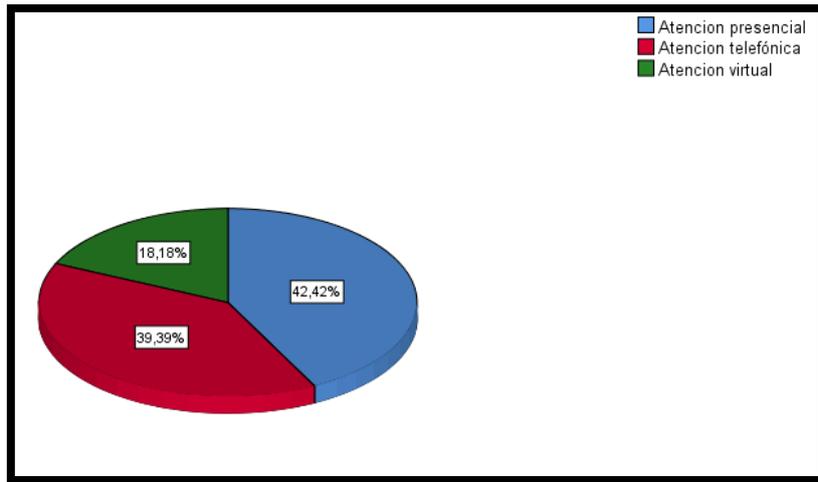
**Figura 15.** Implementación de cambios y soluciones

**Fuente.** Tabla 3



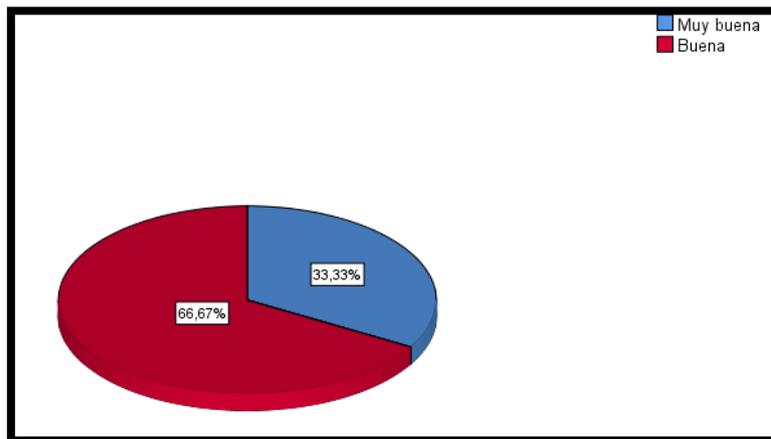
**Figura 16.** Cumplimiento de los planes establecidos

**Fuente.** Tabla 3



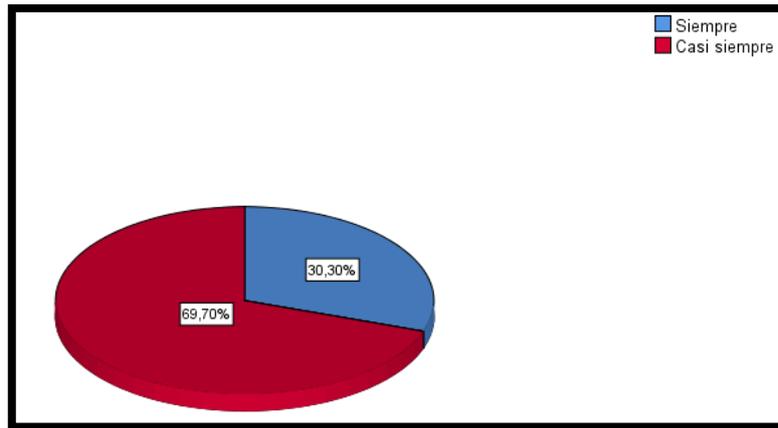
**Figura 17.** Atención al cliente

**Fuente.** Tabla 3



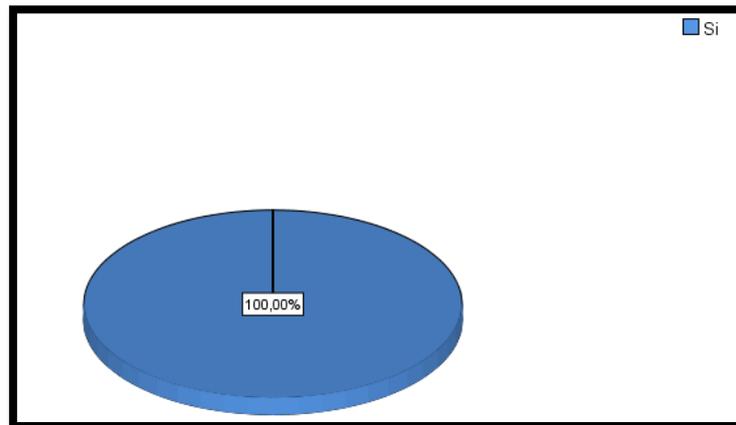
**Figura 18.** Servicio que ofrece

**Fuente.** Tabla 3



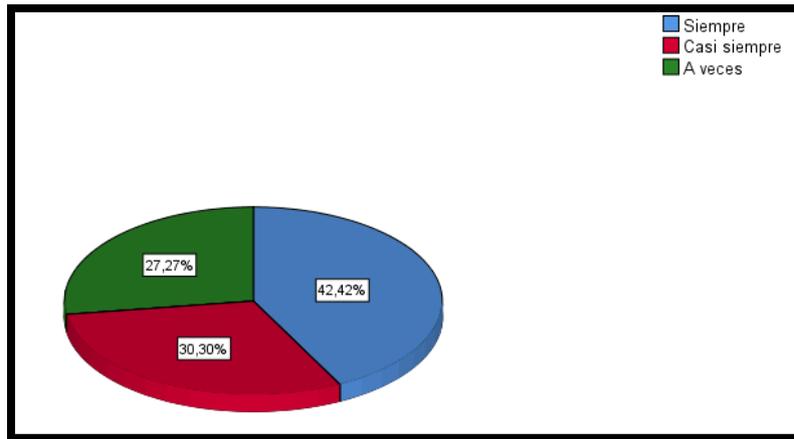
**Figura 19.** Orientación al cliente

**Fuente.** Tabla 3



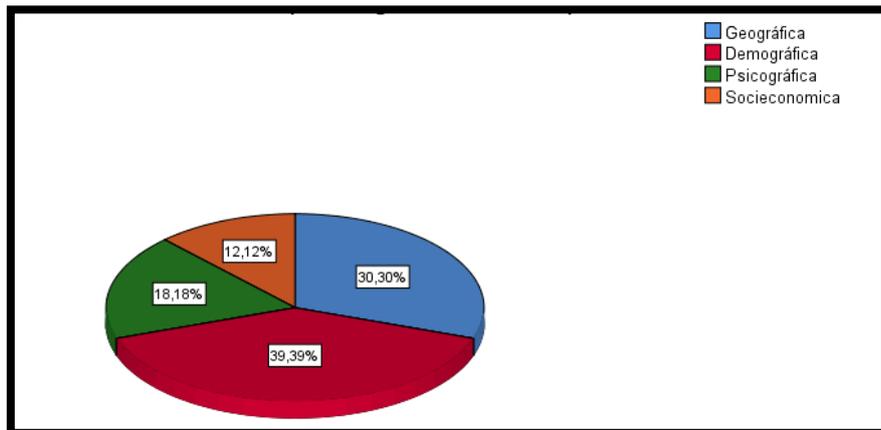
**Figura 20.** Cumplimiento de las expectativas

**Fuente.** Tabla 3



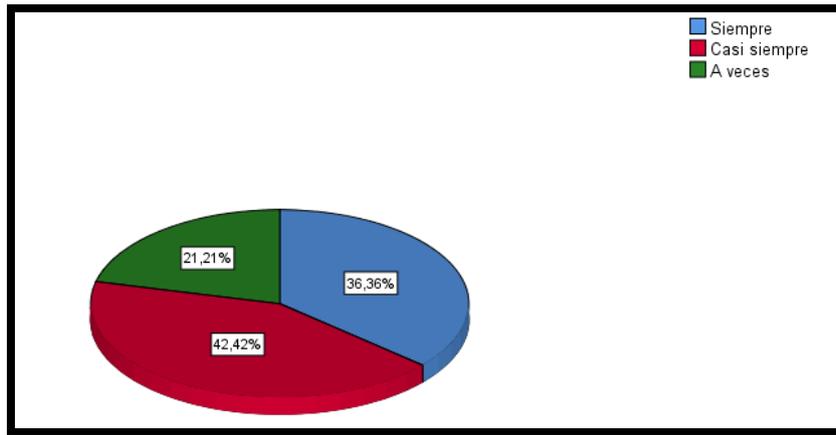
**Figura 21.** Diferenciación de la competencia

**Fuente.** Tabla 3



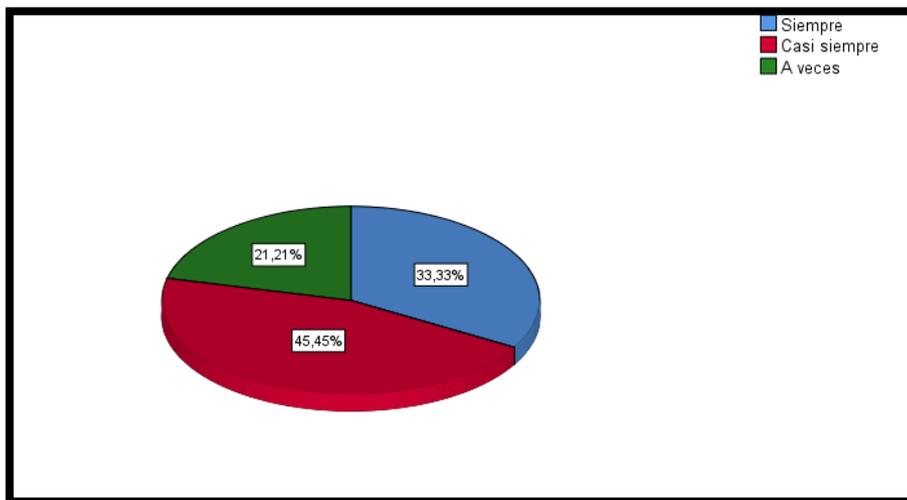
**Figura 22.** Segmentación de la empresa

**Fuente.** Tabla 3



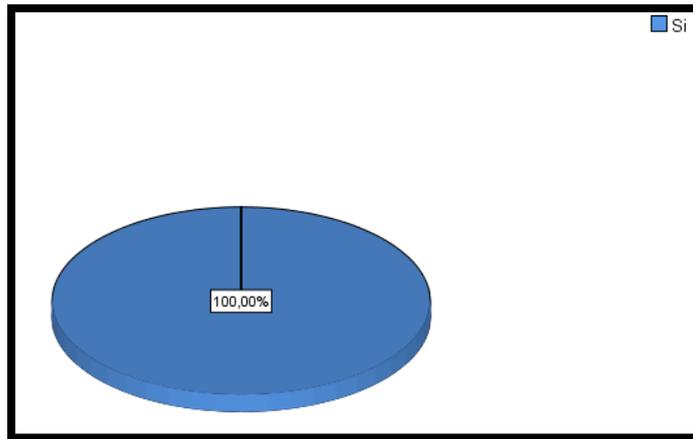
**Figura 23.** Innovación de los servicios

**Fuente.** Tabla 3



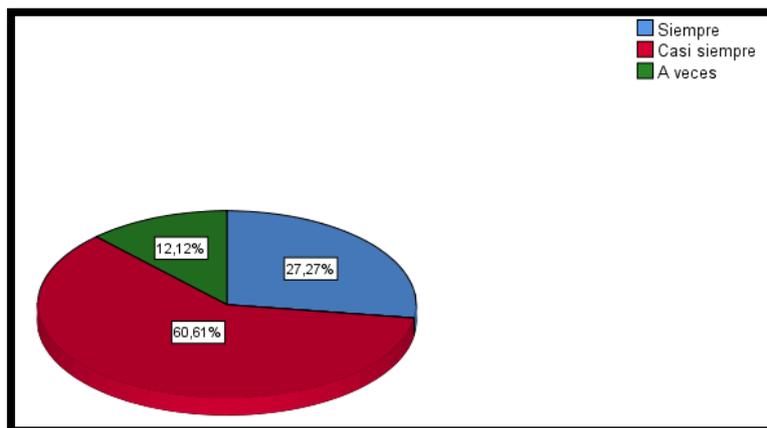
**Figura 24.** Implementación de tecnología

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 25.** Cumplimiento de los servicios

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 26.** Capacitación a los trabajadores

**Fuente.** Tabla 3