



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PROCESO DE SELECCIÓN  
DE PERSONAL Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO AGENCIA DE  
VIAJES Y TURISMO EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2019

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

**AUTOR**

VIDAL CASTILLO, TOMÁS GUSTAVO

ORCID. 0000-0003-0930-4361

**ASESOR**

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

Vidal Castillo, Tomás Gustavo

Orcid. 0000-0003-0930-4361

### **Investigador principal**

**Estudiante de la Escuela Profesional de Administración**

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid. 0000-0002-6399-5928

**Docente Tutor Investigador de la Escuela Profesional de**

**Administración**

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote**

## **JURADO**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Orcid: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Orcid: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

## **Agradecimiento**

A Tomás Vidal y Patricia Castillo, mis padres y Zenaida Rodríguez, mi abuela por la formación llena en valores y propósito de emprendimiento.

A la vez dar gracias a mi familia siempre comprensiva, que ayudaron en el camino de la misión propuesta

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, por ser parte de mi formación profesional, brindándome la enseñanza para afrontar la vida laboral.

Y a los asesores que se dieron el tiempo de poder encaminarnos en el proceso de la elaboración de la investigación.

## Resumen

El presente estudio planteó, como problema saber ¿cuáles son las características de la gestión de calidad con el uso de la selección de personal en las micro y pequeñas empresas del rubro agencias de viajes y turismo de Huaraz?, para lo que se propuso como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad en el proceso de selección de personal. La investigación fue no experimental, descriptivo, cuantitativo, con 85 empresas, aplicando un cuestionario tipo encuesta; con los siguientes resultados: el 58.80% son dueños del negocio; el 56.47% tiene de 31 a 50 años de edad; el 50.60% son mujeres. El 64.71% analiza los resultados de las actividades empresariales para analizar la situación de la empresa. El 40.00% observa la experiencia personal para determinar causas y efectos que repercuten en su empresa; un 27.06% capacita al personal y define nuevas operaciones como propuesta de plan de mejora. El 70.59% no cuentan con procesos de selección de personal; el 32.94% propone pruebas que permitan la observación en el conocimiento del puesto; un 63% refiere que el proceso de selección si ayudaría en alcanzar los objetivos trazados. Concluyendo que se encuentran deficiencias correspondientes a la calidad de servicio que muestran las micros y pequeñas empresas y la búsqueda del personal idóneo que implica alcanzar dichos objetivos trazados.

Palabras clave: Gestión de calidad, investigación, micro y pequeñas empresas, procesos de selección

## **Abstract**

The present study raised as a problem to know what are the characteristics of quality management with the use of personnel selection in micro and small companies of the travel and tourism agencies of Huaraz? for what it was proposed as objective to determine the main characteristics of quality management in the personnel selection process. The research was non-experimental, descriptive, quantitative, with 85 companies, applying a survey questionnaire; with the following results: 58.80% own the business; 56.47% are 31 to 50 years old; 50.60% are women. 64.71% analyzes the results of business activities to analyze the situation of the company. 40.00% observe personal experience to determine causes and effects that impact on your company; 27.06% train staff and define new operations as an improvement plan proposal. 70.59% do not have personnel selection processes; 32.94% propose tests that allow observation in the knowledge of the position; 63.53% said that the selection process would help achieve the objectives set. Concluding that there are deficiencies corresponding to the quality of service shown by micro and small businesses and the search for the appropriate personnel that implies achieving said objectives.

**Keywords:** Quality management, research, micro and small businesses, selection processes.

## CONTENIDO

Título de la Tesis .....	i
Equipo De Trabajo .....	ii
Jurado Evaluador y Asesor .....	iii
Agradecimiento .....	iv
Resumen y abstract.....	v
Contenido.....	vii
Índice de tablas y Figuras .....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la Literatura .....	11
III. Hipótesis.....	34
IV. Metodología.....	35
4.1. Diseño de la investigación .....	35
4.2. Población y muestra.....	35
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	37
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	40
4.5. Plan de análisis .....	40
4.6. Matriz de consistencia .....	42
4.7. Principios éticos.....	43
V. Resultados .....	44
5.1. Resultados .....	44
5.2. Análisis de los resultados.....	51
5.3. Plan de mejora.....	61
VI. Conclusiones.....	76
Recomendaciones .....	78
Referencias bibliográficas .....	79
Anexos .....	81

## Índice de tablas y Figuras

<b>Tabla 1.</b> Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz. ....	44
<b>Tabla 2.</b> Características de las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz. ....	45
<b>Tabla 3.</b> Características de la Gestión de Calidad en el proceso de selección de personal en las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz. ....	46
<b>Tabla 4.</b> Propuesta de plan de mejora en las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz.....	49

## **Figuras (anexos)**

<b>Figura 1.</b> Edad de los Representantes (años).....	94
<b>Figura 2.</b> Genero de los Representantes. ....	94
<b>Figura 3.</b> Grado de Instrucción. ....	95
<b>Figura 4.</b> Cargo que desempeña. ....	95
<b>Figura 5.</b> Tiempo que desempeña el cargo.....	96
<b>Figura 6.</b> Tiempo que permanece de la empresa en el rubro.....	96
<b>Figura 7.</b> Número de trabajadores. ....	97
<b>Figura 8.</b> Las personas que trabajan en su empresa.....	97
<b>Figura 9.</b> Objetivo de creación.....	98
<b>Figura 10.</b> Análisis de situación de la empresa (Planifica).....	98
<b>Figura 11.</b> Determina causas y efectos que repercuten en su empresa .....	99
<b>Figura 12.</b> Planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa .....	99
<b>Figura 13.</b> Efectúa cambios e implementa soluciones para su empresa.....	100
<b>Figura 14.</b> Mide los resultados obtenidos durante el proceso .....	100
<b>Figura 15.</b> Implementa el plan de mejora para su empresa.....	101
<b>Figura 16.</b> Documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido. ....	101
<b>Figura 17.</b> Cuenta con un proceso de selección de personal .....	102
<b>Figura 18.</b> Da conocimiento a los futuros postulantes las características del puesto .....	102
<b>Figura 19.</b> Exige cómo características en el perfil del solicitante al empleo .....	103
<b>Figura 20.</b> Medios donde realiza el reclutamiento de personal .....	103
<b>Figura 21.</b> Considera como importante para la aceptación del postulante .....	104
<b>Figura 22.</b> Tipo de pruebas se emplean para la evaluación del postulante.....	104
<b>Figura 23.</b> Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante ..	105
<b>Figura 24.</b> Proceso de selección de personal, ayuda a la mejora de su empresa con respecto al logro de sus objetivos .....	105

## **I. Introducción**

Hoy en día la búsqueda de la mejora continua y competitividad es de mucho interés en las micro y pequeñas empresas (MYPE), dentro de las cuales se desarrolla la gestión del talento humano, tomándose mucha importancia dentro de la gestión, tanto para los administradores como para los dueños, estas van cumpliendo con mayor claridad y respetando los procesos de selección que deben ser transparentes en todo sentido, buscando así la mejora y la estandarización de calidad en lo que corresponde a la atención al cliente y el servicio brindado; siendo de gran interés para la presente investigación la carencia de capacidades de los dueños de las micro empresas para implantar propuestas de calidad en el servicio que brinda, proponiéndolo desde un aspecto de selección del personal adecuado, hasta realizar las tareas correctamente en función a los objetivos que requiera la empresa, y alcanzarlos con eficiencia. Por esta razón es que la motivación que impulsó el presente trabajo de investigación, es conocer las características de la gestión de calidad con el uso del proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del rubro agencias de viajes y turismo en Huaraz. Este tema está articulado a la línea de investigación que propone la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote cuya propuesta es: la gestión de calidad teniendo en cuenta la aplicación en las micro y pequeñas empresas, que establece la Escuela de Administración.

Según Chiavenato (2009) el reclutamiento y la selección de personal pertenecen a las fases de un solo proceso de recursos humanos, que corresponden al ingreso o incorporación del talento humano a la organización. Especificando que la selección de personal es aquella que vela por los requisitos establecidos para los

postulantes que fueron anteriormente reclutados, en ello observar si se amoldan a los puestos a cubrir y dar el visto bueno para desempeñarse en él.

Por su parte Desseler (2011) junta los conceptos llamándolos planeación de la fuerza laboral, mencionando que es un proceso que propone utilizar medios para poder cubrir puestos que en un futuro estén dispuestos para solicitar personal, desde subordinados hasta el director general. Según la discusión, que por lo general se presenta en todos los libros, se toma en cuenta la idea de que el reclutamiento y la selección de personal están inmersos dentro del proceso de captación del talento humano, siendo parte fundamental para una buena gestión en el aspecto de los recursos humanos, con lo que se garantiza la tranquilidad y efectividad en la toma de decisiones respecto al personal idóneo en cualquier contexto. En la investigación se puede apreciar que la selección de personal en un comienzo da la confianza para lograr los objetivos trazados, en el caso de las agencias de viajes y turismo esto es esencial, siendo estas mismas las que proponen un servicio en el cual quieran o no el cliente se lleva la experiencia como recuerdo del servicio, siendo así es mucho más conveniente tener el personal idóneo, capacitado y motivado para realizar su trabajo.

Dentro de las problemáticas más notorias y menos rescatables del rubro de agencias de viajes y turismo es el no respetar al turista local, porque en ciertas temporadas del año incrementan considerablemente los precios hasta en 100%, con lo cual pierden oportunidades de servicio, lo que se traduce en pérdidas económicas considerables en épocas de mayor consumo, pues se sabe que el turista local tiene una considerable participación en el país.

La presente investigación tiene como fin aportar con resultados y sugerencias para que estas empresas tengan conocimientos suficientes para determinar con las innumerables quejas del mal servicio, agentes de cambio y búsqueda de la calidad en lo que corresponde al sector turismo, teniendo énfasis en lograr un reconocido atractivo turístico a la ciudad de Huaraz, que uno de sus ejes más significativo está siendo dañada por el mal manejo por parte del personal no adecuado de estas micro y pequeñas empresa, siendo la falta de conocimiento de los jefes de oficina o dueños de las empresas de turismo al momento de seleccionar a su personal.

Teniendo en cuenta lo ya mencionado la investigación permite el desarrollo y lograr entender los modelos y técnicas para lograr una adecuada selección del personal siguiendo procesos que denotan su funcionamiento en estas empresas de la localidad.

Como oportunidad para estas empresas, se puede decir que en el Perú el crecimiento del turismo crece paulatinamente teniendo así ingresos que permiten dar mayor empleo a estos pequeños mercados siendo de mayor ingreso para estas el turismo local, teniendo crecimientos de un 10% en los siguientes años el cual es de oportunidades para las MYPES (Perú 21, 2013). Es así que hoy en día los problemas más recurrentes que se presentan en las MYPES del sector turismo es la evolución de desempeño laboral puesto que cuentan con desventajas con respecto a las demás empresas que comercializan el turismo en la ciudad, como también el prestigio de la ciudad como lugar turístico.

De otro lado la gran deficiencia en el sector, es la falta de capacitación de parte de los jefes ya que los empleados tienen que asistir por propia cuenta a realizar pequeñas capacitaciones que se brindan muy pocas veces en la localidad, lo que lleva

que los jefes o dueños de estas empresas no lleven a cabo la evaluación del desempeño laboral, que es necesario para el prestigio de la organización, pues si no lo hacen corren el riesgo de no llegar a cumplir los objetivos trazados.

Finalmente, se puede agregar que la investigación va a atender puntos débiles de las MYPES del rubro ya mencionado, encontrando así pérdidas significativas en lo que corresponde a la mala información al cliente, pésimo servicio, accidentes en la ejecución del servicio, que significativamente son los casos más relevantes de las MYPES del rubro agencias de viajes y turismo en la ciudad de Huaraz.

En ese sentido, Ramírez (2016) menciona que las empresas tienden a embarcarse a las grandes industrias como grandes productores para proveerse a fin de lograr la comercialización, siendo la mayoría de estas micro y pequeñas empresas que lograron su posicionamiento. Estos esfuerzos lograron entender la gran importancia de la MYPES ya que se nota el crecimiento de estas empresas, mediante motivaciones, crecimiento de los empresarios, sus relaciones con el entorno económico y lo más importante que contribuye y aporta en el crecimiento económico. En el aspecto general las pequeñas empresas se pueden denotar como crecimiento económico, trabajo, competitividad y generación de nuevos productos.

Por su parte, Rivera (2012) expresa que España como marca turística tiene un índice de ser el segundo país que recibe más ingresos de turistas en el mundo, también es la cuarta ciudad de recibir turistas. Esto se logró gracias a la internacionalización de las pequeñas empresas turísticas españolas, puesto que aquello ayudó económicamente, gracias que contribuyó a la mejora de las organizaciones logrando su innovación y mejor aún abrirse a nuevos mercados contribuyendo mucho en

aspectos diversos como buscar una gestión de calidad óptima o lograr la capacitación y obtención de resultados con respecto a la evaluación del desempeño de los subordinados, con ello lograron presencia en el ámbito internacional.

En el siglo XX, muy aparte de fabricar productos y que estos sean comercializados para beneficio de las dos partes, también se está logrando relaciones en actividades con el sector servicio. Se estudia que existen diferente método de desarrollar un ámbito para lograr llevar el tema con mayor énfasis y capacitación para desarrollar aspectos referenciados en diversos ámbitos de empresa que logren la aceptación y posicionamiento dentro de los mercados españoles, definiendo a estos con más énfasis en empresas como turísticas, restaurant y transporte, por lo mismo de las actividades de las ciudades (Soria, 2011).

Existe un estudio que diagnostica concordancia en el concepto de las MYPES, puesto que tienen un porcentaje de 90% existentes en Costa Rica, que participan activamente en desarrollar su ámbito, siendo que son obligados a lograr la innovación que en muchos casos solo se expresa en aspectos tecnológicos que para estas son muy costoso, haciendo que las organizaciones se queden estancadas en el tiempo impidiendo que surjan. Al realizar este estudio se puede decir que el emprendimiento de las MYPE se da de diferente forma a los procesos tecnológicos, que más bien van de la mano con capacitaciones hacia el emprendedor y que este sepa manejar el entorno en que convive, que teniendo los conocimientos necesarios llevará estos mismos conocimientos a sus trabajadores logrando procesos que le den un cambio dentro de la misma. Con las que en las MYPES en el Perú cuentan con programas que ayudan a

mejorar la tendencia de capacitación del emprendedor para que este evalúe al personal teniéndose ya resultados favorables en este ámbito (Ponce, 2015).

En el Perú se ve una elevada participación de las MYPE (94,5 %), siendo de interés para el gobierno porque la mayoría de estas tienen trabajadores de un promedio de edad de 18 a 35, siendo este sector con más ayuda en capacitación y evaluación. En este sentido el ministro de Producción expresó que al organizar muy bien al empresario a desarrollar técnicas de capacitación y gestión, logrará que no haya indicio de deserción de su personal estas en un corto plazo y con ello crear empleos logrando la capacitación de estos llegando a un fin común (El Comercio, 2018).

Por otra parte, Perú alcanzó 2 341 dólares a inicios del año 2018, con ello se ve que incrementó un 9% que es ya un factor promedio de crecimiento en el País, este índice de ingresos son los gastos que realizaron los extranjeros dentro de las empresas en su mayoría MYPES relacionados a viajes y transporte dentro de la ciudad. Dando valor a los diferentes ámbitos relacionados y como una actividad de gran aporte a la economía nacional, puesto que aportó un 66,2%; colocándose como tercer productor de divisas en el Perú (El Comercio, 2018).

En la ciudad de Huaraz, existen una mayoría considerable de MYPES, abordando el sector comercio y servicio, siendo esta por la demanda generada por empresas mineras y el crecimiento del turismo, donde las siguientes mencionadas aportaron poder adquisitivo en la población. En este sentido las MYPES, son parte de la esencial para el crecimiento de las empresas y la economía de la población huaracina, ya que son parte también representantes de las entidades públicas siendo estas participes de la Ley N° 29051 y su Reglamento (Diario YA, 2008).

Por lo anteriormente expresado las empresas de agencias de viajes y turismo en la ciudad de Huaraz no cuentan con conocimientos en gestión de calidad, teniendo también carencia en conocimientos para realizar un proceso de selección de personal adecuado para contribuir en la empresa, con lo cual se planteó la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características de la gestión de la calidad en el proceso de selección de personal y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo en la ciudad de Huaraz, 2019?

Teniendo lo ya expresado, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en el proceso de selección de personal y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo en la ciudad de Huaraz, 2019.

Para lo cual se propuso los objetivos específicos, siendo posible conseguir el objetivo general:

- Precisar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2019.
- Definir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2019.
- Especificar las principales características de la gestión de calidad en el proceso de selección de personal del sector servicio agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2019.

- Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en el proceso de selección de personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2019.

La investigación se justifica en su conveniencia ya que servirá para conocer las principales características de la gestión de calidad en el proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro agencia de viajes y turismo en la ciudad de Huaraz, 2019, con lo que se podrán brindar aportes específicos sobre los procedimientos más adecuados a fin de que los representantes de estas empresas puedan contar con material necesario y llevar un adecuado proceso de selección de personal. El trabajo de investigación se basa en beneficiar a las diferentes MYPE, que se dedican a agencias de viajes y turismo, incorporando proceso de selección de personal logrando obtener un servicio en el cual sea sólido, para lograr los objetivos de la empresa bonificándose también en aspectos económicos, siendo esta la razón de cada una, influyendo también así a su crecimiento (Hernández, 2014).

Desde el punto de vista de la relevancia social, se entiende que los beneficiarios serán directamente los usuarios que son los turistas, tanto locales, nacionales y extranjeros, pues al proponer un plan de mejora para que las empresas desarrollen un mejor procedimiento de selección de personal, se contará con personas cuyo perfil profesional y de calidad de servicio sean mejores y más aptos para que se logre una mejor satisfacción del cliente (Hernández, 2014).

Desde las implicancias prácticas, se justifica ya que aporta con el crecimiento de sus trabajadores, teniendo en cuenta el tipo de ciudad en el cual viven, que es una de las ciudades promedios con más aceptación turística, con lo que el estudio va enfocado a la superación del talento humano, denota que la evaluación de desempeño en base a políticas y seguir los procedimientos establecidos (Hernández, 2014).

Respecto a la metodología, se utilizó el diseño no experimental, ya que se observa cómo se realizan las operaciones en su ámbito real más no se manipula la variable. Mostrando un nivel de investigación cuantitativo, siendo este que actúa con una perspectiva estadística, para poder conocer a la medición de la población mediante una muestra, ya conociendo datos históricos referentes a la variable de la investigación; y siendo de tipo descriptivo, en la cual la recopilación de la información se dio mediante el uso de la encuesta, siendo esta la técnica de la investigación, teniendo también como instrumento el cuestionario.

Se obtuvo los siguientes resultados: el 58.80% son dueños del negocio, de los cuales el 56.47% tienen de 31 a 50 años de edad, siendo un 50,60% del género femenino. Los que expresan que 64.71% analiza los resultados de las actividades empresariales para analizar la situación de la empresa. El 40.00% observa la experiencia personal para determinar causas y efectos que repercuten en su empresa; 27.06% manifiesta que da capacitación al personal y define nuevas operaciones como propuesta de plan de mejora. Un 70.59% no cuenta con procesos de selección de personal, el reclutamiento de personal se da un 35.3%; un 32.94% propone pruebas que permitan la observación en el conocimiento del puesto; un 63.53% menciona que el proceso de selección sí ayudaría en alcanzar los objetivos trazados.

Con lo que se pudo obtener las siguientes conclusión: la gran deficiencia del sector servicio, rubro agencia de viajes y turismo correspondientes a la gestión de calidad ya que no muestran los procesos correctos que se encuentran en el ciclo de Deming logrando con ello una seria dificultad para dar un servicio de calidad a los clientes de este sector, que más aun requieren la atención de este aspecto ya que más que un servicio brinda una experiencia a sus clientes, en tal caso requiere ser atendido en su totalidad, siendo así, poner en práctica la calidad del servicio obteniendo personal adecuado e idóneo en los puestos que busca cada empresa y así alcanzar los objetivos planteados.

## **II.Revisión de la Literatura**

### **2.1. Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

Murillo (2015) en su tesis *Sistema de reclutamiento y selección de personal para la cadena de supermercados Mercamaxx del cantón los Bancos, provincia de Pichincha*, tuvo como objetivo diseñar un sistema de Reclutamiento y Selección de Personal para la cadena de supermercados Mercamaxx del cantón los Bancos, provincia de Pichincha, que permita el mejoramiento del desempeño laboral. La investigación fue con enfoque cualitativo y cuantitativo, descriptivo y propositivo; se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario, se aplicó el cuestionario a los trabajadores y una entrevista al gerente. Tuvo como resultados: el 78% de los encuestados han manifestado que no se han sometido a algún proceso de selección, y el 22% se sometieron al proceso de selección; el 14% ha manifestado que su título académico sí se ajusta a las funciones de la empresa, mientras que el 86% no; al 28% les proporcionaron proceso de inducción, al 17% les dieron capacitación inicial y al 55% no les proporcionaron nada; el 92% piensa que la empresa debe tener un departamento de talento humano, y el 8% dice que no es necesario. Como conclusión: es importante contar con el personal adecuado a las funciones que les fueron asignadas, por lo que debe contar con un proceso de reclutamiento que le permita obtener la mayor cantidad de candidatos a ocupar los diferentes puestos dentro del supermercado y tener un mejor número de posibilidades de selección, para optar por el candidato idóneo.

## **Antecedentes Nacionales**

Herrera (2017) con el siguiente estudio *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, provincia de Satipo, año 2017*, el cual tuvo como objetivo determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector mencionado, estructurando 20 preguntas considerando la técnica de la encuesta y siendo una investigación de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, no experimental, con ello se consideró para poder desarrollar el recojo de la información en 11 empresas, la cuales presentan los siguientes resultados, el 37% no capacita al personal, el 75% trabaja correspondiente a influir a la toma de decisiones del cliente para adquirir el producto, los cuales expresan que cuentan de 1 a 4 trabajadores (62,50%), que de los presentantes un 75% son de género femenino. Dan así las conclusiones del estudio donde predomina la falencia que tienen con el uso de la herramienta de gestión de calidad en cuanto a mejorar o innovar el servicio lo que implica desatender el proceso de atención, Se tiene claramente el buen trato en atención y recibimiento del cliente, influyendo en él a la decisión final.

Torres (2017) en su estudio, *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017*; tuvo como objetivo determinar la gestión de calidad bajo el enfoque a la atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, la cual contó con la siguiente metodología; fue descriptiva, no experimental. Se contó con una población de 26 Micro y pequeñas empresas, a las que se les aplicó un cuestionario de

23 preguntas, utilizando la técnica de encuesta; para así obtener los resultados más relevantes: el 40% tiene 29 a 39 años, siendo estos de género femenino (80%), refiriéndose a las micro y pequeñas empresas, poseen de 6 años a más representados por el 40%; al igual del número de trabajadores que tienen de 6 a más años dando un porcentaje de 45%. Siguiendo con los resultados de la gestión en la cual se obtuvo que el 50% sigue un plan de negocio, el 70% capacita a los trabajadores. Concluyendo que las empresas están ceñidas por un plan de negocios el cual se sigue para realizar así el logro de sus objetivos. Por otro lado, se puede ver el paulatino crecimiento para atención al cliente teniendo en cuenta que los resultados arrojan que sólo el 50% de las empresas toman en cuenta el siguiente aspecto, por lo cual necesita reforzarlo en breve.

Accilio (2018) en el estudio nombrado como *El reclutamiento y selección de personal en el real hotel–Huánuco periodo 2017*. Tuvo como objetivo dar a ver que hoy en día, sin herramientas no se puede seguir con una empresa sobre todo para la obtención de personal adecuado y capacitado, en la que carece la empresa intervenida, la cual tendrá mejor servicio y contribuirá con el desarrollo personal; siendo el estudio de nivel descriptivo, no experimental, descriptivo y teniendo una población de 43 trabajadores de la empresa; teniendo como técnica de recolección de datos a la encuesta e instrumentó al cuestionario, para así determinar los resultados más relevantes de la investigación que expresan que 53,49% manifiestan que son útiles los anuncios; se manifiesta también que el 65% da a conocer los requerimientos del puesto; 60% registra la información y las competencias que tiene el puesto; 91% refiere que busca personal con experiencia en el puesto. Concluyendo que la empresa no cuenta con una política de reclutamiento y selección de personal por lo cual se ve

útil implementar a la empresa y así garantizar el buen funcionamiento para la empresa, implementándola con pruebas psicológicas y proponiendo un proceso para la implementación adecuada de la variable.

Ramírez (2019) en el estudio, *El proceso de la selección de personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de agencias de viajes turísticos, distrito de Huaraz, 2019*, tuvo como objetivo determinar las principales características de la selección de personal como factor de la gestión de calidad del rubro. La cual emplea una metodología no experimental –transversal, de nivel descriptivo y cuantitativa, como población 30 representantes, teniendo como técnica e instrumento a la encuesta y cuestionario con 22 preguntas; se obtuvo los siguientes resultados: el promedio de edad es 20 a 30 años representando el 63%; que el 76,7% tiene solo estudios secundarios; un 70% no conoce el proceso de selección de personal; el 50% de las empresas realizan pruebas de conocimientos. Concluyendo que en el sector la calidad es poco favorable, por los resultados ya vistos, las micro y pequeñas empresas no cuentan constantemente con un proceso de selección, por lo cual se ve mucha falencia con el proceso de atención al cliente, dando cabida a la mala difusión del turismo en nuestra ciudad, siendo esta una de las actividades más destacadas.

Sánchez (2017) con la tesis *Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro agencias de viaje y guías turísticos, Huaraz, 2017*. El objetivo principal del estudio fue determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del plan estratégico en el rubro agencia de viajes y guías turísticos, en que se logra dar a conocer que posee

un diseño transeccional, siendo descriptiva y cuantitativa, en la cual se encuentra un muestra de 35 representantes con que se pudo obtener el recojo de información, quienes dieron información necesaria para el estudio, resolviendo una encuesta de 25 preguntas, haciendo saber que se utiliza la encuesta como técnica, con que se pueden apreciar los resultados, dando a saber que un 28,7% de los representantes no usas el análisis FODA; el 51,43% da a saber que sí realizan un análisis y establecen estrategias, y que sí se establece acciones correctivas para las estrategias planteadas (40%). La conclusión del autor es que las micro y pequeñas empresas del rubro casi siempre tiene diseñados sus objetivos y con estas implementan procedimientos que ayudan a que los colaboradores sean más precisos correspondientes al manejo de herramientas y en el tiempo adecuado para su realización.

García (2017) en su estudio *Gestión de la calidad con el uso del ciclo de Deming en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro agencias de turismo en el distrito de Huaraz, 2017*, en el cual presentó como objetivo determinar las principales características del uso del ciclo de Deming en las micro y pequeñas empresas del rubro mencionado, posee un diseño no experimental, transversal, descriptivo, con una población de 70 representantes de las micro y pequeñas empresas, utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario; se obtuvo los resultados: el género masculino domina con un 82,9%; el 64% tiene estudios superiores; 54,3% muestra que los subordinados tienden a cumplir las expectativas del cliente y el 54,3% sí realiza cambios para mejorar el servicio. Concluyendo que las empresas del sector turismo en la ciudad vienen cumpliendo paulatinamente la mejora del servicio con la herramienta de calidad teniendo resultados que dan a ver el proceso de crecimiento que tienen estas para la búsqueda de la calidad en sus servicios.

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

### **Micro y Pequeñas Empresas**

Se define como una organización con fines empresariales la cual es constituida por una persona natural o jurídica la cual tiene fines de desarrollarse en diferentes actividades que estén permitidas dentro del rubro de cada una de ellas, en las que pueden estar al frente un representante o dueño y poder ser parte de la forma societaria que libremente desee. Decreto legislativo N° 1086 (Mares, 2013).

Las MYPES forman parte de un sector importante de la economía del Perú, en la que en su mayoría representan un 95.9% de un total de microempresas, dando paso a un 97.9% de un total de pequeñas empresas (Warner, 2005).

### **Caracterización de la ley N° 30056**

La ley denota una clasificación determinada para las MYPES las cuales siguen ciertos parámetros de ventas en un año, determinadas en UIT, con la clasificación de las misma como se puede ver a continuación: Micro empresas, que tienen un régimen permitido de ventas de hasta 150 UIT; pequeñas empresas, la cual cuenta con un régimen permitido de 150 UIT hasta 1,700 UIT; finalizando con las medianas empresas que alargan su régimen de 1,700 UIT hasta 2,300 UIT (SUNAT, 2016).

## **Importancias de las MYPES**

Es factor fundamental para la economía peruana. Dando cabida al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo quien afirma que la participación de las MYPES dentro del PBI asciende a un 40% y genera una oferta laboral de un 80%, sin mencionar el autoempleo que generan estas organizaciones (Sánchez, 2014).

Por otro lado, en aspectos positivos ya mencionados, da mayor tasa de empleo en el Perú, dando trabajo a millones de familias que buscan superación, reduciendo los índices de pobreza, incentivando el carácter emprendedor; colaborando y siendo una de las principales fuentes del sector privado e interviniendo directamente al crecimiento económico (Sánchez, 2014).

Sin embargo, presentan muchas falencias en temas de gestión de formalización puesto que presentan índices de crecimiento y a su vez desaparición de las mismas.

## **Agencia de viajes y turismo**

La razón de ser de una empresa de Agencia de Viajes y Turismo tiene como finalidad satisfacer las necesidades del servicio, ofreciéndoles los adecuados medios de alojamiento, herramientas, tecnología, logrando una empresa comprendiendo aspectos comerciales que son muy importante para la empresa, dando pase a estar financieramente correcta, con ello desempeñarse eficientemente (MINCETUR, 2013).

Los servicios turísticos surgen exclusivamente del hombre con la cual pueda satisfacer sus necesidades, la cual presentan características individuales, lo que permite notarse de otros servicios. Estos servicios presentan algo complejo para desarrollarse, porque al presentar varias etapas, siendo así que falle sólo una se estará dando a perder

el servicio otorgado. Está vista también como el efecto halo. Por estas razones este tipo de servicio requiere mucha supervisión por quienes se dedican a esta actividad, enfatizándose en los procedimientos y acciones en general (Fontana, 2008).

### **Perfil actual del turista**

Correspondiente a las nuevas tendencias de servicios y sobre todo en turismo se pueden apreciar cambios radicales en los tipos de clientes que hoy en día manejan estas agencias, ya que el cliente o llamémoslo nuevos turistas, corresponde a una actitud impaciente que requiere respuestas inmediatas para que precise sus requerimientos de servicio brindado (MINCETUR, 2013).

Por otro lado, busca experiencias, hoy en día vemos que las personas buscan relajarse, encontrar nuevos lugares, que son desconocidos para ellos recalcando nuevas experiencias, siendo estas mismas que lo requieren a personas atrapadas en la rutina de sus ciudades en actividades repetitivas.

Las personas gracias a la globalización están más que informadas y exigen un servicio de calidad, con lo que ya no aceptan la dinámica antigua, desea investigar más (Fontana, 2008).

### **Importancia del turismo**

En el Perú el turismo se ha convertido en pieza fundamental que contribuye al desarrollo, teniendo en cuenta que posee al término del 2016 un crecimiento del 7,5%, puesto que este sector dentro del Perú da trabajo a millones de personas, contribuyendo la erradicación de la pobreza en zonas rurales las cuales tienden a tener más atractivos turísticos en las que los mismos pobladores locales quienes buscan el beneficio de su

comunidad. Por otro lado, el turismo es considerado uno de los sectores económicos más estables a nivel mundial albergando millones de turistas extranjeros con lo cual genera incremento en el PBI del país (PromPerú, 2017).

Teniendo en cuenta lo expresado anteriormente, se puede decir que el turismo proporciona mayores logros en el ámbito socioeconómico puesto que dentro del país existen muchas ciudades que tienen distintos atractivos turísticos para que se pueda explotar, el estudio se basa en este sector tan importante para nuestra ciudad de Huaraz ya que dentro de muchas actividades de la que genera ingresos la población la más importante es el turismo, siendo esta últimamente olvidada por los entes quienes son propicios para la promoción de nuestra ciudad quienes al no obtener estos privilegios las ciudades importantes implantan su propia promoción para el crecimiento de la misma.

### **Proceso de Selección de Personal**

La selección de un solicitante pasa por diferentes pasos para poder determinar si puede desempeñarse en el puesto, siendo un proceso no determinado para todas las empresas, pues se pueden alterar respecto al tamaño y actividad, hoy en día el 80 % de las empresas cuentan con un proceso para poder atender a los reclutados y selección de personal (Werther, 2008).

Son innumerables los motivos por el cual se llega a emprender un proceso de selección de personal, desde despidos, incapacidades laborales permanentes, fallecimiento, hasta crecimiento de la empresa, implantar nueva tecnología, etc. Como este fin, el proceso de selección va con la necesidad de poder cubrir de uno a más puestos dentro de la empresa, en el cual se procede a reclutar personal, dentro del

mismo seleccionarlo teniendo en cuenta que pueda desempeñarse en el puesto (Puchol, 2003).

El proceso de selección es un procedimiento con el fin de lograr la adecuada elección del postulante, proponiendo así un desenvolvimiento y rendimiento adecuado dentro de la empresa, sin perder el ritmo del manejo de la misma y dando apoyo en temas de tomas de decisión o en casos de evaluación de desempeño (Montes, 2006).

### **Selección de Personal**

Es el proceso de asemejar el perfil dirigido por la empresa, con las características con las que cuentan los solicitantes, determinando esta comparación el proceso de selección, radicando en los pasos de determinación del puesto y perfil requerido y técnicas para lograr identificar las virtudes de los solicitantes (Chiavenato, 2007).

Por su parte, Montes (2006) menciona que dentro de la selección se puede nombrar los tipos de selección que existen:

- Selección Interna; dar oportunidad a personal dentro de la empresa para poder llevar a cabo su crecimiento laboral, analizando sus características para determinar el puesto que pretende.
- Selección Externa; donde se procede a realizar los procesos de selección, reclutando personal fuera de la empresa.

## **Elementos del Proceso de Selección**

Montes (2006) refiere que el proceso de selección tiene tres elementos fundamentales que son:

- La empresa; la cual no necesariamente respeta un proceso para la adquisición de personal, teniendo en cuenta tamaño de la empresa, mercado, actividad y su cultura según eso se formulará el diseño de puesto y perfil que se desea obtener.
- Puesto de Trabajo; este elemento va dar la información del perfil y funciones del puesto al cual los solicitantes se dirigen.
- La Persona; en la que se busca obtener su perfil profesional como conjunto, de interés de la empresa.

## **Objetivos del Proceso de Selección**

Se plantean diversos objetivos ya que el proceso de selección también cambia en el transcurso del tiempo, siendo el objetivo en su mayoría, en diversas empresas, que al realizar este proceso, el seleccionado responda a los requerimientos de la empresa logrando obtener el desempeño deseado, la adaptación al puesto que es importante para el empleador y por último logrando el rendimiento que se esperaba lograr que el talento quede dentro de la empresa viendo vías de mejora y aportando con los objetivos trazados. Con ello resaltar que el proceso que se realice sea eficaz yendo de la mano con los objetivos, dando énfasis en la adecuada elaboración de las características del puesto y para proporcionarlas a los solicitantes, con ello escoger también una serie de técnicas de selección con lo cual se pueda proporcionar la selección idónea en el momento preciso (Montes, 2006).

## **Fases del Proceso de Selección**

Montes (2006) explica que respecto a su modelo se pueden ver los siguientes procesos de selección:

- Descripción del puesto y del perfil requerido

En esta fase se da en cuenta lo que la empresa necesita, en seguida el proceso del análisis del puesto ya antes realizado, proponiendo integrar a un componente necesario quien cumpla las funciones requeridas en el cargo viendo las necesidades de la empresa (Montes, 2006).

- Reclutamiento de los candidatos

Es la fase donde ya realizada el análisis del puesto y sabiendo el perfil del personal, se da a saber al mercado de postulantes, siendo lo más claro posibles en su propuesta de empleo, dando lugar a una descripción entendible, selectiva, dando la razón social y giro de la empra. Lo cual dará lugar para segmentar y dar opción de escoger al mejor talento (Montes, 2006).

- Preselección

La fase de preselección es la más minuciosa, respecto al gerente o administrador de la empresa, dando a saber cómo se muestran los candidatos al puesto. Buscando lograr el talento más adecuado para el puesto que requiere atención, concordando con las características que posee para desempeñarse en él (Montes, 2006).

- Selección de pruebas y entrevista personal

Dada la selección de las personas idóneas para el puesto se da lugar a las entrevistas presenciales, el cual está definida por pruebas, las cuales serán las

que más convenga a la empresa correspondientes al rubro, sector, y actividad que tiene alguna de estas, ejemplo, para un conductor necesariamente se tomará un examen psicológico y desenvolverse en su mayoría sus aspectos más relevantes que es la conducción (Montes, 2006).

Las pruebas más recurrentes en este aspecto son las pruebas en la que puedan ver la personalidad del postulante (Psicológicas), pruebas que permitan la observación en el conocimiento del puesto, pruebas que permitan apreciar su aptitud ante diferentes aspectos.

– Informe Final

Es una de las fases finales del proceso donde se hace las comparaciones de los candidatos, donde se evalúan las actitudes, aptitudes y procesos, los cuales fueran de observación en todo momento por los gerentes o administradores de las empresas, donde el que se adecúa más al puesto, que como ya mencionado ha sido analizado antes por los dueños, tenga el impacto que se desea, logrando otorgar los conocimientos del ya trabajador, con los conocimientos recibidos de la empresa para complementar lo requerido por la empresa (Montes, 2006).

– Contratación y acogida

El contratista al haber obtenido el talento humano que más se afianzó al puesto, da a saber las políticas de la empresa, dando lugar a sus funciones horarios, salarios y beneficios que obtendrá, siendo correspondido por el trabajador se le otorga el contrato a firmar. Incorporándolo a la empresa, presentado al nuevo talento al ambiente laboral de la empresa (Montes, 2006).

## **Enfoques del proceso de selección**

La selección como proceso de comparación; se define representándola con las dos variables ya determinadas, por un lado, se da cuenta de los que el puesto exige del postulante (requisitos del puesto a cubrir) y por otro lado las características del puesto a cubrir, esta estrategia va señalada proponiendo que la primera variable se denomina “x” con lo que la segunda se denomina “y”.

Entonces se empieza con la comparación para definir el puesto, siendo que si “x” es mayor que la variable “y”, entendiéndose como han sido denominadas anteriormente se procede a obtener que el postulante no cumple con las expectativas del puesto, logrando así los puntos de comparación, puesto que determina según como se procese, suponiendo que las variables sean iguales pues el solicitante al puesto será preseleccionado y en caso la variable y sea mayor a la x pues el postulante supera las expectativas de la empresa. Lo que busca la comparación no es solo la igualdad de las variables, ya que estas mismas hay flexibilidad en las mismas según sea el caso, sino desempeñar un proceso de selección adecuando desde el análisis de puestos, descripción del mismo, con lo que se desarrollará instrumentos para llevar un proceso de selección de más rigor (Chiavenato, 2009).

La selección como un proceso de decisión y elección; esta se enfoca más a los candidatos, puesto que ellos son quienes va a indicar las condiciones con la que se presentan, en tanto la comparación anterior no define su futuro dentro de la empresa, lo que se quiere en este proceso es emplear las técnicas de selección y recomendar quienes son los más indicados para el puesto. No obstante, esta va a ser procesada aun

por el gerente de la empresa, con lo que expresa que este proceso indica la tercerización de tareas, proponiendo gastos para la misma (Chiavenato, 2009).

Modelo de colocación, selección y clasificación de los candidatos; dentro de este modelo se puede apreciar el gran problema que es escoger entre varios candidatos, puesto que cada candidato tendrá una respuesta diferente por medio de los gerentes a donde fueron presentados, en este aspecto hay cuatro modelos de tratos (significa la decisión que se tomará). La selección de personal tiene estos modelos de trato.

Modelo de colocación; en este caso solo existe un puesto y de igual manera existe solo un candidato, siendo así que no hay alternativa a rechazo.

Modelo de Selección; en este caso se encuentran varios candidatos y una sola vacante, en este caso hay dos opciones, una que es el rechazo o la aceptación los cuales serán evaluados referente a las expectativas del puesto, siendo que, si el candidato es rechazado, tiene que ser separado del grupo, dando lugar a los demás postulantes.

Modelo de clasificación; el número de vacantes son equivalentes al número de postulantes, este modelo parte de un concepto, el cual muestra que la organización está en busca de los candidatos idóneos para colocarlos en el puesto que se amolden, ya que ser rechazados de plano hará que el candidato pueda postular o ser evaluado para otro puesto de trabajo, este enfoque es el más amplio y eficaz

Modelo de valor agregado; Este aspecto va más allá de la colocación en el puesto requerido, este busca obtener talento humano que sea competente, en otras palabras, lo que se busca con este modelo es provisionarse de competencias en la empresa, porque en este modelo las empresas evalúan correspondientes a las

competencias individuales que posee cada candidato y con ello incorporar personal competente para desarrollar que la empresa sea competente en el mercado (Chiavenato, 2009).

### **Gestión de Calidad**

En el concepto de gestión de calidad se encuentra la discusión de un sinnúmero de autores que expresan diversas ideas como también comparten algunos aspectos del manejo de la gestión de calidad. Siendo así, Camisón (2006) refiere que la gestión de calidad se define como el control de los procesos, la cual se deriva a un concepto más amplio que refiere que la gestión de calidad es un conjunto de métodos usados puntualmente para llevar el control de calidad de lo que se desea realizar ya sean los procesos o en otros casos en los que se basan en el producto en el cual se aplican los procesos administrativos.

En la opinión otorgada y más amplia del concepto se refiere que la gestión de calidad es un conjunto de métodos primordiales, específicos que llevan un mejor manejo en lo que respecta al proceso administrativo, el cual es usado como base y concepto primordial en el control que maneja la empresa a nivel estadístico y como también de inspección, la cual otorga gran ayuda en lo que respecta al control de calidad de proceso como también es un herramienta para el control de productos.

Otro de los conceptos considerados y también utilizados es que la gestión de calidad es un conjunto de técnicas que conllevan al estudio y aplicación de estas que también van de la mano con procedimientos que dan como resultado un análisis, el cual conllevará a convertir en una nueva forma y más adecuada de la dirección de la organización conllevando a la discusión de varios autores que consideran que es un concepto más acertado en lo empresarial, ya que una forma de dirigir la organización

es obteniendo la calidad considerando también el acertado manejo de ella y el control que debería tener en las organizaciones.

Se toma también que los objetivos o metas que presenta la gestión de calidad se pueden distinguir como la satisfacción de las necesidades del cliente, cumpliendo las expectativas del mismo, lograr intervenir en las nuevas necesidades que son de inquietud para el cliente, lo cual corresponde al proceso o al servicio que otorga, alcanzar productos y el servicio sin ninguna falla desde un principio, en la producción, en el diseño del producto y en la presentación final lograr la satisfacción máxima del cliente, utilizando para ello las políticas que están establecidas, y como también responder a cada inquietud de los clientes siendo esta rápida y de un lenguaje favorable para el cliente.

En tanto a todo lo expresado, analizando cada concepto, permite deducir en tanto a gestión de calidad como el proceso de control para llevar una adecuada administración, implementando como herramienta para el logro de objetivos, siendo este de gran importancia en todo tipo de organización buscando así un desempeño óptimo en lo que refiere al servicio al cliente, como también en la producción de los bienes los cuales deben que cumplir la normas establecidas para su comercialización, con ello llevar a cabo la evolución del desempeño laboral que sería como herramienta para alcanzar la gestión de calidad, buscando así el mayor alcance posible para las metas trazadas en la planificación de la organización. Buscando con ello el bienestar de los trabajadores, obteniendo los resultados óptimos para la organización dándoles mayor prestigio y encontrado las falencias que tiene cada uno de los subordinados en lo que corresponde al puesto de trabajo en el que se encuentra (Camisón, 2006).

En este sentido, (Cuatrecasas, 2017) refiere que una gran diferenciación de la calidad a lo largo del tiempo la llama evolución del concepto de la calidad total, expresando que la calidad se maneja como antaño en todas las áreas de la empresa con la cual alberga el talento humano que son autónomos de la dirección de la empresa, que es de conocer que se sumerge en la planificación, como también en el diseño y el servicio en sí que da la organización, puesto a lo antes expresado el autor tiene por definición que la calidad pasa por un cambio radical en su proceso siendo este no representado por un costo, en cambio pasa ser un modelo de gestión para lograr mejorar los procesos obteniendo resultados de disminuir los costos y obtener mayores utilidades.

### **El ciclo de Deming como herramienta**

Esta aplicación es uno de los primordiales para poder planificar y obtener grandes índices de mejora en la calidad, aplicados en las normas ISO y otras normas de gestión (Carro y González, 2008).

Este ciclo muestra el PHVA; con lo que podemos apreciar el Planificar, Hacer, Verificar y por último actuar, con lo cual aporta a un desempeño correcto en la gestión de la calidad (Carro y González, 2008).

Para lo siguiente se pueden describir con más detalle a cada uno de los pasos del ciclo de Deming:

- Planear, con lo que se procede a definir el problema con el cual delimita que es lo que necesita la empresa en ese preciso momento y por qué es relevante para atenderlo.

- Hacer, dar interés a lo visto anteriormente recopilar información para poder proceder al siguiente paso; siendo antes identificar como se puede solucionar tomando aspectos importantes que se puedan medir para su corrección.
- Verificación, abordar en temas de la aplicación de los procesos, teniendo en cuenta los objetivos de la organización, a los parámetros de la misma y conocer los resultados para poder informarlos
- Actuar, dar énfasis en los procesos planteados y si ofrece mejoras en el sistema y si este necesita mejoras o modificaciones teniendo en cuenta reorganizarlos y planearlos una vez más.

### **Principios de la gestión de calidad**

Balagué (2014) menciona que los principios de la gestión de calidad se mencionan en las normas ISO 9000:2005; pues estas se basan en enfoques que son de gran importancia en la búsqueda de la calidad en donde se puede mencionar las siguientes:

i) Enfoque al cliente, es el factor primordial de las empresas y la búsqueda de la calidad, es necesario saber sus perspectivas hacia la empresa, con la que la misma estará en la búsqueda de su satisfacción;

ii) Liderazgo, otro punto fundamental en el cual los directivos deben dar las pautas, capacitación y los recursos necesarios para que el plantel este comprometido a alcanzar las metas trazadas;

iii) Participación del personal; en este aspecto menciona que el personal debe utilizar todos conocimientos obtenidos y utilizarlos para alcanzar las metas propuestas, pues esto es índice de una buena gestión;

iv) Enfoque basado en procesos, al incorporar la calidad en diferentes ámbitos se deben integrar procesos los cuales se tienen que identificar y gestionar diversas actividades que deben estar muy bien relacionadas entre sí, para lograr ser eficaces y lograr resultados;

v) La mejora continua; considerada el objetivo que cada empresa busca, teniendo un control adecuado para la corrección de los procesos que lleva la empresa en la búsqueda de la calidad;

vi) Toma de decisiones basada en hechos, se basa en la recolección de datos e información que son de gran ayuda para hacer una comparación de situaciones similares y hacer un adecuado análisis para la toma de decisiones.

Teniendo en cuenta lo descrito por el autor, se puede observar que las empresas que van en la búsqueda de la calidad tienden en dar énfasis a reformular o ajustar sus procesos, también integrar que lo más importante en su crecimiento y como también su valoración, para la búsqueda de calidad es acercarse, conocer y dar más atención a la perspectiva del cliente hacia su producto o servicio otorgado, con lo cual la empresa dará mayor confianza en sus actividades proponiendo productos o servicios que den satisfacción para los usuarios.

### **Sistemas de la Gestión de Calidad**

Un sistema de gestión de calidad engloba aspectos que son de importancia para lograr que funcione pues comprende estrategias, objetivos, políticas, recursos y con ello tener capacidades, métodos, proceso, procedimientos e instrucciones de trabajo, con lo que se puede llegar a una gestión adecuada para dar punto esencial hacia el logro de los objetivos (Camisón, 2006).

Con lo que se puede definir que los aspectos mencionados son en su mayoría claramente usados para edificar los procesos de cada empresa, pero al usarlos de manera adecuada e integrada se logrará obtener un sistema de calidad que será beneficioso cumpliendo las expectativas de los clientes también de la empresa, logrado una mejor gestión proporcionando sistemas para el alcance de objetivos. (Carro y González, 2008).

### **2.3. Marco Conceptual**

#### **Calidad**

Se define como las características de un bien o servicio que no tienen deficiencias en ninguno de los aspectos, con ello satisface a las necesidades en su totalidad (Carro, 2008).

#### **Agencia de Viajes Minorista**

MINCETUR (2013) estas no ofrecen los productos que no pueden alcanzar, proponen el servicio adecuando a los diferentes servicios que pueden obtener a su alrededor (alojo, movilidad, herramientas, entre otros)

#### **Contratación**

Se logra la contratación del personal idóneo para el puesto, busca la acogida de nuevo personal, siendo este punto de observación, capacitación y evaluación constante, para poder tener el desempeño esperado (Montes, 2006).

## **Descripción del Puesto**

Se logra determinar qué tipo de persona se necesita para ocupar el puesto a cubrir, según a los requerimientos de la empresa determinando un perfil para los solicitantes de empleo (Montes, 2006).

## **Informe Final**

Es la recolección de información de todo el proceso con lo que manifiestan falencias o virtudes de los postulantes, determinando su permanecía o no del proceso siendo el que presenta mayor relación en virtudes el que logre el ingreso a laborar (Montes, 2006).

## **Preselección**

En esta etapa se procede a la elección de candidatos potenciales para la empresa, realizando la semejanza entre puesto y perfil de los solicitantes (Montes, 2006).

## **Pruebas**

Se dan viendo el perfil de puesto al cual se desempeñará de consideran pruebas técnicas, pruebas psicométricas o psicológicas todas ellas usadas en un tiempo determinado determinadas correspondiente al candidato, fulminando esta con la entrevista personal (Montes, 2006).

## **Reclutamiento**

Es donde se desarrollará lo medios por el cual se dará aviso a los solicitantes para lograr la selección de personal (Montes, 2006).

### **III. Hipótesis**

En la investigación Gestión de calidad en el proceso selección de personal y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo en la ciudad de Huaraz, 2019, no se plantea hipótesis por ser de tipo descriptiva, y el opinión de Hernández (2014), este tipo de investigaciones no requieren de un planteamiento de hipótesis, pues las únicas que sí la requieren son las descriptivas cuantitativas que buscan mediciones estrictamente numéricas o aquellas descriptivas correlacionales.

## **IV. Metodología**

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

El diseño que muestra la investigación es no experimental, ya que observó cómo se realizan las operaciones en su ámbito real mas no se manipula la variable y transversal, porque se recolectó los datos en un solo momento, y en un tiempo único (Hernández et al, 2014).

El tipo de la investigación fue cuantitativo porque se realizó la recolección de datos de la variable indicadores, los cuales son representados mediante números que fueron ser analizadas a través de métodos estadísticos (Hernández et al, 2014).

El trabajo de investigación muestra un nivel de investigación descriptivo, siendo este que actuó con una perspectiva estadística, para poder conocer a la medición de la población mediante una muestra, ya conociendo datos históricos referentes a la variable de la investigación (Hernández et al, 2014).

### **4.2. Población y muestra**

#### **Población**

La población para esta investigación fueron las MYPES de agencia de viajes y turismo del distrito de Huaraz, siendo 85 organizaciones dentro de esta jurisdicción, de las ya mencionadas se tomó como muestra a todas las 85 MYPES sector, que fueron tomadas por IPerú, siendo una empresa quien cuenta con información al turista rutas atractivos y empresas que brindan este servicio, otorgándonos estas el visto bueno para poder dar acierto a las existencias de las MYPES y comprobando para elaborar la

recolección de información dando pie al análisis de investigación, (Hernández et al, 2014).

### **Muestra**

Se obtuvo una muestra no probabilística al abarcar a la totalidad de la población, siendo 85 agencias de viajes en la ciudad de Huaraz (Hernández et al, 2014).

El estudio incluyó, para las siguientes organizaciones ser precisamente micro y pequeñas empresas, en tanto también estar en la disposición de participar en el recojo de la información.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Medición
Representantes	Persona quien es dueña y es responsable del establecimiento, siendo la misma, natural o jurídica	Edad del representante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De 18 a 30 años</li> <li>- De 31 a 50 años</li> <li>- De 51 a más años</li> </ul>	Razón
		Genero del representante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Femenino</li> <li>- Masculino</li> </ul>	Razón
		Grado de Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primaria</li> <li>- Secundaria</li> <li>- Superior no Universitario</li> <li>- Superior Universitaria</li> </ul>	Nominal
		Cargo que desempeña	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dueño</li> <li>- Administrador</li> </ul>	Nominal
		Tiempo en el Cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar ganancias</li> <li>- Subsistencia</li> </ul>	Nominal
Micro y Pequeñas Empresa	Es una organización con fines empresariales la cual es constituida por una persona natural o jurídica con fines de desarrollarse en diferentes actividades	Tiempo de permanencia en el Rubro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0 a 3 años</li> <li>- 4 a 6 años</li> <li>- 7 a más años</li> </ul>	Nominal
		Número de Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 a 5 trabajadores</li> <li>- 6 a 10 trabajadores</li> <li>- 11 a más trabajadores</li> </ul>	Nominal
		Las personas que trabajan en su empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Familiares</li> <li>- Personas no familiares</li> </ul>	Nominal
		Objetivo de Creación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar ganancias</li> <li>- Subsistencia</li> </ul>	Nominal
Gestión de calidad en el Procesos de Selección de Personal	La gestión de calidad se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o a la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza	Diagnóstico de la situación de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Por medio de información registrada.</li> <li>- Realiza registros de las actividades empresariales.</li> <li>- Analiza los resultados de las actividades empresariales.</li> </ul>	Nominal
		Determinar causas y efectos que repercuten en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determina los principales problemas de la empresa</li> <li>- Analiza los datos recopilados</li> <li>- Observa la experiencia personal</li> <li>- Realiza una lluvia de ideas</li> </ul>	Nominal



Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Medición
	<p>personal idóneo siguiendo con los perfiles requeridos que nos darán tranquilidad, puesto que se desempeñara a lo deseado por los dueños o administradores de la empresa (Montes, 2006).</p>		<p>por terceros</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia en los trabajos anteriores.</li> <li>- Estudios Superiores</li> </ul>	
<p>Pruebas para la evaluación del postulante</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista personal</li> <li>- Pruebas en la que puedan ver la personalidad de la persona</li> <li>- Pruebas que permitan la observación en el conocimiento del puesto</li> <li>- Pruebas que permitan apreciar su aptitud ante diferentes aspectos</li> </ul>	<p>Nominal</p>	
<p>Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nunca</li> <li>- Muy pocas veces</li> <li>- Algunas veces</li> <li>- Casi siempre</li> <li>- Siempre</li> </ul>	<p>Nominal</p>	

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

##### **Técnica**

La recolección de datos con el cual se obtuvo la información fue la encuesta, que fue direccionada a las MYPES y gestión de calidad y usos de los procesos de selección

##### **Instrumento**

Como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario el cual fue elaborado con 24 preguntas, relacionadas a los representantes (9) con preguntas de sus establecimientos y teniendo también preguntas sobre las variables en estudio siendo estas 15 preguntas. (Hernández, 2014).

#### **4.5. Plan de análisis**

La información que se obtuvo de nuestras herramientas utilizadas será procesada en programas especiales como el Word y el sistema estadístico SPSS versión 24.

Se procedió a llevar a cabo una prueba con 85 agencias de viajes para comprobar la confiabilidad del instrumento haciendo uso del Alpha de Cronbach, cuyos resultados fueron

Este resultado indica que la confiabilidad del instrumento es de 0,702; siendo una confiabilidad excelente, que representa el 70,2% de confiabilidad. Se sometieron 24 preguntas del cuestionario al análisis de fiabilidad haciendo uso del software SPSS v.24.

**Alfa de Cronbach**

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,702	13

#### 4.6. Matriz de consistencia

ENUNCIADO DE PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTO	PLAN DE ANÁLISIS
<p><b>Problema General</b> ¿Cuáles son las características de la gestión de la calidad en el proceso de selección de personal y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo en la ciudad de Huaraz, 2019?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b> Determinar las principales características de la gestión de la calidad en el proceso de selección de personal y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo en la ciudad de Huaraz, 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Precisar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2019.</p> <p>Definir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2019.</p> <p>Especificar las principales características de la gestión de calidad en el proceso de selección de personal del sector servicio agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2019.</p> <p>Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en el proceso de selección de personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2019.</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Proceso de Selección de Personal</p>	<p><b>Tipo:</b> El tipo de investigación fue cuantitativa puesto que se utilizó técnicas y medición de variables.</p> <p><b>Nivel:</b> La Investigación fue descriptiva por que actúa con una perspectiva estadística, para poder conocer a la medición de la población mediante una muestra.</p> <p><b>Diseño:</b> Se utilizó el diseño no experimental ya que observó cómo se realizan las operaciones en su ámbito real mas no se manipula la variable y transversal, porque se recolectó los datos en un solo momento, y en un tiempo único.</p>	<p><b>Población:</b> La población en estudio consta de un total 85 micros y pequeñas empresas del rubro de agencias de viaje y turismo en la ciudad de Huaraz.</p> <p><b>Muestra:</b> La muestra no probabilística al abarcar a la totalidad de la población, siendo 85 agencias de viajes en la ciudad de Huaraz</p>	<p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario</p>	<p>La información que se obtuvo de nuestras herramientas utilizadas será procesada en programas especiales como el Word y el sistema estadístico SPSS versión 24.</p>

## **4.7. Principios éticos**

### **Código de ética**

En el estudio los códigos éticos utilizados son los principios de confidencialidad, respeto a la integridad intelectual y la veracidad de la información es decir que toda la información de la investigación no pudo ser dispuesta, ni usarla para ventajas del resto. Teniendo en cuenta que la investigación busca el bienestar de toda la información rescatada dando a conocer el uso de lo siguiente:

- Protección de las personas: Se consideró como punto importante el respeto de los derechos de los autores, donde se propuso solo obtener información veraz.
- Justicia: Se reconoció en la elaboración de la investigación que cada paso fue relacionado con sumo cuidado y realizado para defender el juicio rozable.
- Beneficencia: Se enfatizó en el respeto al autor al realizar la investigación, sin dañar de ningún modo el bienestar de los autores.
- Consentimiento información y expreso: Se mantuvo el compromiso y acceso a los encuestados, siendo de consentimiento y autorización de los representantes, para la proporción de información correspondiente a las organizaciones que representan.

## V. Resultados

### 5.1. Resultados

Tabla 1.

*Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz.*

Datos generales:	N	%
<b>Edad de los Representantes (años)</b>		
18 a 30 años	13	15.29
31 a 50 años	48	56.47
51 a más años	24	28.24
Total	85	100.0
<b>Género de los Representantes</b>		
Femenino	43	50.60
Masculino	42	49.40
Total	85	100.0
<b>Grado de instrucción</b>		
Primaria	8	9.41
Secundaria	21	24.71
Superior no Universitario	34	40.00
Superior Universitaria	22	25.88
Total	85	100.0
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	50	58.80
Administrador	35	41.20
Total	85	100.0
<b>Tiempo en el cargo</b>		
0 a 3 años	14	16.47
4 a 6 años	35	41.18
7 a más años	36	42.35
Total	85	100.0

*Fuente.* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro agencia de viajes y turismo, Huaraz, 2019.

Tabla 2.

*Características de las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz.*

De la Empresa	N	%
<b>Tiempo de permanencia en el Rubro</b>		
0 a 3 años	13	15.29
4 a 6 años	34	40.00
7 a más años	38	44.71
Total	85	100.0
<b>Número de Trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	19	22.35
6 a 10 trabajadores	22	25.88
11 a más trabajadores	44	51.77
Total	85	100.0
<b>Las personas que trabajan en su empresa son</b>		
Familiares	28	32.94
Personas no familiares	57	67.06
Total	85	100.0
<b>Objetivo de Creación</b>		
Generar ganancias	77	90.59
Subsistencia	8	9.41
Total	85	100.0

*Fuente.* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro agencia de viajes y turismo, Huaraz, 2019.

Tabla 3.

*Características de la Gestión de Calidad en las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz*

Gestión de Calidad	N	%
<b>Diagnostico de situación de la empresa</b>		
Por medio de información registrada.	3	3.53
Realiza registros de las actividades empresariales.	23	27.06
Analiza los resultados de las actividades empresariales.	55	64.71
Ninguna de las anteriores	4	4.70
Total	85	100.0
<b>Determinar causas y efectos que repercuten en la empresa</b>		
Determina los principales problemas de la empresa	8	9.41
Analiza los datos recopilados	24	28.24
Observa la experiencia personal	34	40.00
Realiza una lluvia de ideas	14	16.47
Ninguna de las anteriores	5	5.88
Total	85	100.0
<b>Planificar y plantear soluciones para los problemas de las empresas</b>		
Realiza una lista de soluciones	12	14.12
Establece un registro prioridades	34	40.00
Elabora un plan operativo	27	31.76
Ninguna de las Anteriores	12	14.12
Total	85	100.0
<b>Implementar soluciones para empresa</b>		
Nunca	4	4.71
Algunas veces	32	37.64
Siempre	49	57.65
Total	85	100.0

*Fuente.* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro agencia de viajes y turismo, Huaraz, 2019.

**CONTINUA**

Tabla 3.

*Características de la Gestión de Calidad en las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz*

<b>Medir resultados durante el proceso</b>		
Realiza la recopilación de datos de cada área	8	9.42
Médiate la evaluación de los cambios en las Actividades	30	35.29
Con la evaluación de la situación anterior con la actual	30	35.29
Ninguna de las Anteriores.	17	20,00
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100.0</b>
<b>Implementa el plan de mejora para su empresa</b>		
Mediante la capacitación del personal	23	27.06
Estableciendo nuevas responsabilidades	20	23.53
Definiendo nuevas operaciones	23	27.06
Ninguna de las Anteriores.	19	22.35
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100.0</b>
<b>Documentar los procedimientos empleados</b>		
Nunca	14	16.47
Algunas veces	40	47.06
Siempre	31	36.47
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100.0</b>

*Fuente.* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro agencia de viajes y turismo, Huaraz, 2019.

**CONTINUA**

Tabla 3.

*Características de la Gestión de Calidad en el Proceso de selección de personal en las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz.*

Proceso de Selección de Personal	N	%
<b>Aplicación del proceso de selección de personal.</b>		
Si	25	29.41
No	60	70.59
Total	85	100.0
<b>Percepción las características del puesto.</b>		
Nunca	1	1.18
Muy pocas veces	8	9.41
Algunas veces	10	11.77
Casi siempre	53	62.35
Siempre	13	15.29
Total	85	100.0
<b>Características en el perfil del solicitante</b>		
Experiencia en puestos similares	8	9.41
Estudios Técnicos	13	15.29
Estudios Superiores	18	21.18
Otros	23	27.06
Ninguna de las anteriores.	23	27.06
Total	85	100.0
<b>Reclutamiento de personal</b>		
Avisos al público en general	7	8.26
Por medio verbal	12	14.11
Medios digitales (páginas de internet y/o redes sociales)	30	35.29
Otros	13	15.29
Ninguno	23	27.05
Total	85	100.0

*Fuente.* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro agencia de viajes y turismo, Huaraz, 2019.

**CONTINUA**

Tabla 3.

*Características de la Gestión de Calidad en el Proceso de selección de personal en las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz.*

<b>Importancia para la aceptación del postulante</b>		
Por recomendación de los subordinados.	5	5.90
Por recomendación por terceros	27	31.76
Experiencia en los trabajos anteriores.	33	38.82
Estudios Superiores	10	11.76
Otros	10	11.76
Total	85	100.0
<b>Pruebas para la evaluación del postulante</b>		
Entrevista personal	7	8.23
Pruebas en la que puedan ver la personalidad de la persona	14	16.47
Pruebas que permitan la observación en el conocimiento del puesto	28	32.94
Pruebas que permitan apreciar su aptitud ante diferentes aspectos	18	21.18
Ninguna de las anteriores	18	21.18
Total	85	100.0
<b>Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante</b>		
Nunca	6	7.06
Muy pocas veces	25	29.41
Algunas veces	18	21.18
Casi siempre	19	22.35
Siempre	17	20.00
Total	85	100.0
<b>El proceso de selección de personal, mejora con respecto al logro de sus objetivos</b>		
Si	54	63.53
No	31	36.47
Total	85	100.0

*Fuente.* Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro agencia de viajes y turismo, Huaraz, 2019.

Tabla 4.

*Propuesta de plan de mejora en las Micro y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz.*

<b>Problema encontrado</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución</b>	<b>Responsable</b>
Determinar causas y efectos que repercuten en su empresa	Poco interés de recopilar información de oportunidades y amenazas de la organización	Establecer la herramienta de planificar, definiendo el problema.	Especialista, capacitador
Capacitación del personal	Falta de conocimiento de herramientas de para la ejecución de la mejoras de personal	Estandarizar el mejoramiento implementado la supervisión del proceso (verificar)	Encargado Representate
Documenta el procedimiento de todo lo aprendido	Falta de interés en implementación de parámetros o lineamientos de mejora.	Implementar el archivo de acciones de solución (Actuar)	Encargado Representate
No se exige en el perfil del solicitante al empleo	Desconociendo de herramientas de selección de personal en la empresa	Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante	Especialista Capacitador Representate
Pruebas para la evaluación	No se establecen pruebas de conocimientos, ni psicológicas por falta de conocimiento	Implementar instrumentos de evaluación (Test psicológicos y pruebas de aptitud)	Especialista Representate
Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante	Falta de interés en interés de los dueños o gerentes	Aplicar la selección como proceso de comparación	Especialista, capacitador

*Fuente.* Elaboración propia

## **5.2. Análisis de los resultados**

### **Análisis referente a las características de los representantes de las microempresas y pequeñas empresas**

El 56.47%, de los representantes tiene de 31 a 50 años (Tabla 1). Estos resultados coinciden con el estudio de Herrera (2017) en la cual existe un 50% de representantes que poseen de 29 a 39 años de edad; asimismo, coincide con Torres (2017) quien dice que un 40% tienen el mismo rango de edad; pero contrastan con los de Ramírez (2019) quien dice que un 63.00% de los representantes poseen 20 a 30 años los cuales. Ello demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro agencias de viajes y turismo son dirigidos por personas mayores y experimentadas en el ámbito, ello permite la permanencia, control y desarrollo del negocio.

El 50.60% son de género femenino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Torres (2017) quien representa que las mujeres predominan en el recojo de la información con un 80.00%; pero contrasta con el estudio de García (2017) quien presenta un 82.9% de género masculino; teniendo el mismo contraste con el estudio de Ramírez (2019) quien cuenta con 93.30% representantes de género masculino. Teniendo en cuenta que existe un pequeño porcentaje de ambos géneros, el cual da lugar a femenino como predominante en el estudio, dando lugar que las mujeres son dueñas y administran, con lo que se puede apreciar que son aquellas las que aprovechan las oportunidades de negocio, conociendo el rubro y dando a saber el crecimiento de la educación turística dentro de nuestra ciudad.

El 40.00% tienen estudios superiores no universitarios (Tabla 1). Este resultado coincide con Torres (2017) donde el 45.00% de los representantes cuentan con estudios técnicos; asimismo, coincide con Herrera (2017) donde un 62.50% tienen estudios técnicos; por otro lado, contrasta con Ramírez (2019) dando lugar a un 76.70% para representantes con solo secundaria; el estudio contrasta también con García (2017) que expresa que los representantes tienen estudios superiores universitarios dando la mayoría con un 64.30%. Esto permite considerar que la educación que poseen estos representantes va de la mano con el rubro que desempeñan ya que muchos de ellos poseen la experiencia por los años, y van asentando esa experiencia propulsándola con estudios técnicos en lo que es guías de turísticos, con ello complementan el manejo de sus empresas.

El 58.80% es dueño de su propia empresa (Tabla 1). Este resultado coincide con García (2017) donde el 47.10% son dueños del establecimiento; contrasta con Ramírez (2019) ya que presenta un 76.70% manifestando que son gerentes. Se entiende que dentro de las micro y pequeñas empresas del rubro, se manejan por sus propios dueños dando rienda suelta a su experiencia en el campo del turismo, aprovechando así las oportunidades de negocio que otorga la ciudad para desenvolverse en él, logrando el manejo, control y generar la ganancias proyectadas.

El 42.35% poseen el cargo entre 7 años a más (Tabla 1). Este resultado contrasta con Sánchez (2017) donde un 48.57% de los representantes cuentan con 6 años en el manejo de las micro y pequeñas empresas; pero coincide con García (2017) quien expresa que el 42.9% de los representantes tienen de 7 años a más en el cargo. En este aspecto se logra evidenciar el crecimiento paulatino de los representantes

logrando encaminar sus negocios los cuales presentan deficiencias, pero buscan posicionarse en el mercado del rubro y hacerse notar en un ciudad tan competitiva en el sector turismo.

### **Análisis referente a las características de las microempresas y pequeñas empresas del rubro agencia de viajes y turismo**

La permanencia en el rubro de las micro y pequeñas van de 7 años a más representados con un 44.71% (Tabla 2). Este resultado coincide con García (2017) que posee un 48,60% en un rango de 7 años a más en el rubro; pero contrasta con Ramírez (2019) que expresa con un porcentaje de 60% que las empresas están en el rubro de 3 a 5 años; contrastando también con Sánchez (2017) donde el 71.43% representan que las micros y pequeñas empresas están de 3 años a más en el rubro. Dando a saber que dentro de la ciudad se posee con gran oportunidad en el sector turismo, dando cabida a estas empresas como unas de las que se está posicionando en la ciudad, brindando servicios que promueven a los atractivos turísticos, logrando constantes visitas a diferentes lugares de la ciudad, dando pase también a actividades de temporada, para generar ganancias en las empresas.

El 51.77%, posee de 7 trabajadores a más (Tabla 2). Este resultado coincide con las cifras de García (2017) que en su investigación manifiesta que el 42.9% de la micro y pequeñas empresas tienen de 11 a más trabajadores; pero contrasta con Sánchez (2017) quien indica que las empresas poseen 1 a 5 trabajadores con un 54.29%; asimismo, contrasta con Ramírez (2019) quien expresa con un 83.30% que los trabajadores son de 1 a 5. Teniendo en cuenta los resultados, en las micro y pequeñas empresas se manifiesta mucho movimiento por parte de su personal quienes

en su mayoría da a saber de no ser fijos en cada agencia y ser partícipes en las que les convenga siempre y cuando tengan un grupo (turistas) grande o participativo en varias actividades.

El 67.06% tienen personas no familiares trabajando (Tabla 2). Este resultado coincide con los resultados de García (2017) donde un 65.7% expresa que también cuentan con personal no familiares. Siendo estas mismas que dan la búsqueda de obtener personal capacitado e idóneo para los puestos, aprovechando sus estudios técnicos y sobre todo el idioma que es necesario para los puestos, siendo que no cuentan con un presupuesto para poder dar la capacitación en estos establecimientos.

El objetivo de la creación de la empresa en su mayoría es para generar ganancias, la cual en los resultados nos arrojan un 90.59% (Tabla 2). Hoy en día las empresas por más pequeñas que sean, buscan crecer constantemente, en este sentido las micro y pequeñas empresas del sector turismo, buscan el crecimiento de las mismas logrando obtener beneficio de la riqueza cultural de la ciudad, logrando también promover lo que identifica a Huaraz, que es el turismo.

### **Análisis referente a las características de la Gestión de calidad en el rubro agencia de viajes y turismo**

El 64.71% analiza los resultados de las actividades empresariales (Tabla 3). Este resultado contrasta con la investigación de Gonzales (2016) la cual expresa que los representantes con el 59.6% que no evalúan la eficiencia para así lograr los objetivos trazados dentro de la empresa; asimismo, contrasta con Sánchez (2017) quien expresa que el 37.14% casi siempre diseñan los objetivos para desarrollar a las actividades de gestión de calidad. Con ello se puede expresar que existe mucha

resistencia para evaluar el proceso de funcionamiento integral del lugar, enfocando toda su atención en un solo aspecto teniendo falencias en aspectos primordiales para dar un servicio de calidad (Carro y González, 2012).

El 40.00% de representantes observa la experiencia personal para saber cómo analiza el entorno para determinar causas y efectos que repercuten en su empresa (Tabla 3). Este resultado contrasta con Gonzales (2017) quien menciona que el 72.3% no tienden medir el cumplimiento de las responsabilidades; asimismo, contrasta con Herrera (2017) quien dice que el 75.0% no aplican ningún plan de gestión. Siendo esto motivo de que no exista en su mayoría atención al tema, conociendo así que carecen de conocimientos en poder observar las oportunidades o amenazas que puedan tener el rubro, expresando que solo van comprender la obtención de personal de esa forma, donde se ve que estas empresas muestran falencias en aspectos de objetivos y solo van a desarrollar la experiencia, más no hábitos que expresen la calidad de servicio que es la base para obtener una gestión de calidad óptima (Carro y González, 2012).

El 40.00% de los representantes establece un registro para planificar y plantear soluciones para los problemas de su empresa (Tabla 3). Este resultado coincide con García (2017) quien expresa que el 47.1% dan a conocer que se siempre se cumple con los establecido con respecto a las actividades; sin embargo, contrasta con Torres (2017) quien expresa que no se organizan para realizar sus actividades, expresadas por los representantes, teniendo un 60.0% en el aspecto mencionado. Con ello podemos recatar que las actividades de las expresan son establecidas y planificadas para obtener amplitud respecto a la comodidad de los clientes y así dar un servicio eficiente (Carro y González, 2012).

El 57.65% manifiesta que siempre realiza cambios e implementa soluciones para su empresa (Tabla 3). Este resultado contrasta con García (2017) quien manifiesta que el 54.3% siempre realizan cambios en ese aspecto; contrastando también con Torres (2017) el cual da a conocer que las empresas tienen un plan de negocio definido, el cual no muestra cambios. Mediante el análisis se observa que los cambios logrados por estas empresas dan lugar a la mejora del servicio constantemente para lograr el posicionamiento que buscan estas empresas al tener una alta competencia bastante exigente, respecto también a la ciudad, manifestando exigencia en los procesos establecidos para mejorar constantemente y lograr la calidad total (Carro y González, 2012).

El 35.29%, de los representantes realizan la evaluación mediante los cambios de actividades (Tabla 3). Este resultado contrasta con Sánchez (2017) quien expresa que asignan instrumentos para implementar los planes que se desean. Considerando que los representantes dan a poca escala en la mejora de su proceso, puesto que hacen comparaciones mas no, intervienen con herramientas para facilitar las actividades y continuar con un mejor manejo en el cual da en un futuro la calidad que se busca al otorgar el servicio (Carro y González, 2012).

Referente al análisis de maneras de implementación de mejora a la empresa: El estudio muestra un 27.06% en la cual los representantes afirman que implementan el plan de mejora mediante la capacitación del personal (Tabla 3). Este resultado coincide con García (2017) en la cual expresa que los trabajadores siempre se encuentran capacitados para desarrollar las actividades dando a saberlo con el 40.0% de la investigación. Correspondiendo a dar respuesta a la falencia en planificación del

proceso y el desarrollo del mismo, llevando a cabo poca participación de los empleados (Carro y González, 2012).

El 47.06% manifiesta que algunas veces documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido (Tabla 3). Este resultado coincide con Gonzales (2017) quien dice que el 59.60% manifiestan que los representantes verifican las actividades ejecutadas por la empresa. Teniendo en cuenta que todas las empresas del rubro muestran aplicación empírica de estas acciones, dando a conocer las falencias en herramientas y conocimiento de ellas, se pueden implementar procedimientos de para que lleven el manejo de situaciones proporcionando herramientas que se considera brindar y un servicio bueno al turista, en tanto lograr la calidad que se está buscando siendo empresas de que brindan servicios, por lo cual no es fácil a cometer errores (Carro y González, 2012).

### **Análisis referente a las características de los procesos de selección de personal**

Un 72.59% indicaron que no cuentan con el proceso de selección de personal (Tabla 4). Este resultado coincide con Ramírez (2019) en donde expresa que existe un 70.0% que conocen el proceso de selección en sus empresas; donde también contrastan con Accilio (2018) donde se expresan con el 74.0% que sí se cuenta con el proceso de reclutamiento y selección de personal. En donde se puede ver que en las empresas carecen de este aspecto, con ello se puede ver también el exceso de rotación de personal en este tipo de empresas es constante, con ello la educación con los procesos necesarios van a promover la contratación del personal necesario y lograr así el cumplimiento de los objetivos (Montes, 2006).

El 62.35% muestra que casi siempre dan la información del puesto al cual se está postulando (Tabla 4). Este resultado contrasta con Ramírez (2019) quien comprende un 50.00% en que a veces se da a conocer al trabajador las actividades que comprenderán; asimismo, contrasta con Accilio (2018) en donde expresa que el 65.0% de encuestados sí da a conocer el requerimiento al puesto. El análisis da en cuenta que las empresas, no brindan información necesaria del puesto a los postulantes, el cual es necesario para proponer y dar a saber las actividades del puesto así en contratar al postulante quien se sienta más cómodo con las actividades (Montes, 2006).

El 27.06% exige como características en el perfil del solicitante otros aspectos diferentes a la experiencia y estudios (Tabla 4). Este resultado contrasta con Accilio (2018) quien expresa que busca formación y competencias necesarias al puesto, que en su mayoría es del 60.0% de los encuestados. Al analizar este aspecto los representantes manifestaron que al dar cuenta que la mayoría cuenta con la experiencia en el rubro ya no es tan exigible, y sabiendo que estos trabajadores ya cuentan con estudios técnicos de turismo, va dar cuenta el servicio que otorgan al turista, proponiendo el conocimiento de aspectos culturales, históricos, que promuevan de diferentes formas y propulsen el turismo en Huaraz, que es el propósito de cada empresa, que si no hay movimiento turístico no presentan superación y ganancias para subsistir en el rubro (Montes, 2006).

La investigación nos arroja que en su mayoría los representantes reclutan por medios digitales, dando cuenta en los porcentajes obtenidos, los cuales representan un 35.29% (Tabla 4). Este resultado contrasta con Accilio (2018) quien expresa que con el 18,6% de participantes indicaron que realizan anuncios de prensa para el

reclutamiento. Se logra observar en el movimiento de personal de estas empresas que en su mayoría usan páginas y redes les facilitan el contacto tanto con los clientes y personas que desean pertenecer a la empresa, siendo así que se manejan el reclutamiento de personal en las empresas mencionadas, en la que se puede dar parte que la globalización y el crecimiento de las micro empresas buscan facilitar su ubicación por medio del internet, tanto que cada empresa busca darse a notar o proponer sus servicios y solicitudes de empleo, utilizando herramientas que estén a su alcance (Montes, 2006).

El 38.82% menciona que la experiencia es lo que cuenta como consideración más importante para aceptar al postulante (Tabla 4). Este resultado contrasta con Accilio (2018) si ven el perfil profesional del puesto más que experiencias otros estudios en el campo de trabajo; asimismo, contrasta con Ramírez (2019) quien tuvo como resultados que a veces se toman en cuenta aspectos relevantes para el puesto. Evidenciando así que en el estudio radica mucho la experiencia, sobre todo que las empresas buscan esos aspectos para dar más apoyo, siendo estos mismos, quienes no generen gastos en capacitaciones y serán de mayor interés de los dueños contando con la experiencia adecuada para el puesto (Montes, 2006).

El 32.94% del total de encuestados, muestran que las pruebas técnicas van directamente al conocimiento del puesto (Tabla 4). Este resultado contrasta con Ramírez (2019) quien expresa que el 73.33% de los participantes en su encuesta dan a saber que las entrevistas son más importantes para dichas empresas; asimismo, contrasta con Accilio (2018) quien dice que dan a saber que las entrevistas predominan en estas empresas con un 53.49%. En este aspecto se puede dar énfasis a la ya

mencionada experiencia que se debe tener en el rubro, como ya se sabe al dar un servicio turístico se tiene que tener mucho cuidado ya que se presenta la venta de una experiencia en la cual no se debe fallar en grandes magnitudes, por ende los representantes optan por ver el desenvolvimiento de los postulantes, teniendo un tiempo de prueba para lograr su permanencia en la empresa (Montes, 2006).

El 29.41% muy pocas veces hace la acción de comparación de puesto con el perfil de busca la empresa (Tabla 4). Este resultado contrasta con Accilio (2018), quien expresa que 47% verifica los curriculum vitae para obtener información acertada y acorde al puesto de trabajo. Este aspecto va a dar cuenta que las empresas cuentan con mayor relevancia en aspectos del servicio y atención al cliente; proponiendo con más interés en la experiencia que puedan tener cada postulante (Montes, 2006).

La importancia del proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas expresan que sí es importante dándolo a saber con 63.53% (Tabla 4). Este resultado coincide con Ramírez (2019) quien expresa que son de poco uso en las empresas quien no lo toma como primordial. Con ello damos a saber que el proceso de selección de personal en las empresas es importante para obtener el personal adecuado e idóneo para el puesto, siendo ayuda para el crecimiento y posicionamiento de las empresas (Montes, 2006).

### **5.3. Plan de mejora**

Plan de mejora en la gestión de calidad con el uso de la selección de personal en la micro y pequeña empresa rubro agencia de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, 2020

#### **1. Datos generales**

- Nombre o razón social: Andean Summit
- Giro de la empresa: Agencia de viajes y turismo
- Dirección: Pje. Wuamashraju, N.º 692 – Parque Ginebra, Huaraz
- Nombre del representante: Mila Palacios Dextre
- E-mail: info@andeansummit.com

#### **2. Misión**

Nuestra misión como agencia es brindar un servicio de calidad, seguridad y excelencia, proponiendo dar una experiencia inolvidable con el servicio, siendo de agrado de nuestros clientes, logrando ser una de las agencias mejor reconocida en el campo del turismo huaracino.

#### **3. Visión**

Nuestra misión como agencia es llegar a ser potencia de clase mundial en el turismo peruano, dando a conocer las maravillas culturales y costumbres de nuestro Perú, siguiendo con la propuesta de calidad en el servicio, porque el honor de los clientes es el honor de Andean Summit.

#### **4. Objetivos empresariales**

Andean Summit siendo una agencia de viajes y turismo, perteneciendo a ser una pequeña empresa da a saber que se encuentra constantemente en la búsqueda de la calidad de sus servicios en las que se propone allegar a lo siguiente:

- Lograr la mejora continua.
- Alcanzar posicionarse en dentro de las mejores empresas de la ciudad.
- Contribuir en el turismo, considerando atraer turistas nacionales o extranjeros en lo máximo posible.
- Adecuar correctamente sus procesos de selección de personal, contribuyendo estas a la calidad de sus servicios.

#### **5. Productos y/o servicios**

La empresa comprende los siguientes servicios

Caminatas: la empresa brinda servicios de caminata para los circuitos predeterminados para el deporte, dentro de los cuales se muestran diversas opciones; entre ellas:

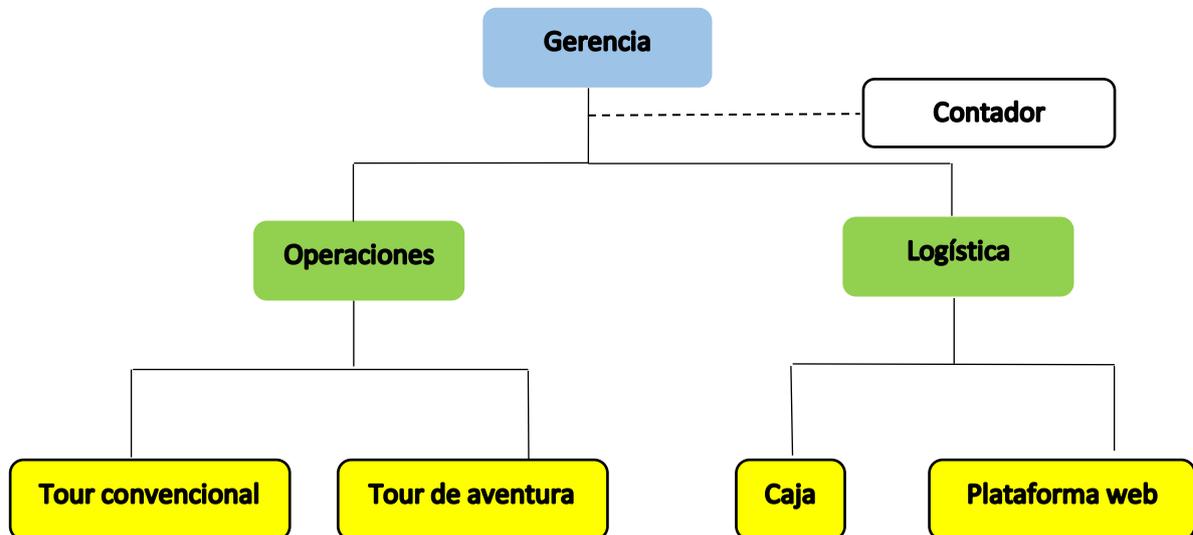
- Santa Cruz
- Circuito Alpamayo
- Quillcayhuanca-Cojup
- Olleros – Chavín
- Huayhuash
- Laguna 69
- Laguna Churup

También se realizan escaladas en roca:

- Nevado Vallunaraju
- Nevado Urus
- Nevado Ishica
- Nevado Pisco
- Nevado Tocllaraju
- Nevado Chopicalqui
- Nevado Quitaraju
- Nevado Alpamayo
- Nevado Huascarán

Ofreciendo los deportes de aventura, y servicios de turismo convencional mediante los tours a Chavín, laguna Llanganuco y Pastorrurri. Asimismo, ofrece el servicio de City tour dentro de la ciudad de Huaraz.

## 6. Organigrama de la empresa:



### Gerencia

Estará a cargo de un Técnico en Administración experimentado en dirección de empresas que ofrecen servicios turísticos, y que tenga habilidades y conocimientos en gestión de plataformas digitales y ventas por internet.

**Funciones específicas:**

- Elaborar la planificación estratégica.
- Diseñar las áreas operativas.
- Evaluar frecuentemente el cumplimiento de acciones de las diversas áreas.
- Determinar las necesidades del personal, y establecer equidad en el clima laboral.
- Gestionar convenios para ampliar el mercado.
- Solucionar los conflictos internos y externos.
- Asegurar el cumplimiento de los valores que definen a la empresa.

**Operaciones**

Es el área encargada de gestionar la ejecución de los paquetes turísticos y de la atención a los clientes en dos sub áreas específicas del servicio: tour convencional y tour de aventura.

**Funciones específicas:**

- Diseñar los paquetes turísticos.
- Gestionar la realización de los servicios a los clientes.
- Monitorear el desarrollo del servicio.
- Evaluar la satisfacción del turista y del servicio brindado.

## **Logística**

Esta área se encarga de las acciones propiamente administrativas como son el manejo de los recursos financieros y el flujo de caja así como la gestión y administración de las plataformas digitales en redes sociales y página web.

Estará a cargo de personal capacitado en finanzas y gestión de plataformas digitales y virtuales.

### **Funciones específicas:**

- Diseñar las plataformas digitales.
- Administrar y actualizar las plataformas digitales.
- Gestionar el sistema de promociones y publicidad mediante recursos pagados en redes sociales.
- Manejar las finanzas de la empresa y la gestión de los recursos materiales.
- Obtención de servicios alternativos para los clientes (hospedaje, alimentación, transporte)

## 7. Diagnostico general

	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Matriz FODA</b>	<p><b>O1.</b> El aumento de la promoción del turismo en la ciudad.</p> <p><b>O2.</b> Descubrimientos de nuevos lugares turísticos en la zona.</p>	<p><b>A1.</b> Alta competencias en el rubro.</p> <p><b>A2.</b> La venta del servicio solo en temporadas altas, por temas climáticos.</p>
<b>Fortalezas</b>	<b>Estrategia (FO)</b>	<b>Estrategia (FA)</b>
<p><b>F1.</b> Se tiene una cartera de clientes en aumento, extranjeros y nacionales</p> <p><b>F2.</b> Se cuenta con contactos en los servicios adicionales.</p>	<p><b>F1, F2: O1</b> Dar a conocer nuevos lugares turísticos proponiendo un itinerario de eventos llamativos y alternativos diferenciándolo del servicio convencional.</p>	<p><b>F1: A2</b> Implementación de alianzas estratégicas de promoción turística aplicados a nivel nacional e internacional.</p>
<b>Debilidades</b>	<b>Estrategia (DO)</b>	<b>Estrategia (FA)</b>
<p><b>D1.</b> No realizan la selección del personal</p> <p><b>D2.</b> No brindan servicios de calidad</p>	<p><b>D1, D2:O1</b> Acondicionar personal adecuado para promocionar y otorgar el servicio de calidad esperado alcanzando los estándares esperados</p>	<p><b>D2: A1</b> Ser parte de un proceso de aplicación de la calidad, siendo este documentado, para ser parte de los lineamientos de la organización</p>

Fuente: *Elaboración Propia*

## **8. Indicadores de una buena gestión**

### **Nivel de ventas**

Las ventas actuales se encuentran oscilando entre los S/. 20,000.00 y los 30,000.00 soles mensuales, haciendo un aproximado anual de S/. 360,000.00; con una utilidad aproximada de S/. 90,000.00 (noventa mil soles) anuales.

Existe la proyección de alcanzar los 600 mil soles al año.

### **Participación en el mercado**

Se estima una participación del 8 al 10% del mercado regional, tomando en consideración que Huaraz es una zona eminentemente turística y la oferta de empresas formales e informales es abrumadora, no obstante, esta estimación es en base a un análisis subjetivo en función de las ventas y el flujo de turistas que han tomado los servicios de la empresa.

### **Satisfacción de los clientes en relación al servicio**

Los clientes quedan satisfechos, algunos de ellos han hecho llegar sus buenos comentarios en la oficina y a los propios guías de turismo, aunque aún no se ha implementado un sistema de comentarios y sugerencias tanto en la página web como en fan page del Facebook y otras redes sociales que no se han explotado mucho.

### **Posicionamiento frente a la competencia**

Hasta ahora no se ha explotado eficientemente el posicionamiento de la marca ni de los servicios mediante las redes sociales; sin embargo, el sistema de

recomendaciones boca a boca por parte de los propios clientes satisfechos, y esta información es obtenida por los propios turistas quienes manifiestan haber recibido la recomendación de sus compatriotas o de grupos en redes en los cuales participan y existen cadenas de recomendaciones.

Por otro lado, la empresa se encuentra en franco proceso de posicionamiento, más aún en la época golpeada por la pandemia, que exige nuevas formas y estrategias de trabajo y atracción de clientes mediante las redes sociales.

### **Rentabilidad de la empresa**

El cálculo de la rentabilidad sigue un patrón establecido. La fórmula para obtener la rentabilidad sobre las ventas es:

$(\text{Utilidades/ventas}) \times 100$ ; Utilizando la información de la empresa tenemos:

$$90,000/360,000 \times 100 = 25\%$$

Por lo tanto, la rentabilidad actual de la empresa es del 25%.

**9. Gestión de Calidad en el Proceso de Selección en la MYPE Andean Summit**

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los Indicadores dentro de la MYPE</b>
Determinar causas y efectos que repercuten en su empresa	Se desarrolla con poco alcance para determinar el entorno en donde se encuentra la organización.
Capacitación del personal	Establece mejoras con capacitación y cambio de actividades sin repercusión
Documenta el procedimiento de todo lo aprendido	No establece registro de lo empleado para el desarrollo de las mejoras.
No se exige en el perfil del solicitante al empleo	No se manifiesta con el perfil del personal requerido
pruebas para la evaluación	Poca aplicación de pruebas de conocimiento o psicológicas
Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante	No opta por establecer la comparación de lo requerido.

## 10. Problemas

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los Indicadores</b>	<b>Surgimiento problema del</b>
Determinar causas y efectos que repercuten en su empresa	Se desarrolla con poco alcance para determinar el entorno en donde se encuentra la organización.	Poco interés de recopilar información de oportunidades y amenazas de la organización
Capacitación del personal	Establece mejoras con capacitación y cambio de actividades sin repercusión	Falta de conocimiento de herramientas de para la ejecución de la mejoras de personal
Documenta el procedimiento de todo lo aprendido	No establece registro de lo empleado para el desarrollo de las mejoras.	Falta de interés en implementación de parámetros o lineamientos de mejora.
No se exige en el perfil del solicitante al empleo	No se manifiesta con el perfil del personal requerido	Desconociendo de herramientas de selección de personal en la empresa
Pruebas para la evaluación	Poca aplicación de pruebas de conocimiento o psicológicas	No se establecen pruebas de conocimientos, ni psicológicas por falta de conocimiento
Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante	No opta por establecer la comparación de lo requerido.	Falta de interés en interés de los dueños o gerentes

## 11. Establecer soluciones

### Establecer acciones:

Indicadores	Evaluación de los Indicadores	Acción de mejora
Determinar causas y efectos que repercuten en su empresa	Se desarrolla con poco alcance para determinar el entorno en donde se encuentra la organización.	Establecer la herramienta de planificar, definiendo el problema.
Capacitación del personal	Establece mejoras con capacitación y cambio de actividades sin repercusión	Estandarizar el mejoramiento implementado la supervisión del proceso (verificar)
Documenta el procedimiento de todo lo aprendido	No establece registro de lo empleado para el desarrollo de las mejoras.	Implementar el archivo de acciones de solución (Actuar)
No se exige en el perfil del solicitante al empleo	No se manifiesta con el perfil del personal requerido	Implementar el proceso de selección de personal desarrollando el perfil adecuado de para la obtención del talento humano adecuado
Pruebas para la evaluación	Poca aplicación de pruebas de conocimiento o psicológicas.	Implementar instrumentos de evaluación (Test psicológicos y pruebas de aptitud)
Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante	No opta por establecer la comparación de lo requerido..	Aplicar la selección como proceso de comparación

## Estrategias

<b>Acción de mejora</b>	<b>Dificultad</b>	<b>Impacto</b>	<b>Priorización</b>
Establecer la herramienta de planificar, definiendo el problema.	Tiempo	Conocimiento de causas y problemas que repercuten en la empresa	Planificar el proceso de mejora proponiéndolo por parte del representante
Implementar el archivo de acciones de solución (Actuar)	Falta de conocimiento	Dar conocimiento en aspectos similares en caso vuelvan a suceder	Implementar el proceso de mejora, verificando su progreso
Estandarizar el mejoramiento implementado la supervisión del proceso (verificar)	Falta de conocimiento	Verificar las acciones de solución dando a conocer falencias y mejoras de las mismas	Verificar los procesos obtenidos para su gradual mejora
Implementar el proceso de selección de personal desarrollando el perfil adecuado de para la obtención del talento humano adecuado	Tiempo de aprendizaje	Promover la obtención del personal idóneo	Desarrollar el proceso de selección con ayuda de un especialista
Implementar instrumentos de evaluación (Test psicológicos y pruebas de aptitud)	Tiempo Recursos económicos	Identificar al falencias y aspectos negativos de los postulantes	Implementar el test y pruebas de conocimiento por parte de profesionales
Aplicar la selección como proceso de comparación	Tiempo de aprendizaje	Reconocer al personal que vaya acorde con las necesidades de la empresa	Dar conocimiento del enfoque de comparación

## 12. Recursos para la implementación de las estrategias

<b>Acción de mejora</b>	<b>Recursos humanos responsables</b>	<b>Económico</b>	<b>Recursos a utilizar</b>	<b>Tiempo</b>
Establecer la herramienta de planificar, definiendo el problema.	Especialista, capacitador	600 soles	Red de internet, computadora, útiles de escritorio	10 días
Implementar el archivo de acciones de solución (Actuar)	Encargado Representate	200 soles	Red de internet, computadora, útiles de escritorio	3 días
Estandarizar el mejoramiento implementado la supervisión del proceso (verificar)	Encargado Representate	200 soles	Red de internet, computadora, útiles de escritorio	3 días
Implementar el proceso de selección de personal desarrollando el perfil adecuado de para la obtención del talento humano adecuado	Especialista Capacitador Representate	300 soles	Red de internet, computadora, útiles de escritorio	3 día
Implementar instrumentos de evaluación (Test psicológicos y pruebas de aptitud)	Especialista Representate	300 soles	Red de internet, computadora, útiles de escritorio	1 mes
Aplicar la selección como proceso de comparación	Especialista, capacitador	250 soles	Red de internet, computadora, útiles de escritorio	5 día

### 13. Cronograma

Acción de mejora	Inicio	Final	Representación grafica
Establecer la herramienta de planificar, definiendo el problema.	15-07-19	25-07-19	<del>III III</del>
Implementar el archivo de acciones de solución (Actuar)	25-07-19	28-07-19	III
Estandarizar el mejoramiento implementado la supervisión del proceso (verificar)	28-07-19	31-07-19	III
Implementar el proceso de selección de personal desarrollando el perfil adecuado de para la obtención del talento humano adecuado	31-07-19	01-08-19	III
Implementar instrumentos de evaluación (Test psicológicos y pruebas de aptitud)	01-08-19	06-08-19	<del>III</del>
Aplicar la selección como proceso de comparación	06-07-19	11-08-19	<del>III</del>

## **VI. Conclusiones**

La mayoría de los representantes de las micros y pequeñas empresas son dueños de sus empresas, y tienen entre 31 a 50 años de edad, predominando entre ellos el género femenino, con el grado de instrucción en su mayoría relativa de superior no universitario, los que cuentan con 7 años de experiencia en el cargo.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas, son creadas para generar ganancias, tiene en su mayoría relativa personas no familiares como trabajadores, tiene de 11 a más trabajadores, y tiene un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años.

La mayoría de las MYPES observa la experiencia personal para determinar causas y efectos que repercuten en su empresa, analiza los resultados de la empresa con lo cual obtiene la situación de la empresa, implementa el plan de mejora en su empresa mediante la capacitación del personal y estableciendo nuevas responsabilidades, la mayoría relativa algunas veces documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido.

La mayoría no cuenta con un proceso de selección de personal, casi siempre dan las características del puesto a los postulantes, no se exige en el perfil del solicitante al empleo, emplea como pruebas para la evaluación del postulante las que permitan la observación en el conocimiento del puesto, muy pocas veces emplea la comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante, para su contratación, afirma que entiende que un proceso de selección ayuda a la mejora y logros de sus objetivos. Como valor agregado se menciona que existen técnicas de selección de personal que vienen desarrollando aunque de manera muy empírica, y si

deciden llevarlo a cabo con mayor rigurosidad se estaría contribuyendo a mejorar el talento humano, más aun tratándose de un servicio que aporta valor a las personas, pero sobre todo a la ciudad.

Para aclarar la problemática encontradas en las MYPES se tomó como muestra de una agencia de viajes en lo cual se elaboró un plan de mejora, siendo esta implementada dentro del trabajo de investigación.

## **Recomendaciones**

Implementar las herramientas de calidad, las que se puedan aplicar para planificar los procesos y alcanzar los objetivos trazados, dando cuenta de la dificultad de poder plasmar un servicio de calidad y por ende alcanzar la mejora continua.

Desarrollar correctamente, la calidad de servicio dentro de una selección de trabajadores idóneos para el desarrollo de dichas actividades. Por lo que se sugiere que se organicen en clústeres a fin de tener mayor representación en conjunto ante gestiones de capacitación y otros beneficios de calidad de gestión.

Implementar las acciones de mejora tomadas en el plan de mejora propuesto en los resultados y acciones tomadas para poder levantar las falencias que se requieran y lograr los objetivos planteados por la organización.

## Referencias bibliográficas

- Accilio, Y., Espinoza, A. y Guardia, L. (2018). *El reclutamiento y selección de personal en el REAL HOTEL–Huánuco Periodo 2017*. Huánuco.
- Camisón, C. C. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos*. Madrid: Pearson educación S.A.
- Carro, R. y Gozález, D. (2008). *Administración de la Calidad Total*.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: Mc GRAW-HILL.
- Cuatrecasas, L. (2017). *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, control y certificación* (5ta edición ed.). Barcelona: PROFIT.
- Desseler, G. y. (2011). *Administración de recursos humanos, Enfoque latinoamericano*. México: PERSON EDUCACIÓN.
- Diario YA. (2008). *la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa y del Acceso al empleo decente*.
- El Comercio. (19 de Julio de 2018). *MyPes destinan hasta 20% de sus ingresos en capacitar trabajadores*.
- El Comercio. (20 de Septiembre de 2018). *Turismo receptivo alcanza 2341 millones de divisas en primer semestre*.
- Fontana, Y. (2008). *Gestión de calidad en empresas turísticas*. En R. Boullon, *Calidad Turística en la pequeña y mediana empresa* (pág. 19). San José.
- García Dolores, E. M. (2017). *Gestión de la calidad con el uso del Ciclo de Deming en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro agencias de turismo en el Distrito de Huaraz, 2017*. Huaraz.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México: Mc Graw Hill educación.
- Herrera Calderón, J. L. (2017). *Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios, agencias de viaje y tours turístico, provincia de Satipo, año 2017*. Satipo.
- Mares, C. (2013). *El régimen jurídico de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en el Perú*. Lima.
- MINCETUR. (13 de Marzo de 2013). *Manual de Buenas Prácticas para Agencias de Viajes y Turismo, Gestión de Servicio. Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR*. Lima, Lima, Perú.
- Montes, J. y. (2006). *SELECCIÓN DE PERSONAL. La búsqueda del Candidato Adecuado*. Vigo: Ideaspropias .

- Murillo Tulmo, P. C. (2015). *Sistema de reclutamiento y selección de personal para la cadena de supermercados Mercamaxx del cantón los Bancos, provincia de Pichincha*. Ecuador.
- Perú 21. (2013). Oportunidad de la MyPes por el crecimiento del turismo.
- Ponce, F., & Zevallos, E. (2015). La innovación en las micro y pequeñas empresas (MyPes) no solo factible, sino accesible. *Gestión de la innovación e innovación en la Gestión*, 48-49.
- PromPerú. (2017). *Peru como destino para la operación turística*. Lima.
- Puchol, L. (2003). *DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS* (5ta ed.). Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Ramírez Valencia, E. E. (2019). *El proceso de la selección de personal como factor relevante de la Gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de agencias de viajes turísticos, distrito de Huaraz, 2019*. Huaraz.
- Rivera Mateos, M., & Rodríguez García, L. (2012). *Turismo Responsable, Sostenible y Desarrollo Local Comunitario*. Córdoba.
- Sanchez Barraza, B. J. (2014). Mypes; régimen tributario. *Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*.
- Sánchez Caro, R. G. (2017). *Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micros y pequeñas empresas del sector servicios-rubro agencias de viajes y guías turísticos, Huaraz, 2017*. Huaraz.
- Soria Serrano, J. C. (2011). El Sector servicio en la economía global: Transformación y consecuencia. Valcarcel.
- SUNAT. (2016). *SUNAT*. Obtenido de Características de la micro y pequeñas empresas: Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>
- Torres, E. y. (2017). *PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL AREA ADMINISTRATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DE LAREDO*. Trujillo.
- Warner, A. (2005). Importancia de PYMEs para lograr desarrollo con inclusión social. Lima.
- Werther, W. (2008). *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS, Gestión del Capital Humano*. Mc Graw Hill.

## Anexos

### Anexo 1: Cronograma de Actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																	
<b>N°</b>	<b>Actividades</b>	<b>2018</b>				<b>2019</b>								<b>2020</b>			
		<b>Semestre I</b>				<b>Semestre I</b>				<b>Semestre II</b>				<b>Semestre II</b>			
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		x														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			x													
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación o docente tutor				x												
5	Mejora del marco teórico					x											
6	Redacción de la revisión de la literatura						x										
7	Elaboración del consentimiento informado							x									
8	Ejecución de la metodología								x								
9	Resultados de la investigación									x	x						
10	Conclusión y recomendaciones										x						
11	Redacción del pre informe de investigación											x					
12	Reacción del informe final												x				
13	Aprobación del informe final por el jurado de investigación													x			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos.														x		
15	Redacción del artículo científico															x	x

## Anexo 2: Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	2	120	180
• Fotocopias	1	40	30
• Papel bond A-4 (500 hojas)	1	30	45
• Lapiceros	1	0.50	1.5
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	1	100	100
• Taller	4	750	2000
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	8	40	
<b>Sub total</b>			523.5
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			2880.0
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30-00	2	60
• Búsqueda de información en base de datos	15.00	2	30.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	10.00	4	40,00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
• 50			
<b>Sub total</b>			180.00
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (3 horas por semana)			-
<b>Sub total</b>			-
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			180.00
<b>Total (S/.)</b>			3060.00

## Anexo 03

### Instrumento de recolección de datos

CLASIFICACIÓN	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REGIÓN	PROVINCIA	DIRECCIÓN
<b>Tour Operador</b>	Active Perú Través EIRL	Active Perú Través	Áncash	Huaraz	Av. Agustín Gamarra N° 695 - San Francisco
<b>Tour Operador</b>	Empresa de Servicio Turístico Altas Montañas E.I.R.L.	Altas Montañas	Áncash	Huaraz	Av. Puyhuan S/N (20 km. al Sur de Huaraz)
<b>Tour Operador</b>	Andean kingdom Adventures EIRL	Andean kingdom	Áncash	Huaraz	Parque Ginebra N° 118 (Frente a la casa de guías)
<b>Tour Operador</b>	Andean Summit Multiservicios S.R.L	Andean Summit	Áncash	Huaraz	Psje. Wuamashraju N° 692 (costado de la Casa de Guías)
<b>Tour Operador</b>	Andean Sky Expeditions E.I.R.L.	Andean Sky Expeditions	Áncash	Huaraz	Jr. Simon Bolívar N° 690
<b>Tour Operador</b>	Pinto Toledo Beto Navarro	Andean Climbing	Áncash	Huaraz	Psje Ucanan N° 304
<b>Tour Operador</b>	Andes Camping Expeditions EIRL.	Andes Camping Expeditions	Áncash	Huaraz	Psje. Vallanurraju S/N - Parque Ginebra
<b>Tour Operador</b>	Salas Gaytan Zenobio Artidoro	Andes Hard Expedition	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 565
<b>Tour Operador</b>	Andes Trek Perú E.I.R.L.	Andes Trekk Perú	Áncash	Huaraz	Jr. Caraz N° 842
<b>Tour Operador</b>	Andes X-plorer EIRL	Andes x-plorer	Áncash	Huaraz	Jr. José Olaya N° 121 – Psje. Zarumilla
<b>Tour Operador</b>	Monasterio Bilbao Javier Aritza	Andinista Adventures	Áncash	Huaraz	Jr. 28 de Julio N° 926
<b>Tour Operador</b>	Empresa de Transporte Turístico Regional Atusparia EIRL	Atusparia Tours	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 651
<b>Tour Operador</b>	Agencia de viajes de Aventura Quechua SRL	Aventura Quechua	Áncash	Huaraz	Av. 27 de Noviembre N° 773

<b>Tour Operador</b>	Aventures Andines S.R.L.	Aventures Andines	Áncash	Huaraz	Psje. Chorrillos N° 142 -Frente al Ministerio de Agricultura
<b>Tour Operador</b>	Gomero Oncoy Marco Antonio	Baby Tours	Áncash	Huaraz	Jr. Las Magnolias Mz. 159 Lt. 17, Villón Alto
<b>Tour Operador</b>	Rommel Augusto Amado Soriano	Chacaraju Expeditions	Áncash	Huaraz	Jr. Alberto Gridilla N° 345
<b>Tour Operador</b>	Transporte Turístico Chavín Tours S.R.L.	Chavín Tours	Áncash	Huaraz	Jr. José de la Mar N° 590
<b>Tour Operador</b>	Climber Land E.I.R.L	Climber Land	Áncash	Huaraz	Parque Ginebra Lt. 30 A
<b>Tour Operador</b>	Idelfonso Santos Máximo Claudio	Corazón Andino	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 557 (2do. piso)
<b>Tour Operador</b>	Corazón de Jesús E.I.R.L.	Corazón de Jesús Tours	Áncash	Huaraz	Jr. 13 de Diciembre N° 704. Sucursal: Jr. Mariscal Cáceres N°338
<b>Tour Operador</b>	Agencia de Viajes y Turismo Dancing Peak S.R.L.	Dancing Peak	Áncash	Huaraz	Jr. Cajamarca - Psje. Ranrapalca S/N (Frente a la empresa Julio Cesar)
<b>Tour Operador</b>	Discovery Perú E.I.R.L	Discovery Perú	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 834
<b>Tour Operador</b>	Andean Summit	Andean Summit	Áncash	Huaraz	Psje. Wuamashraju, N° 692 – Parque Ginebra
<b>Tour Operador</b>	Ecoice Perú E.I.R.L.	Ecoice Perú	Áncash	Huaraz	Jr. Amadeo Figueroa y Enrique Palacios. Frente al Sport Soledad
<b>Tour Operador</b>	Ecohatun E.I.R.L	Ecohatun	Áncash	Huaraz	Barrio los Quenuales / Av. Las tunas Mz A Lt. 2
<b>Tour Operador</b>	Elda Rebeca Adriano Santillan	Encantos Del Perú	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 571 of. 206 (frente a Carza y cerca de Andes Hard al 2do piso )
<b>Tour Operador</b>	Emperador Expedition E.I. R. L	Emperador Expedition	Áncash	Huaraz	Jr. Juan de la Cruz Romero N° 1024
<b>Tour Operador</b>	Ersa Tours S.R.L	Erza tours	Áncash	Huaraz	Jr. José de Sucre N° 807

<b>Tour Operador</b>	Empresa de Transportes y Servicios Turísticos Esperanza Travel E.I.R.L.	Esperanza Travel	Áncash	Huaraz	Jr. Los Quenuales N° 200 -Barrio Centenario (cdra. 2 pasando la Comisaría) . Sucursal Jr. San Martín N°658
<b>Tour Operador</b>	Explorandes E.I.R.L.	Explorandes	Áncash	Huaraz	Av. Agustín Gamarra N° 835
<b>Tour Operador</b>	Galaxia Expeditions Perú E.I.R.L.	Galaxia Expeditions	Áncash	Huaraz	Parque del Periodista Mz. Única Lt. 36
<b>Tour Operador</b>	Palma Zambrano Rosalina Blanca	Ganesa Explorer	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 650
<b>Tour Operador</b>	Grand Cesar Tours E.I.R.L.	Grand Cesar Tours	Áncash	Huaraz	Jr. Larrea y Laredo N°721; Mariscal Cáceres N° 492
<b>Tour Operador</b>	Geckos Reisen Perú E.I.R.L.	Geckos Reisen Perú	Áncash	Huaraz	Jr. Garcilazo de la Vega s/n Barrio Villón Bajo (Psje. San Juan Mz. 28 Lt.6)
<b>Tour Operador</b>	Agencia de Viajes y Turismo Golden Expeditions E.I.R.L.	Golden Expeditions	Áncash	Huaraz	Jr. José de Sucre N° 723
<b>Tour Operador</b>	Grupo Viajeros Perú E.I.R.L.	Grupo Viajeros Perú	Áncash	Huaraz	Jr. Las Magnolias Mz. 159 Lt. 17, Villón Alto Jr.Marpa Arangurí N° 832 (Lima)
<b>Tour Operador</b>	Highsummit Perú E.I.R.L.	High Summit Perú	Áncash	Huaraz	Asociación 8 de Diciembre Piedra Azules, barrio Vista Alegre
<b>Tour Operador</b>	Agencia de Viajes y Turismo Huaraz American Tours E.I.R.L.	Huaraz American Tours	Áncash	Huaraz	Jr. José de Sucre N° 765
<b>Tour Operador</b>	Huaraz Treks and Climbs E.I.R.L.	Huaraz Treks and Climbs	Áncash	Huaraz	Jr. Bello Horizonte n° 1326
<b>Tour Operador</b>	Carrera Marquez Timoteo Ronald	Huayhuash Adventures	Áncash	Huaraz	Jr. José de la Mar N° 661
<b>Tour Operador</b>	Ag.de viajes y Turismo Huascarán E.I.R.L.	Huascarán	Áncash	Huaraz	Jr. Pedro Campos N° 711 - Barrio Soledad Baja
<b>Tour Operador</b>	Inka Travel E.I.R.L.	Inka Travel	Áncash	Huaraz	Jr. Lúcar y Torre N° 468

<b>Tour Operador</b>	Oncoy Mejía Edita Norma	Inkaland Treks	Áncash	Huaraz	Prolong. Jr. Caraz N° 1153
<b>Tour Operador</b>	Jamanca Tours EIRL	Jamanca Tours	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 655
					Av. Luzuriaga N° 655, 2do piso.
<b>Tour Operador</b>	Agencia de Viajes y Turismo Mazuelos Expedition EIRL	JM Expeditions	Áncash	Huaraz	Jr. San Martín N°613, Segundo piso
<b>Tour Operador</b>	Huamán Ardiles Humberto Naval	Joker Expeditions	Áncash	Huaraz	Calle Las Rudas N° 566 - Río Seco
<b>Tour Operador</b>	Kaori Adventures E.I.R.L	Kaori Adventures	Áncash	Huaraz	Urb. Villasol Psje. San Camilo Mz I Lote 7 Sucursal Jr.San Martín N° 663
<b>Tour Operador</b>	K2 Perú Adventures EIRL	K2 Perú Adventures	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N°464
<b>Tour Operador</b>	La Cima Logistics S.R.L	La Cima Logistics	Áncash	Huaraz	Jr. Lúcar y Torre N° 538
<b>Tour Operador</b>	Lalo Travel Servicios Turísticos E.I.R.L.	Lalo Travel Servicios Turísticos	Áncash	Huaraz	Jr. José de Sucre N° 765 (1° piso de la Cámara de Comercio, Tienda 05)
<b>Tour Operador</b>	Rosario de la Cruz Venceslao Vitaliano	Land Trek Andino	Áncash	Huaraz	Av. Raymondi N° 510
<b>Tour Operador</b>	Empresa de servicios turísticos Lucho Tours E.I.R.L.	Lucho Tours	Áncash	Huaraz	Jr. San Martín N° 663
<b>Tour Operador</b>	Agencia de Viajes y Transporte Turístico Mirador Tours E.I.R.L.	Mirador Tours	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 527 Of 01
<b>Tour Operador</b>	Valverde Palma Manuel	Mystical Travel	Áncash	Huaraz	Jr. Cabana S/N Pedregal Bajo
<b>Tour Operador</b>	Luis Jorge Velasco Paucar	Montaña de cristal	Áncash	Huaraz	Jr. José de la Mar N° 520
<b>Tour Operador</b>	Ana Teresa Ortiz Ortega	Montañero	Áncash	Huaraz	Parque Ginebra 30-B

<b>Tour Operador</b>	Empresa de Servicios Turísticos Monttrek E.I.R.L.	Monttrek	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 646, 2do piso
<b>Tour Operador</b>	Mont Blanc Perú EIRL	Mont Blanc Perú	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 655
<b>Tour Operador</b>	Empresa de Transporte Turístico Mony Tours E.I.R.L.	Mony Tours	Áncash	Huaraz	Jr. San Martín N° 643
<b>Tour Operador</b>	Mundo Holidays EIRL	Mundo Holidays	Áncash	Huaraz	Jr. San Martín N° 627 of. 2
<b>Tour Operador</b>	Nature and Interpretation Perú E.I.R.L.	Nandi Perú	Áncash	Huaraz	Jr. Lliuya Takaychin N° 181 Dpto. 101 - Barrio El Pedregal Bajo
<b>Tour Operador</b>	Servicios Múltiples Norandes E.I.R.L.	Norandes	Áncash	Huaraz	Psje. Chavín N° 110 (costado del puente Taclán)
<b>Tour Operador</b>	Inversiones Nuestra Montaña EIRL	Nuestra Montaña	Áncash	Huaraz	Urb. Las Terrazas Mz. G Lt. 17 (Agua potable detrás del Perú)
<b>Tour Operador</b>	Agencia de Viajes y Turismo Pablo Tours E.I.R.L.	Pablo Tours	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 501
<b>Tour Operador</b>	Huallpa Bueno Fredy Cristhian	Pacha Andean Walkers	Áncash	Huaraz	Psje. San Martín N° 460
<b>Tour Operador</b>	Peaks Perú E.I.R.L.	Peaks Perú	Áncash	Huaraz	Av. Gamarra N° 736, primer Piso
<b>Tour Operador</b>	Perú Bergsport E.I.R.L.	Perú Bergsport	Áncash	Huaraz	Av. Interoceánica N° 519 - Nueva Florida / Jr. 28 de julio N° 202 - Huaraz.
<b>Tour Operador</b>	Perú Llama Trek E.I.R.L.	Perú Llama Trek	Áncash	Huaraz	Jr. Agustín Loli N° 463 - Soledad (a una cdra de la Plazuela de la Soledad)
<b>Tour Operador</b>	Perú Mountain Adventure S.R.L.	Perú Mountain Adventure	Áncash	Huaraz	Jr. Simón Bolívar N° 469
<b>Tour Operador</b>	Empresa Perú Tour E.I. R.L.	Perú Tours	Áncash	Huaraz	Jr. San Martín N° 625 (parqueo turístico)
<b>Tour Operador</b>	Perutrek Expediciones E.I.R.L.	Perutrek Expediciones	Áncash	Huaraz	Jr. José de la Mar N° 590

<b>Tour Operador</b>	Servicios Generales Burger La Puente E.I.R.L.	Perou Voyages	Áncash	Huaraz	Jr. José Sucre Nº 702
<b>Tour Operador</b>	Peruvian Classic Adventures E.I.R.L.	Peruvian Classic Adventures	Áncash	Huaraz	Psje. Wuamashrraju Nº 656 -parque del Periodista
<b>Tour Operador</b>	Peruvian Treks S.R.L	Peruvian Andes Adventures	Áncash	Huaraz	Jr. José Olaya Nº 532
<b>Tour Operador</b>	Perú Mountain E.I.R.L.	Peruvian Mountains	Áncash	Huaraz	Malecón Sur Río Quillcay Nº 734 (Altura del puente de piedra)
<b>Tour Operador</b>	Gómez Espinoza Eusebio Alfredo	Purikuq Andes Climb	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga Nº 571 2do piso
<b>Tour Operador</b>	Perú Andes Holidays Eirl	Perú Andes Holidays	Áncash	Huaraz	Jr. José de San Martín Nº 269, 2do piso, oficina 2
<b>Tour Operador</b>	Quechua E.I.R.L	Quechua	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga Nº 565 / Of.2
<b>Tour Operador</b>	Quechuandes Travel & Adventure Agency EIRL	Quechuandes	Áncash	Huaraz	Jr. Hortencia Santa Gadea N°995 (esquina con Av. Atusparia)
<b>Tour Operador / Mayorista</b>	Empresa de Servicios Turísticos Quenual Adventures Tours E.I.R.L.	Quenual Adventures	Áncash	Huaraz	Jr. Amadeo Figueroa Nº 1267
<b>Tour Operador</b>	Shelek Trek SRL	Shelek Trek	Áncash	Huaraz	Av. Confraternidad Internacional Oeste Nº 674
<b>Tour Operador</b>	Agencia de Viajes y Turismo Sierra Nevada Tours E.I.R.L	Sierra Nevada Tours	Áncash	Huaraz	Jr. José de Sucre Nº 908
<b>Tour Operador</b>	Siula Corporation E.I.R.L.	Siula Adventures	Áncash	Huaraz	Jr. José de San Martín Nº 629 - (Zona de Parqueo)
<b>Tour Operador</b>	Solandino SAC	Solandino	Áncash	Huaraz	Av. Agustín Gamarra Nº 815 - (Gamarra y 28 de Julio)
<b>Tour Operador</b>	Transportes y Turismo Solis S.R.L.	Solis	Áncash	Huaraz	Jr. Leonisa Lescano Nº 667

<b>Tour Operador</b>	Tierras de los Andes SAC	Tierra de los Andes	Áncash	Huaraz	Jr. Lucár y Torre N° 548 2do piso
<b>Tour Operador</b>	Empresa de Turismo Andino SRL	Turismo Andino	Áncash	Huaraz	Jr. Pedro Cochachín N° 357
<b>Tour Operador</b>	Transporte y Turismo el Valle EIRL	Turismo El Valle	Áncash	Huaraz	Av. 28 De Julio N° 455
<b>Tour Operador</b>	Turismo Galaxia Tours EIRL	Turismo Galaxia	Áncash	Huaraz	Jr. Juan de la Cruz Romero N° 638 640
<b>Tour Operador / Minorista</b>	Empresa de Transportes Turísticos Romero SRL.	Turismo Romero	Áncash	Huaraz	Jr. San Martín N° 663
<b>Tour Operador</b>	Vicencio Expeditions EIRL	Vicencio Expeditions	Áncash	Huaraz	Psje. Las Azucenas N° 135
<b>Tour Operador</b>	Mirea Gissela Damian Mejía	Wiracocha Perú Travel & Expeditions	Áncash	Huaraz	Jr. Amadeo Figueroa N° 943
<b>Tour Operador</b>	Carmen Rosario Alvarado Blacido	Valeny adventures	Áncash	Huaraz	Av. Confraternidad Internacional Este 103
<b>Tour Operador</b>	Domingo Grimaldo Macedo Acuña	Vallunaraju Expeditions	Áncash	Huaraz	Av. Luzuriaga N° 945 2do piso
<b>Tour Operador</b>	Agencia De Viaje Y Turismo Aventura Yungay Travel Service E.I.R.L	Yungay Travel Service	Áncash	Huaraz	Jr. Julian de Morales N° 661

*Fuente. IPerú*

## Anexo 4: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información del micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO para obtener el título de Licenciado en administración. Esta encuesta es totalmente anónima y la información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación por lo que se agradece anticipadamente.

#### 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. Género

- 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 el cargo

- 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
  - c) 11 a más trabajadores
7. **Número de trabajadores**
- a) 1 a 5 trabajadores
  - b) 6 a 10 trabajadores
8. **Las personas que trabajan en su empresa son:**
- a) Familiares
  - b) Personas familiares no familiares
9. **Objetivos de Creación:**
- a) Generar ganancias
  - b) Subsistencia

## II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

### 2.1 GESTIÓN DE CALIDAD

10. **¿Usted, cómo analiza la situación de la empresa?**
- a) Por medio de información registrada
  - b) Realiza registros de las actividades empresariales
  - c) Analiza los resultados de las actividades empresariales
  - d) N.A.
11. **¿Cómo analiza el entorno para determinar causas y efectos que repercuten en su empresa?**
- a) Determina los principales problemas de la empresa
  - b) Analiza los datos recopilados
  - c) Observa la experiencia personal
  - d) Realiza una lluvia de ideas
  - e) N.A.
12. **¿De qué manera planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa?**
- a) Realiza una lista de soluciones
  - b) Establece un registro prioridades
  - c) Elabora un plan operativo
  - d) N.A.
13. **¿Usted, efectúa cambios e implementa soluciones para su empresa?**
- a) Nunca
  - b) Algunas veces
  - c) Siempre
14. **En su empresa, ¿Cómo mide los resultados obtenidos durante el proceso?**
- a) Realiza la recopilación de datos de cada área
  - b) Mediate la evaluación de los cambios en las actividades
  - c) Con la evaluación de la situación anterior con la actual
  - d) N.A.

**15. ¿De qué manera implementa el plan de mejora para su empresa?**

- a) Mediante la capacitación del personal
- b) Estableciendo nuevas responsabilidades
- c) Definiendo nuevas operaciones
- d) N.A

**16. ¿Usted documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido?**

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Siempre

**III. REFERENTE A LA VARIABLE PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL**

**17. ¿En su empresa, cuenta con un proceso de selección de personal?**

- a) Si
- b) No

**18. ¿Usted da conocimiento a los futuros postulantes las características del puesto?**

- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

**19. ¿Qué exige cómo características en el perfil del solicitante al empleo?**

- a) Experiencia en puestos similares
- b) Estudios Técnicos
- c) Estudios Superiores
- d) Otros
- e) N.A.

**20. ¿Por qué medio realiza el reclutamiento de personal?**

- a) Avisos al público en general
- b) Por medio verbal
- c) Medios digitales (páginas de internet y/o redes sociales)
- d) Otros
- e) Ninguno

**21. ¿Qué considera como importante para la aceptación del postulante?**

- a) Por recomendación de los subordinados.
- b) Por recomendación por terceros
- c) Experiencia en los trabajos anteriores.
- d) Estudios Superiores.
- e) Otros

**22. En su empresa, ¿Qué tipo de pruebas se emplean para la evaluación del postulante?**

- a) Entrevista personal
- b) Pruebas en la que puedan ver la personalidad de la persona
- c) Pruebas que permitan la observación en el conocimiento del puesto
- d) Pruebas que permitan apreciar su aptitud ante diferentes aspectos
- e) N. A.

**23. Emplea la comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante, para su contratación.**

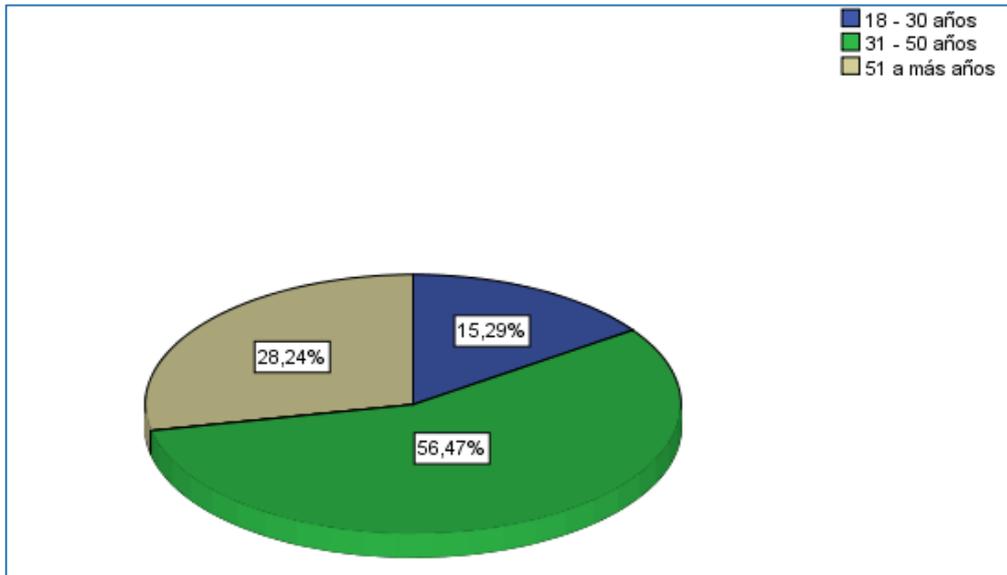
- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

**24. Cree Ud. que un proceso de selección de personal, ayude a la mejora de su empresa con respecto al logro de sus objetivos.**

- a) Si
- b) No

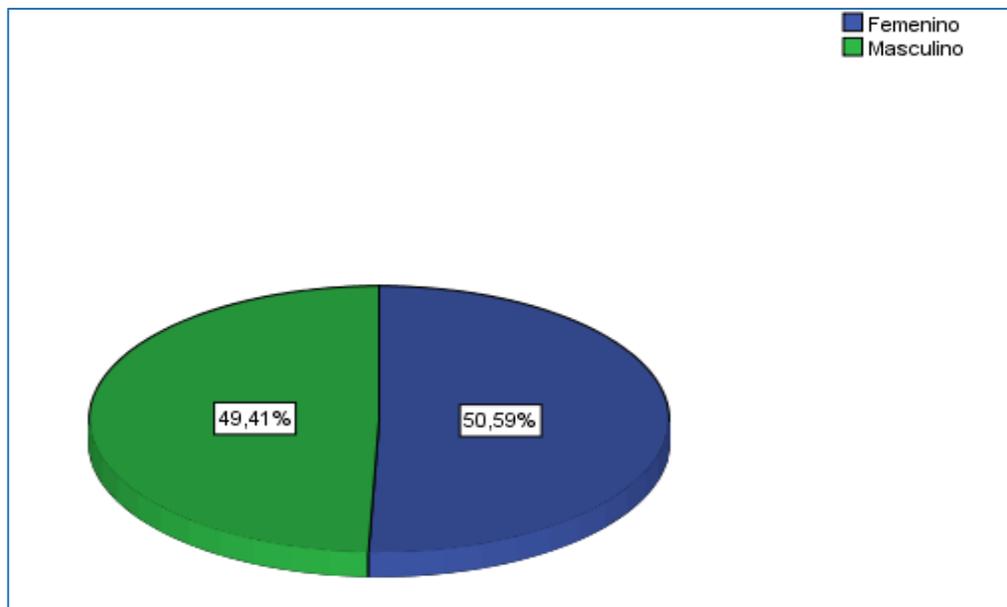
## Anexo 5: Figuras

### Referente a los Representantes de las Micro Y Pequeñas Empresas.



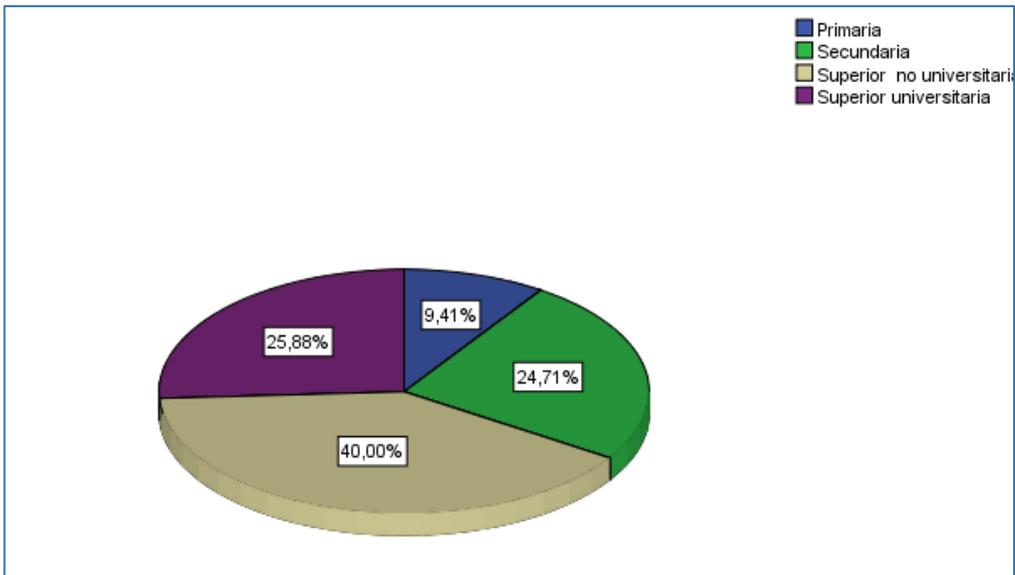
**Figura 1.** Edad de los Representantes (años).

*Fuente. Tabla 1.*



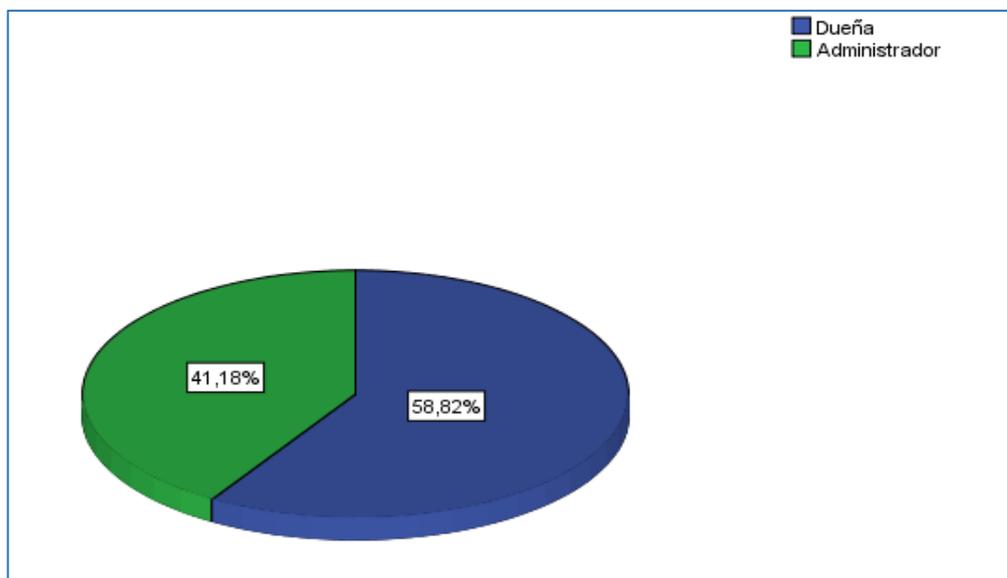
**Figura 2.** Género de los Representantes.

*Fuente. Tabla 1.*



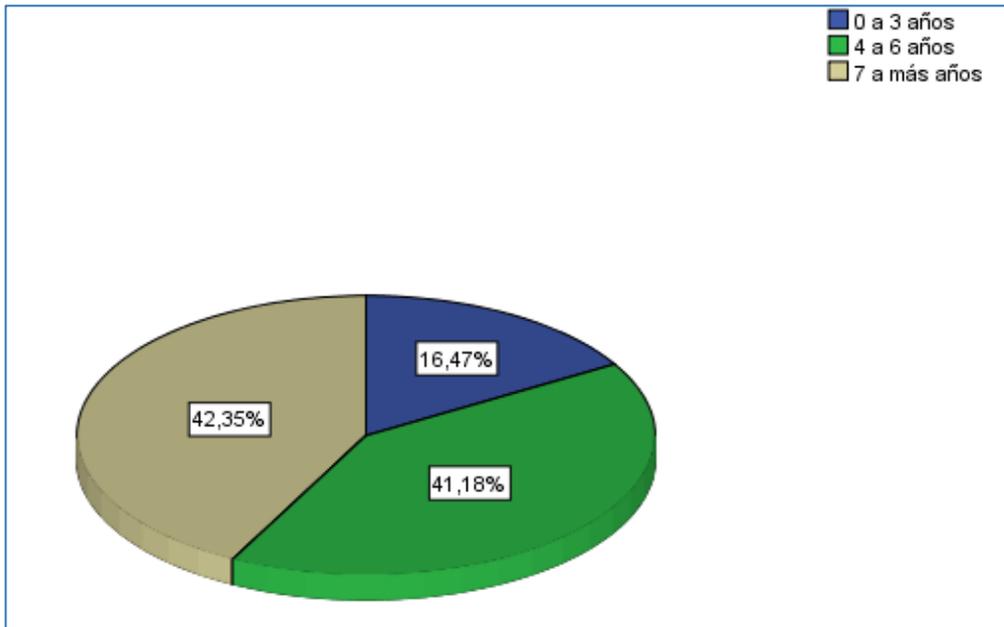
**Figura 3.** Grado de Instrucción.

*Fuente. Tabla 1.*



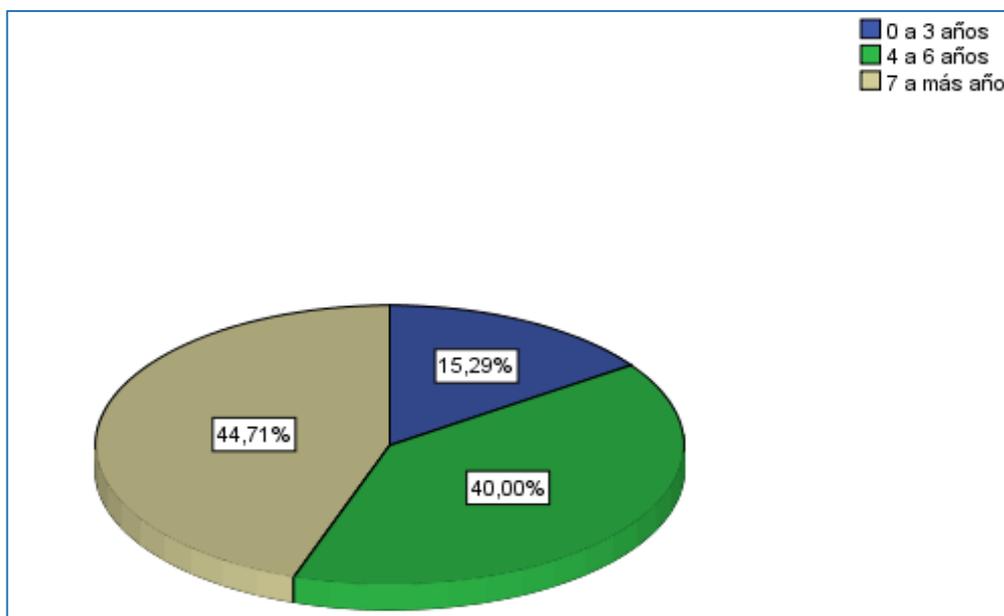
**Figura 4.** Cargo que desempeña.

*Fuente. Tabla 1.*



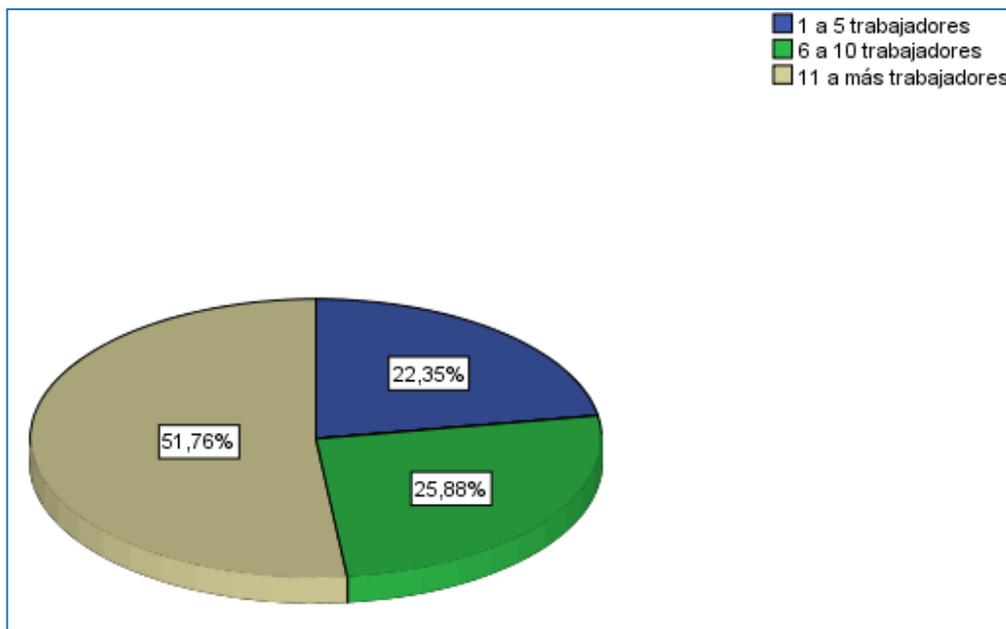
**Figura 5.** Tiempo que desempeña el cargo.

*Fuente. Tabla 1.*



**Figura 6.** Tiempo que permanece de la empresa en el rubro.

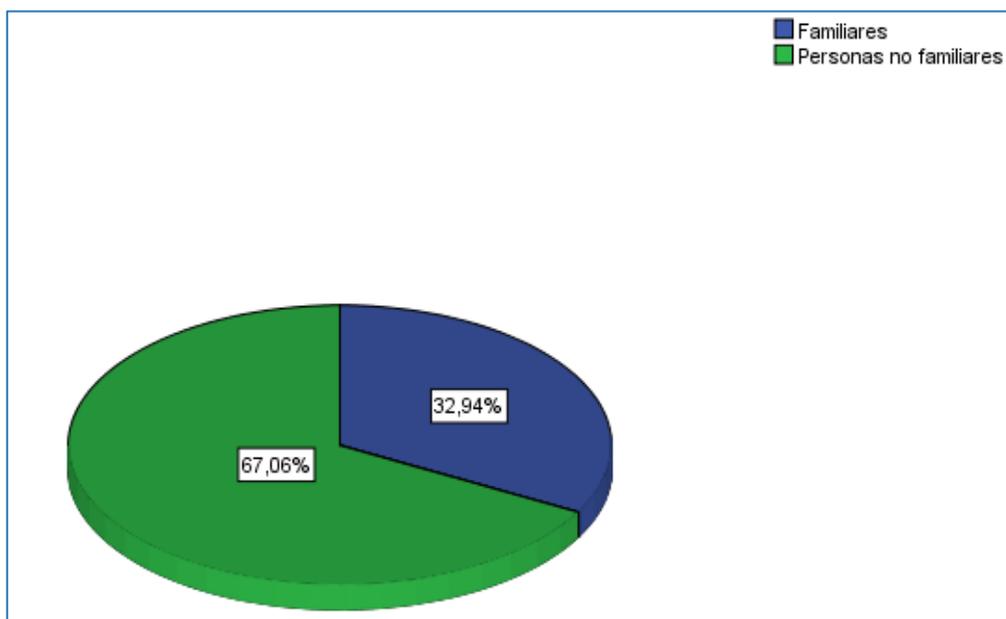
*Fuente. Tabla 1.*



**Figura 7.** Número de trabajadores.

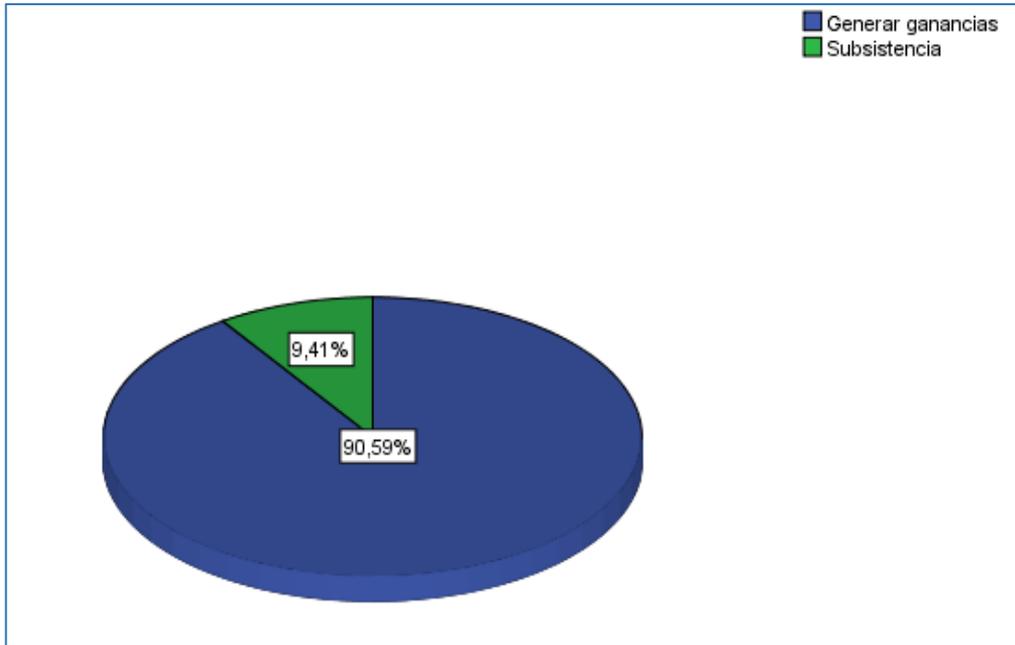
*Fuente.* Tabla 1.

### Referente a las Características de las Micro Y Pequeñas Empresas



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

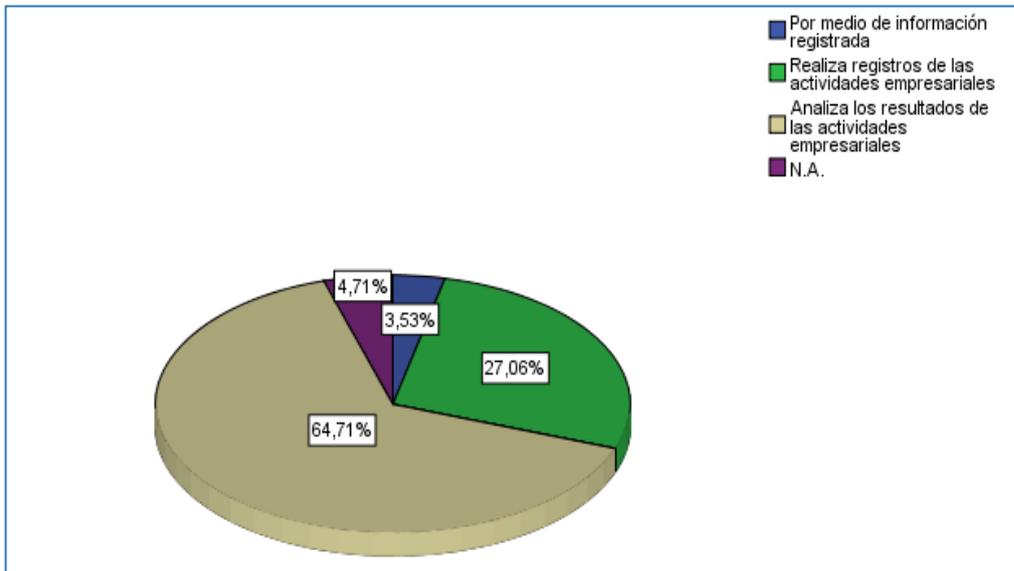
*Fuente.* Tabla 2.



**Figura 9.** Objetivo de creación

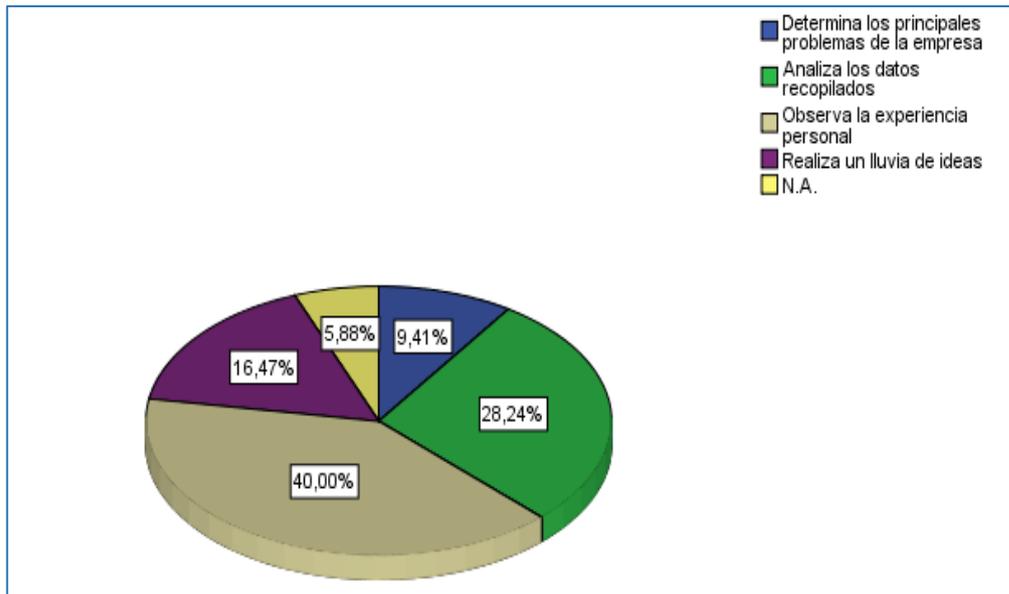
*Fuente. Tabla 2.*

**Referente a las características de la Gestión De Calidad en el proceso de selección de personal**



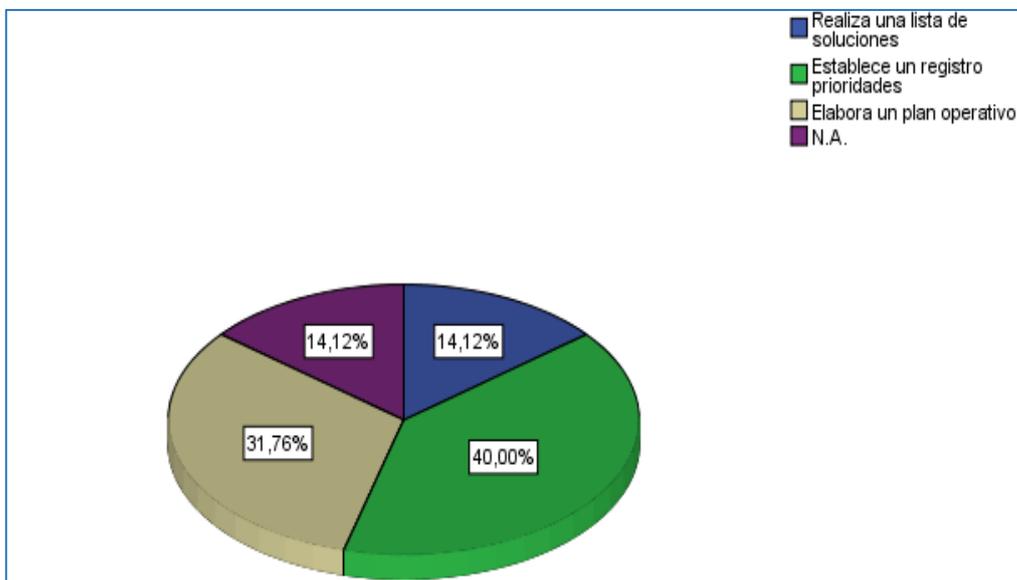
**Figura 10.** Análisis de situación de la empresa (Planifica)

*Fuente. Tabla 3.*



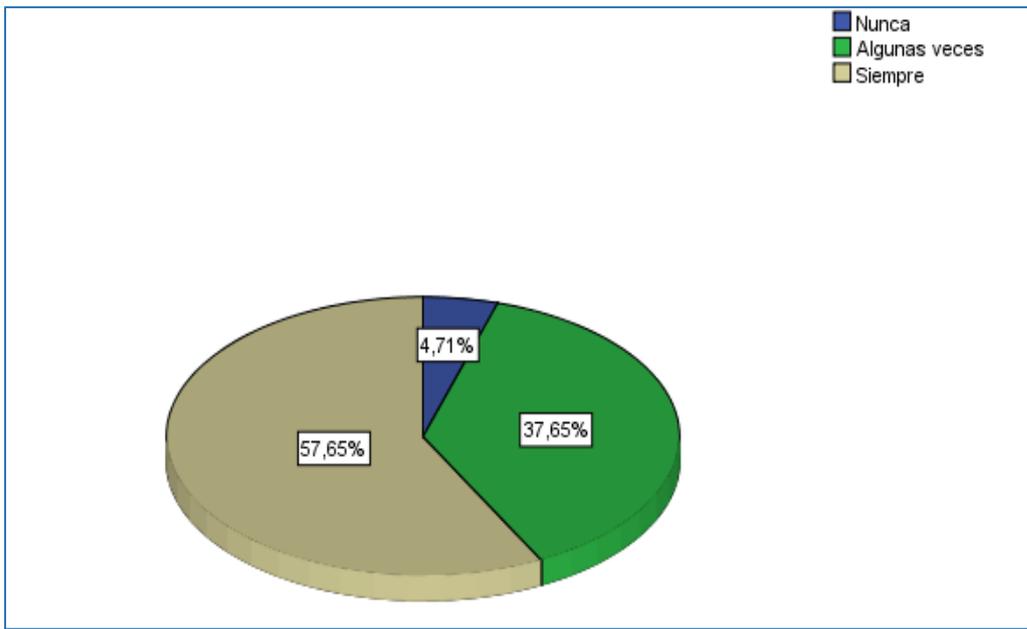
**Figura 11.** Determinar causas y efectos que repercuten en su empresa

*Fuente. Tabla 3.*



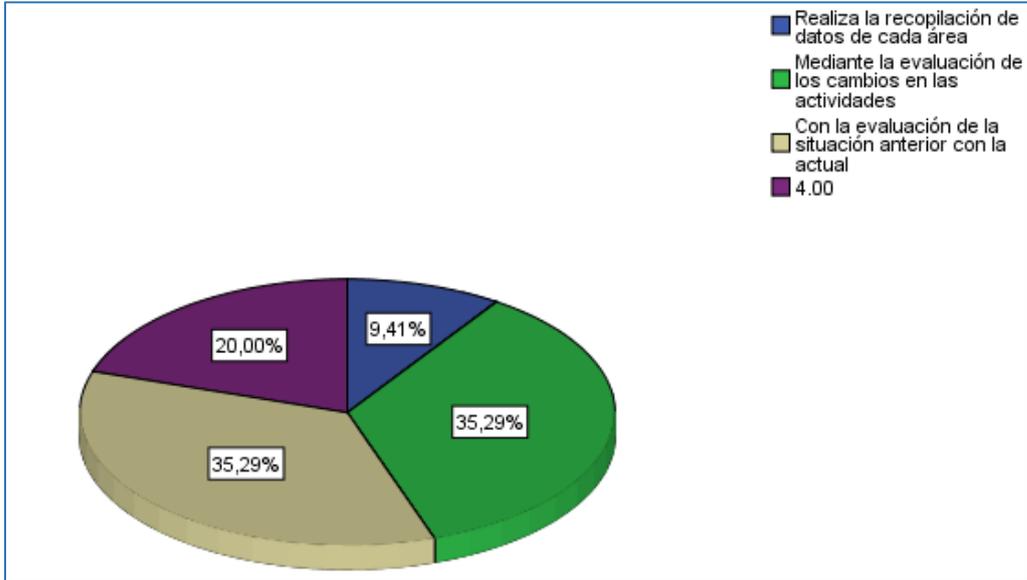
**Figura 12.** Planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa

*Fuente. Tabla 3.*



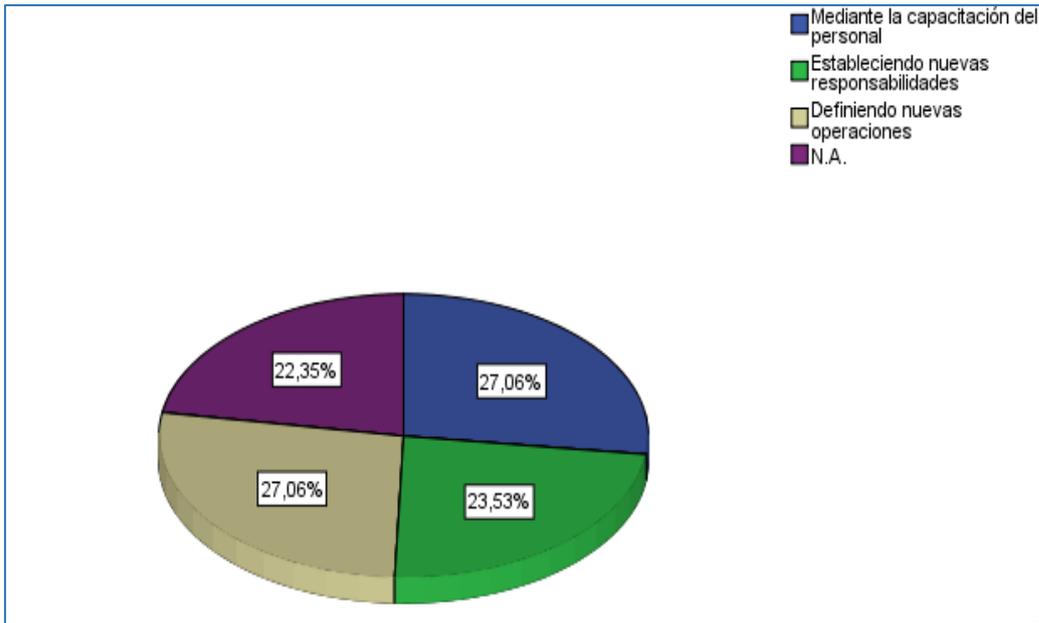
**Figura 13.** Efectúa cambios e implementa soluciones para su empresa

Fuente Tabla 3.



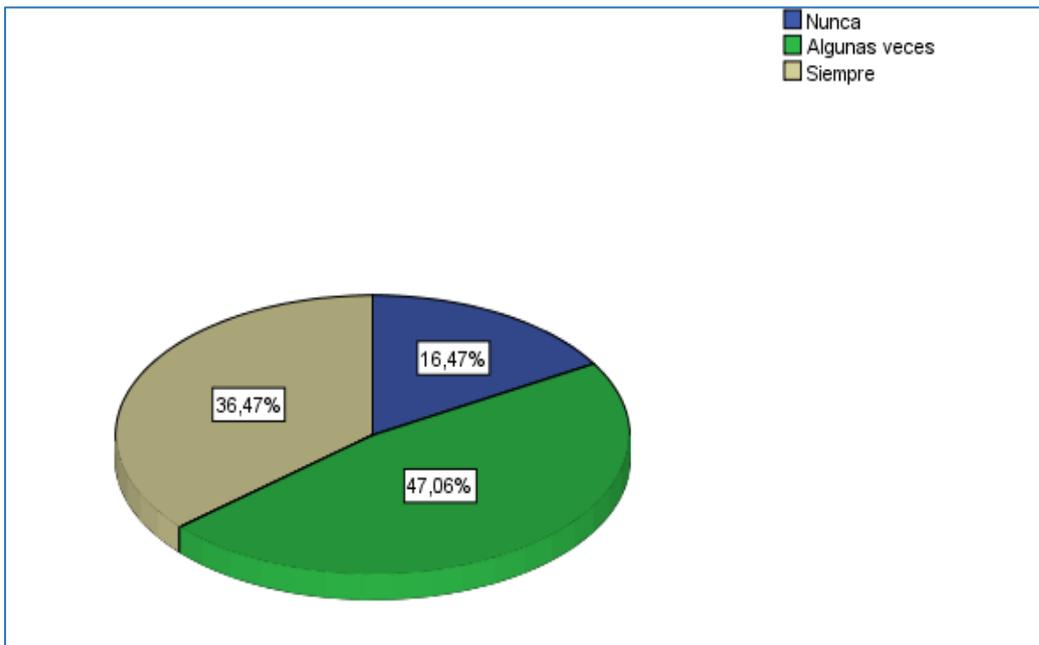
**Figura 14.** Mide los resultados obtenidos durante el proceso

Fuente Tabla 4.



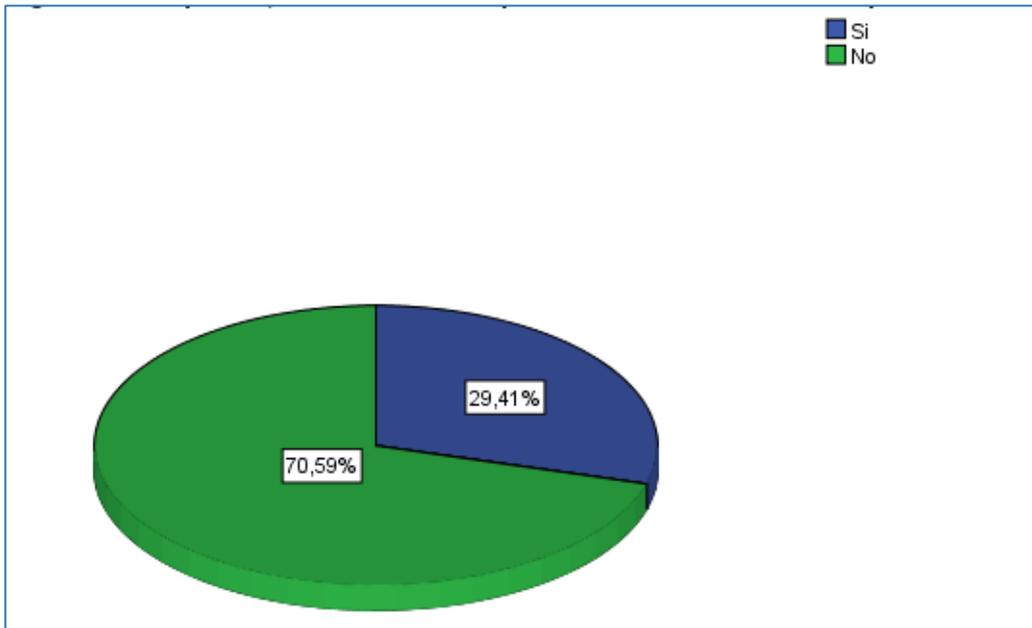
**Figura 15.** Implementa el plan de mejora para su empresa

*Fuente Tabla 3.*



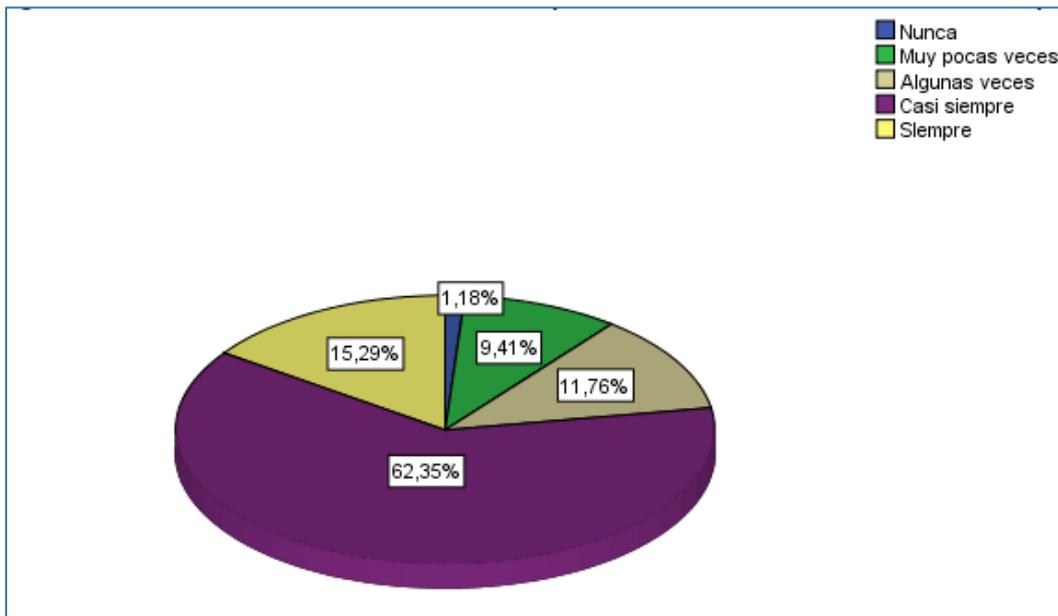
**Figura 16.** Documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido.

*Fuente Tabla 3.*



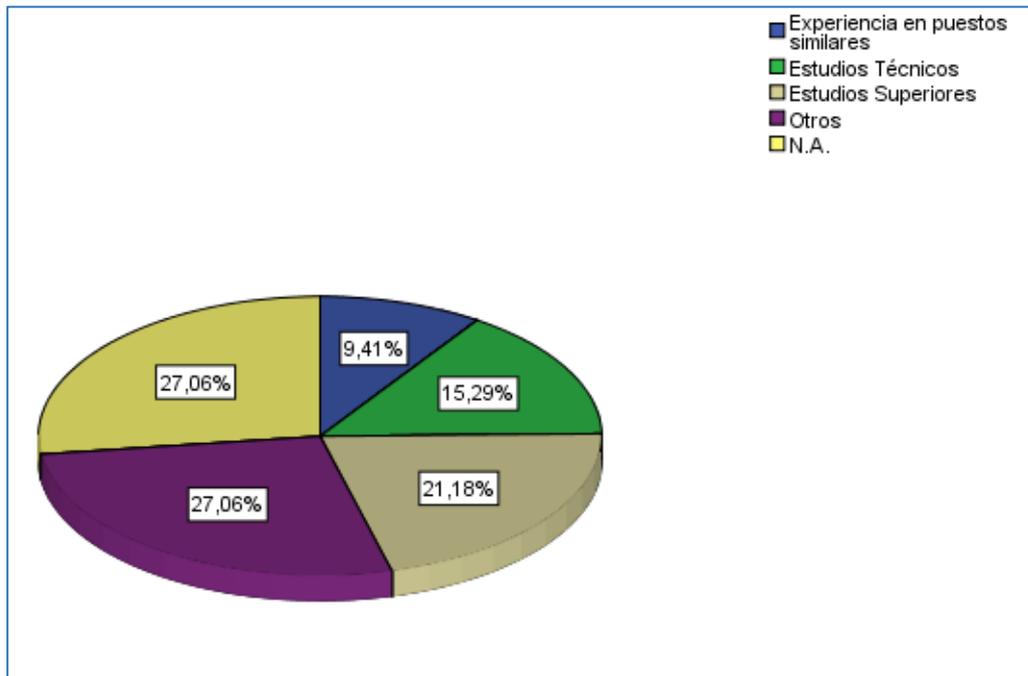
**Figura 17.** Cuenta con un proceso de selección de personal.

*Fuente Tabla 3.*



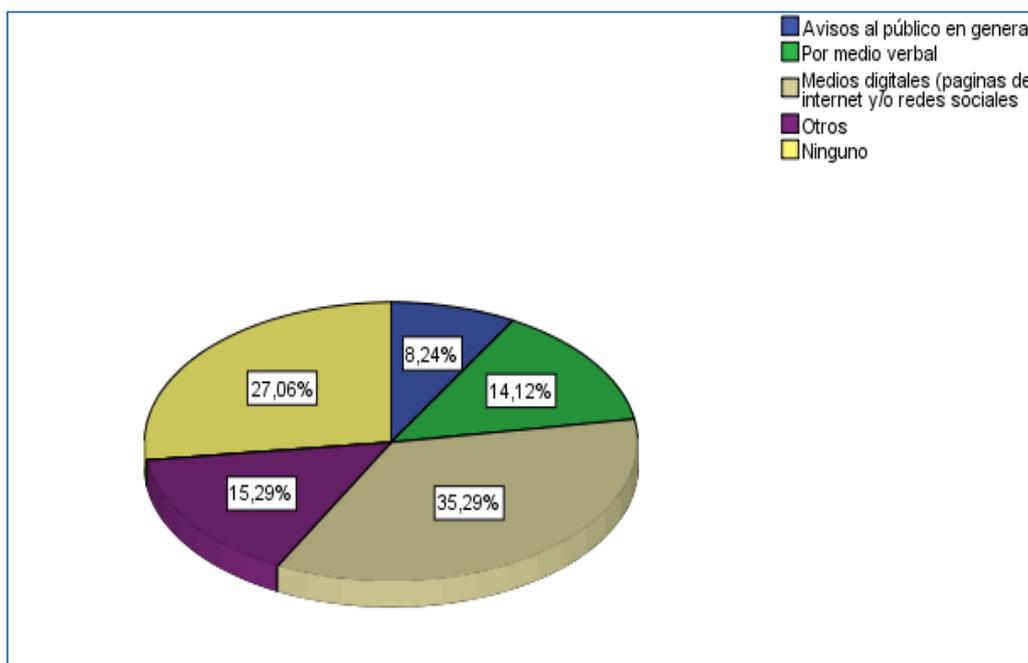
**Figura 18.** Da conocimiento a los futuros postulantes las características del puesto

*Fuente Tabla 3.*



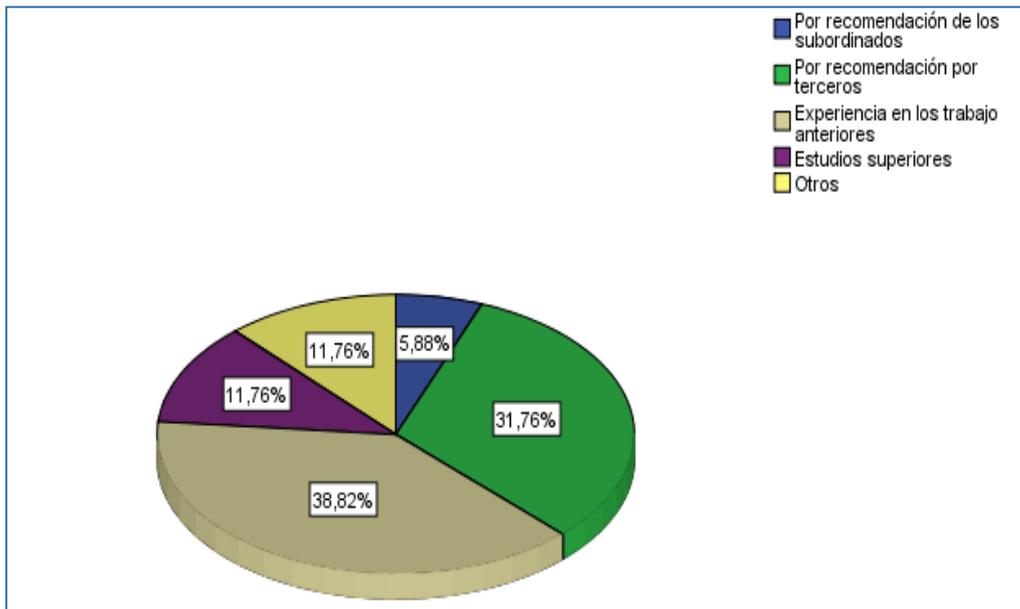
**Figura 19.** Exige cómo características en el perfil del solicitante al empleo

*Fuente Tabla 3.*



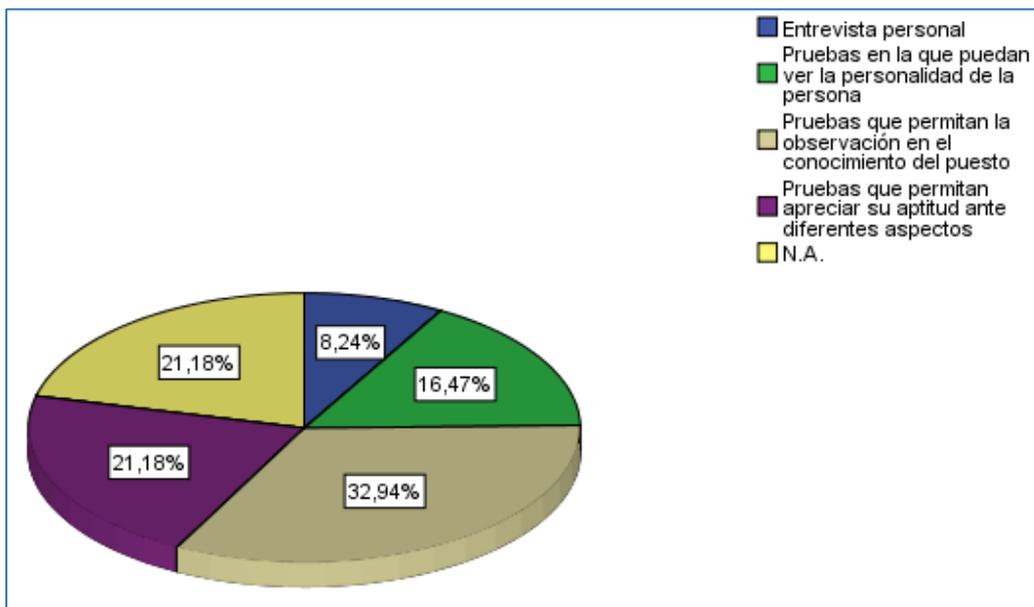
**Figura 20.** Medios donde realiza el reclutamiento de personal

*Fuente Tabla 3.*



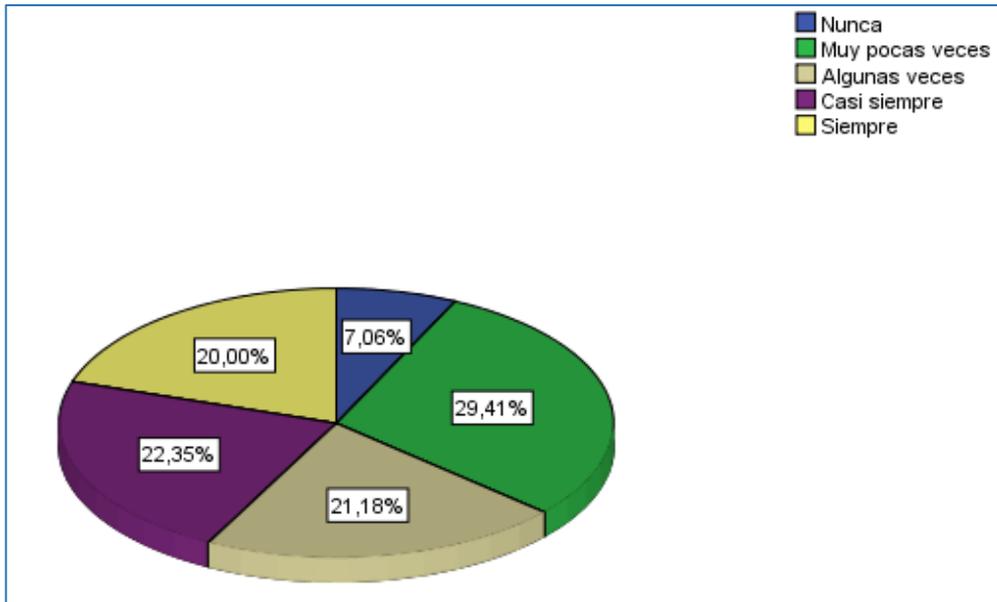
**Figura 21.** Considera como importante para la aceptación del postulante

Fuente Tabla 3.



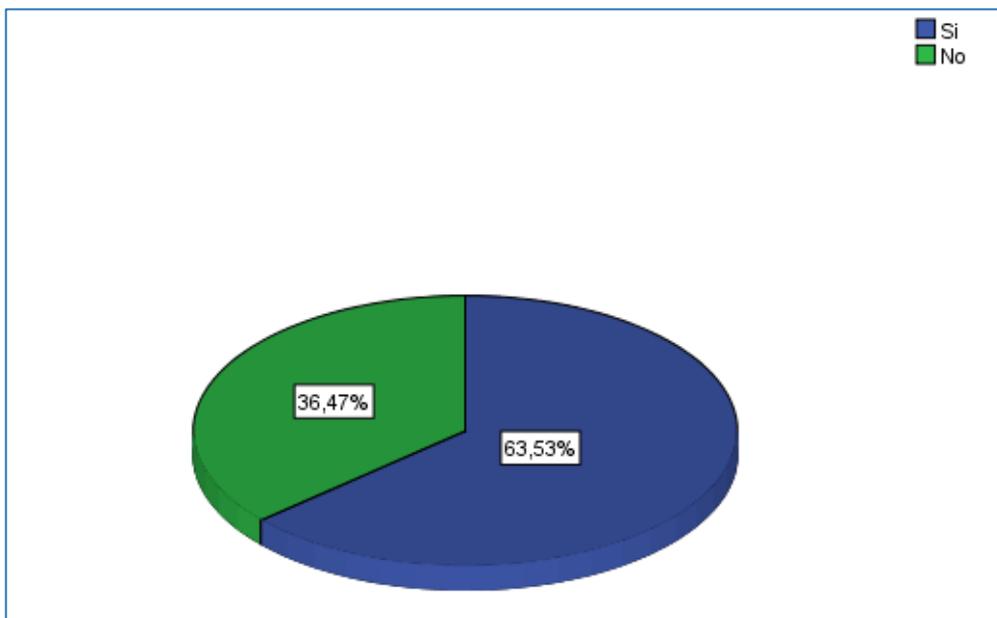
**Figura 22.** Tipo de pruebas se emplean para la evaluación del postulante

Fuente Tabla 3.



**Figura 23.** Comparación entre las características del puesto con el perfil del solicitante, para su contratación

*Fuente Tabla 2.*



**Figura 24.** Proceso de selección de personal, ayuda a la mejora de su empresa con respecto al logro de sus objetivos

*Fuente. Tabla 3.*