



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE

ADMINISTRACIÓN

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD
PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO -
RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C.**

LIMA, 2020

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

AUTOR

**CASTILLON CANTO, CLARA FRANCESCA
ORCID: 0000-0002-6888-0636**

ASESOR

**RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA
ORCID: 0000-0002-5034-7024**

**CAÑETE – PERÚ
2022**

1. TITULO

PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020.

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Castillon Canto, Clara Franchesca

ORCID: 0000-0002-6888-0636

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

ASESOR

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

ORCID: 0000-0002-5034-7024

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Administración, Cañete, Perú

JURADO

Rosillo De Purizaca, Maria Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, Jose German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, Maria Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

3. FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Rosillo De Purizaca, Maria Del Carmen

Presidente

Salinas Gamboa, Jose German

Miembro

Mino Asencio, Maria Isabel

Miembro

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

Asesor

4. AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

En primer lugar agradecer a Dios por cuidar de mi familia y darme un día más de vida para así poder culminar mi carrera profesional. Agradezco a mis padres que estuvieron hay conmigo motivándome durante mi formación académica. De igual manera a la docente por orientarnos y también motivarnos.

Este trabajo de investigación está dedicado primeramente a Dios y luego a mis padres por haberme apoyado en el trayecto de la elaboración de mi proyecto, muchos de mis logros se los debo a ellos por motivarme y seguir adelante.

5. RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como enunciado del problema ¿Cuál es la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotel: Montecarlo Suits S.A.C. Cañete, 2020? Tuvo como objetivo, elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. Lima, 2020. La metodología utilizada fue: tipo cuantitativo, El diseño de la investigación fue Transversal- No experimental, la población estuvo compuesta por 40 hoteles que están inscritas en MYPES del sector servicio- rubro hotel y la muestra seleccionada estuvo compuesta por 20 trabajadores operarios y 3 trabajadores administrativos.La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Los resultados obtenidos muestran que 80% de los encuestados opinan que el hotel no muestra un sistema de seguridad, el 60% es que el hotel presenta deficiencia frente a la competitividad. Se concluye que la propuesta de mejora de este estudio seria desarrollar soluciones tecnológicas para hacer frente a las diversas amenazas, se da mejoras en lo que respecta al riesgo que tiene el hotel ante sus competidores.

Palabras clave: competitividad, gestión de calidad , hotel , MYPE

ABSTRACT

The present research work had as a statement of the problem: What is the proposal to improve competitiveness for quality management in micro and small companies in the hotel service sector: Monte Carlo Suits S.A.C. cañete, 2020? Its objective was to prepare the proposal to improve competitiveness for quality management in micro and small companies in the service sector - hotel category case: Montecarlo suits s.a.c. Lima, 2020. The methodology used was: quantitative type, the research design was Transversal-Non-experimental, the population consisted of 40 hotels that are registered in MYPES in the service sector- hotel category and the selected sample consisted of 20 workers operators and 3 administrative workers. The applied technique was the survey and the instrument was the questionnaire. The results obtained show that 80% of those surveyed believe that the hotel does not show a security system, 60% is that the hotel has a deficiency compared to competitiveness. It is concluded that the improvement proposal of this study would be to develop technological solutions to face the various threats, there are improvements with regard to the risk that the hotel has before its competitors.

Keywords: competitiveness, quality management, hotel, MYPE

6. CONTENIDO

1. TÍTULO.....	ii
2. EQUIPO DE TRABAJO	iii
3. FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iv
4. AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA	v
5. RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
6. CONTENIDO	viii
7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURA	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LITERATURA	7
III. HIPÓTESIS	36
IV. METODOLOGIA.....	37
4.1. Diseño de la investigación.	37
4.2. Población y muestra	38
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	38
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
4.5. Plan de análisis	40
4.6. Matriz de consistencia	40
4.7. Principios éticos.....	42
V. Resultados.....	44

5.1. Resultados	44
5.2. Análisis de Resultados.....	59
VI. Conclusiones.....	66
ASPECTO COMPLEMENTARIO	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXO	78
Instrumento De Recoleccion De Datos.....	80
Consentimiento Informado.....	82
Evidencias	88

7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURA

Tabla 1. <i>Riesgo ante la competencia</i>	44
Tabla 2. <i>La infraestructura de la empresa favorece la competitividad</i>	45
Tabla 3. <i>Sistema de Seguridad</i>	46
Tabla 4. <i>El uso de la Innovación para mejorar el contexto competitivo</i>	47
Tabla 5. <i>Importancia del uso de tecnología</i>	48
Tabla 6. <i>Nivel de Entrenamiento e Incentivos</i>	49
Tabla 7. <i>Aplicación de la Eficiencia</i>	50
Tabla 8. <i>Estrategias diferentes a otras alternativas de mercado</i>	51
Tabla 9. <i>Propone precios y ofertas de promoción a diferencia de la competencia</i> ...	52
Tabla 10. <i>Considera que el servicio que brinda es profesional</i>	53
Tabla 11. <i>La calidad del personal</i>	54
Tabla 12. <i>Puntos débiles y fuertes de nuestros competidores</i>	55
Tabla 13. <i>Capacitación para analizar las acciones y reacciones de la competencia</i> . 56	
Tabla 14. <i>Hace uso de las redes sociales para la publicidad del hotel</i>	57
Tabla 15. <i>Fidelidad por parte de los clientes hacía la empresa hotelera</i>	58

INDICE DE FIGURA

<i>Figura 1:</i> El Hotel Montecarlo verifica los diferentes riesgos que pueda tener.....	35
<i>Figura 2:</i> Una buena Infraestructura favorece la competitividad. ..	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 3:</i> El Sistema de Seguridad ayuda a los clientes tener mayor confiabilidad.	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 4:</i> La empresa cuenta con Sistemas de Seguridad.....	47
<i>Figura 5:</i> El uso de medios digitales favorece la competitividad de los hoteles	48
<i>Figura 6:</i> El Hotel Montecarlo en la actualidad tiene un personal, capacitado	49
<i>Figura 7:</i> Más eficientes sea el personal,se podrá producir una mayor rentabilidad.	50
<i>Figura 8:</i> Implantan diversas estrategias de ventas para su mercado	51
<i>Figura 9:</i> Los hoteles depende de precios la oferta y la demanda en cada momento	52
<i>Figura 10:</i> El Hotel Montecarlo se esmera por brindar la mayor satisfacción	53
<i>Figura 11:</i> La calidad del personal incrementa la productividad y competitividad...	54
<i>Figura 12:</i> El Hotel Montecarlo analiza los puntos débiles de la competencia.	55
<i>Figura 13:</i> La capacitación de nuestros trabajadores es una herramienta importante	56
<i>Figura 14:</i> El uso de las rede sociales forma parte importante de la competitividad.	57
<i>Figura 15:</i> La fidelidad del cliente es una herramienta clave para el Hotel.....	58

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se realizó una propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. lima, 2020. Dentro del trabajo de investigación hay puntos muy importantes sobre la competitividad y la gestión de calidad ambos tienen ciertos aportes que se van a proponer ciertas propuestas de mejora para el Hotel Montecarlo suits ya que prestan servicios y es necesario que la empresa cuente con ciertas estrategias de la competitividad.

A nivel internacional uno de sus problemas es que los hoteles buscan promover una mejora o aumentar sus ganancias y no muestran algunas estrategias para que sean competitivos dentro del mercado. Las MYPES están relacionadas con el crecimiento económico y una descendencia de fuentes en los empleos que están establecidos con unos beneficios económicos para poder generar ingresos dentro de una empresa.

Actualmente la micro y pequeña empresa realiza un rol del crecimiento económico no solo en el Perú ya que es una fuente creadora de empleos. Así mismo durante el tiempo se pudo ver que no solo se trata de competir con una población que tiene la oportunidad de entrar al mercado, sino de poder fortalecer el crecimiento de la empresa base a ello se consiguen los ingresos. Vargas y Castillo,(2008).

En Bogotá la gestión de calidad no solo busca la satisfacción al cliente después de la segunda guerra mundial estuvo buscando ser un factor competitivo los autores señalan que la calidad y el servicios deben ir juntos, si se realiza la calidad nos estaremos dirigiendo a un sector competitivo con la finalidad que en Colombia uno de sus

problemas son que los hoteles buscan promover una mejora o aumentar sus ganancias y no muestran algunas estrategias para que sean competitivos dentro del mercado. Es decir, que un servicio debe mostrar calidad para que enriquezca sus organizaciones siempre en cuando van mostrando una diferencia en los mercados y ambas se realicen juntas, porque si no se muestra un servicio y una calidad los clientes pueden visitar otros servicios que proporciona la competencia. Quiñones y Vega,(2014).

En México la Secretaría de Turismo creó un Sistema de Clasificación de Hoteles la cual, tiene un funcionamiento que permite trabajar en conjuntos y de poder medir de una forma confiable y con la finalidad que las variables están relacionadas con los hoteleros del país, El SCH, (2015) busca maximizar la claridad y busca obtener una comunicación para poder usar el código en la hotelería: su clasificación tienen un rango que va de una a cinco estrellas ya que el número de estrella nos estará especificando las oferta que ofrece a sus huéspedes es decir que si hay un hotel que muestra mayores estrellas llegar a ser evaluados, por ejemplo Una estrella , solo muestra lo que es lo necesario; Dos estrellas ,está realizado los servicios y la infraestructura; Tres estrellas, ofrece un servicio completo pero sin lujos; Cuatro estrella, muestra lujos y de igual manera las instalaciones; Cinco estrellas, está relacionada una habitación completa.

El bienestar cultural y natural de México están relacionados los elementos que con llevan el crecimiento en el turismo ya sean internos o externos siempre dando oportunidades a la productividad y crecimiento del país .Germán, Cuauhtémoc, y Otto, (2017).

En España los últimos años los clientes no se satisfacen con cualquier servicio sino que a ellos se le presentan ofertas donde ellos pueden elegir pero el autor señala que el

precio no es determinante, sí logran a ser determinantes los servicios deben satisfacer sus necesidades para que puedan ofrecer su productos y servicios ya que hoy las empresas deben ser competitivas para ello deben añadir un valor que esté establecidos para los clientes y sean unas ventajas que sean apreciadas por los consumidores. Jose Francisco, Erique, y Jorge, (2009)

En Piura el duelo de los hoteles no están preparados para competir dentro del mercado ya que nos manifiesta que cuentan 58 mil 927 microempresas y sostiene 2 mil 193 pequeñas empresas la cual las MYPE realiza un movimiento económico alrededor del país estas empresas aportan el 40% de la producción y un 70% de empleo la cual llegan a enfrentar los problemas con algunas estrategias , por ejemplo los efectos del niño costero y la falta de previsión esto quiere decir que el empresario llega a dar su tiempo solo a las actividades operativas y no directivas ya que esto limita su liquidez y no tiene rentabilidad porque trabaja poco en ello, el empresario no aplica sus responsabilidades dentro de una empresa. Silipú ,(2016).

El ministerio de comercio exterior y turismo señala que la ciudad de Loreto, Piura, Lambayeque y La Libertad nos señala que la competitividad hotelera relativamente es baja ya que hay hoteles que se operan a un nivel de rentabilidad escaso, debido a la falta de conocimientos para explotar de la mejor manera el hotel y a la limitada predisposición del empresario en relanzar el negocio la baja calidad hotelera en todas las categorías: se requiere mejoras de infraestructura, renovación de mobiliario, modernización de equipamiento y capacitación en gestión y prestación de servicios hoteleros. Bassotti y Riba, (2013).

En Lima el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) señala que Perú es uno de los países con mayor crecimiento y desarrollo en los últimos años ya que estamos mostrando importantes mejoras en el Perú las condiciones adecuadas de macroeconómicas han ayudado a poder lograr un mayor nivel de competitividad, hoy en día el Perú viene a ser un país de bajos niveles de deuda pública que logra mantener un presupuesto público dentro de cada nivel de equilibrio, esto cabe mencionar que el Perú ocupa el 1º puesto en el indicador de “Inflación” lo que muestra una fortaleza económica .

Según César Arias Isla, director de la carrera de Hotelería y Turismo de ISIL, el argumenta que la industria presenta unos retos que pasan por la innovación, “Ya no basta con la formación tradicional de servicio” señaló que un profesional debe lograr adaptarse con las nuevas tecnologías ya que cada año seguimos avanzando además él requiere que se dé orientaciones comerciales para así poder enfrentar la competencia a nivel global.

El hotel Montecarlo Suits está ubicada en el Distrito de la Victoria la cual, el hotel tiene algunas ventajas y desventajas dentro del mercado el hotel se dedica a brindar servicios de calidad a sus clientes como: alojamiento o servicios complementarios, el cliente debe estar satisfecho de su servicio, es por ello que el hotel debe capacitar a sus empleados para que brinden un servicio adecuado a sus clientes y estén satisfechos de sus servicios brindados. Hay muchos hoteles que están en sus alrededores y buscan ciertas estrategias para que puedan generar más ingresos dentro del mercado y sean más competitivos.

Esta investigación tuvo como finalidad constatar que la gestión de calidad que ofrece el hotel Montecarlo suits sea adecuado a los clientes y a la vez mostrando un buen trato a por parte del personal para ello deben estar capacitados los personales de la empresa para que así brinden una atención adecuada a los clientes y puedan sentirse satisfecho del servicio brindado para que puedan volver por segunda vez y se sientan cómodos .

Para lo cual, se planteó el siguiente enunciado del problema: **¿Cuál es la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotel: Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020?**

Para dar respuesta al enunciado del problema se planteó el siguiente objetivo general: “Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. Lima, 2020.”

Para seguir con el objetivo general, se planteó los objetivos específicos:

1. Describir las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. Lima, 2020.
2. Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. Lima, 2020.
3. Determinar la propuesta de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. Lima, 2020.

La presente investigación se justificó de modo practico porque permite determinar los factores relevantes como: competitividad y gestión de calidad para poder mejorar la

atención en tanto el financiamiento y en las capacitaciones a los personales ya que eso permitirá competir dentro del mercado.

Teórica porque ayudo a desarrollar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotel: Monte Carlo Suist S.A.C. cañete, 2020 dentro de ello se establecen datos importantes en esta investigación se muestran informaciones de otros investigadores, además en este proyecto se hace uso de antecedentes que están aportando en años anteriores la cual permite que otros investigadores realicen alguna estrategia de mejora.

En la metodología se utilizó la investigación cuantitativa, también se utilizó las técnicas e instrumentos de recolección de datos y se elaboraron un cuestionario aplicado a las personas indicadas para obtener mayor información.

Los resultados obtenidos el 35 % de los encuestados está en desacuerdo con el uso de la Innovación que realiza el hotel para mejorar el contexto competitivo y el 65% está de acuerdo con el uso que realiza el hotel ya que va permitir mejora el modelo de negocio que tiene la empresa, el 80% están en desacuerdo con el sistema de seguridad y el 20% están de acuerdo, donde se verifica que esta deficiencia conlleva a una gran debilidad del Hotel, que el 60% están en desacuerdo que se aplique la eficiencia ya que no se utiliza el uso adecuado de los diferentes recursos que tiene el hotel Montecarlo y el 40% están de acuerdo que se aplica la eficiencia en el Hotel Montecarlo.

Se concluye que la propuesta de mejora está enfocada a la competitividad para la gestión de calidad en el hotel Montecarlo suits dentro de ello se va desarrollar soluciones tecnológicas para hacer frente a las diversas amenazas que presente, también creando así un departamento de seguridad para poder tener más control, luego hacer un plan de

control de análisis para poder conocer las debilidades y fortalezas del hotel Montecarlo suits.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacional

Gualpa (2016) ejecutó una investigación titulada *implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, para el proyecto crecer gobierno provincial del Azuay, según la normativa ISO 9001:2008 en la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador*, utilizó la metodología de investigación documental y también la experimental, cuyo objetivo es implementar un Sistema de Gestión de calidad en la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador. Conclusion : al realizar un análisis cualitativo y cuantitativo del Proyecto Crecer para determinar los beneficios que acarrearía el Sistema de Gestión de la Calidad, se descubrió que el costo de la gestión no es un factor que pueda poner en peligro la implementación, certificación y/o mantenimiento de estos sistemas. Además, la implementación del sistema diseñado promoverá la confianza en la satisfacción de los requerimientos de los clientes, la mejora continua y la participación de todos los trabajadores.

Joubert (2015) Tesis: *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*. Trabajo Profesional de Tesis de Maestría en la Universidad Nacional de Quilmes. Su objetivo general: Indagar sobre la

potencialidad y la factibilidad de aplicar SGC en los hoteles de la ciudad de Neuquén y, a partir del análisis, sugerir propuestas que permitan a los gerentes y/o dueños involucrarse paulatinamente en el proceso de implementación de estos, cuenta con una metodología cualitativa de carácter descriptivo. Conclusión: A medida que se fue realizando el análisis de la información, se fueron comprobando cada una de las hipótesis planteadas se puede confirmar que la investigación contribuye a dar un panorama cierto de la situación hotelera de la ciudad de Neuquén, así como de las opiniones y percepciones de los gerentes y dueños acerca de la implementación de los SGC. En estos últimos años, la ciudad de Neuquén se ha posicionado como un gran centro de referencia empresarial, administrativo y comercial, que alberga una gran cantidad de servicios, infraestructura y equipamiento, propiciando el desarrollo de sedes de grandes empresas relacionadas, principalmente, con las actividades petrolera, gasífera, minera, hidroeléctrica y estatal. Asimismo, se ha fortalecido como una ciudad de paso para aquellos que se dirigen a los destinos turísticos de la provincia, a quienes provee un servicio de “pernocte” con estadías de una noche, además de otros servicios necesarios propios de una gran ciudad.

Mendoza y Perez (2020) En su artículo de investigación *Competitividad y calidad en pequeños hoteles o en desarrollo. Caso hotel Amash*. Tuvo como objetivo general: desarrollar una guía metodológica para la materialización de la mejora continua en pequeños negocios hoteleros. Utilizó la metodología de una investigación cuantitativa, Se desarrolló un procedimiento de tres fases

esenciales, culminando con una propuesta de indicadores operativos para la evaluación y mejora de la competitividad y calidad en el sector, bajo el principio de la flexibilidad. Su aplicación en el Hotel Amash, de la provincia de Manabí, Ecuador; permitió evidenciar su factibilidad de aplicación al facilitar una mejor planificación y organización de los procesos hoteleros. Conclusión: La materialización de la mejora continua y la competitividad en el sector hotelero; exigen la aplicación de herramientas de gestión; el análisis operacional, los diagramas y fichas de procesos y el seguimiento de indicadores proactivos de procesos, paralelamente a los de resultado, son herramientas útiles en ese contexto. La implementación de las tres fases del procedimiento propuesto en el hotel AMASH, permitió orientar acciones para la mejora, en función de las carencias identificadas en el hotel; a monitorear mediante los 7 indicadores identificados; lo que avala la factibilidad y utilidad de la propuesta.

Calderon (2015) En su tesis *análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el restrepo de la ciudad de bogotá, a partir del factor humano* Tesis de grado para optar por el título de Magister en Administración. Tuvo como objetivo general: s Identificar las políticas y planes que el gobierno ha desarrollado en los últimos ocho años con el fin de contribuir al desarrollo de las PYMES en el país, utilizo la metodología de una investigación cualitativa donde se entrevistaron en profundidad 25 personas entre las cuales se encuentran empresarios (as) y empleados (as) de estas organizaciones. Así mismo, se hizo un trabajo de campo mediante toma

de fotografías, realización de bitácoras y notas de campo. Esta información cualitativa se procesó y analizó con la ayuda del programa de análisis de datos cualitativos Atlas. Conclusión: El plan regional de competitividad para Cundinamarca y Bogotá, muestra las fortalezas en capital humano que tiene la ciudad. No obstante, no sobra mencionar la importancia de que este capital humano con niveles de educación formal, no se quede solo en las universidades, sino que a este también pueda acceder el factor humano de las PYMES en la ciudad, siendo estos los dueños, trabajadores y CAPÍTULO I 26 proveedores de las mismas, para poder mejorar en temas relacionados con la competitividad.

Luján, Ortiz, Caballero, y Ovando (2019) En su trabajo *factores determinantes de la competitividad en hoteles boutique* La presente investigación analiza a los 14 hoteles boutique ubicados en la ciudad de Puebla, México; buscando identificar los elementos que detonan la competitividad en este tipo de hoteles. Con información recabada en TripAdvisor se realizó un análisis de regresión lineal múltiple cuyos resultados fueron contrastados con la opinión de los líderes de 3 casos de éxito. Conclusión: Elevar la competitividad se ha convertido en un reto del sector turístico mexicano, pues representa un elemento clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de las empresas. El caso de Puebla, es un importante foco de análisis, ya que además de ser un estado con un peso relevante en la economía mexicana, ha tenido una expansión notable de la

industria turística en los últimos años, donde el desempeño del sub-sector hotelero ha sido destacable.

2.1.2. Nacionales

Espinoza (2017) En su tesis *gestión de calidad en la competitividad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio; rubro hoteles; urbanización buenos aires, nuevo Chimbote, año 2017* para optar el título profesional de licenciada en administración su objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, del Sector Servicio – Rubro Hoteles, Urbanización Buenos Aires, Nuevo Chimbote, Año 2017. En su metodología se utilizó el diseño, no experimental, transversal y descriptivo; con una muestra dirigida a 10 micro y pequeñas empresas de una población de 10 micro y pequeñas empresas; la técnica que se utilizó es la encuesta, el instrumento aplicado fue el cuestionario; de tal manera que se obtuvo información privilegiada para la investigación. Conclusión: la mayoría de los representantes son personas adultas que tienen estudios superior universitario, así mismo, utilizan técnicas de conocimientos, y cuentan con 6 a 10 trabajadores. Además, conocen de manera óptima la gestión de calidad, y las técnicas de rendimiento, ofrecen una excelente atención al cliente. Pero, la escasa noción de las técnicas de conocimientos y los trabajadores tienen un aprendizaje lento, tienen que implementarse y reforzarse para utilizarse interna y externamente.

Figuroa (2018) En su tesis *propuesta de mejora de los factores relevantes de las estrategias genéricas de porter para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (hoteles de una, dos y tres estrellas) en los distritos de huaraz e independencia, 2018* para optar el título profesional de licenciada en administración. Su objetivo general: Incorporar las mejoras en los factores relevantes de las estrategias genéricas de Porter para la gestión de calidad de las micro y pequeña empresa del rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (hoteles de una, dos y tres estrellas) de la ciudad de Huaraz, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, con un nivel descriptivo de tipo cuantitativo, la población de estudio fue de 34 microempresarios con el uso de la técnica encuesta y un instrumento de cuestionario, procesado en el SPSS y los principales resultados son el 63,33% son varones, 90% son administradores. Conclusión: podemos observar que ninguna de las empresas tienen conocimiento o no aplican adecuadamente las estrategias genéricas de Porter, según el análisis realizado, todas se encuentran con una posición estratégica deficiente, lo que significa que ninguna posee una ventaja competitiva, ya que incorporar los factores relevantes de las estrategias establecen un impacto positivo y significativo en la mejora de los resultados económicos de los hoteles, permitiendo mejorar la competitividad de la empresa y tener un mayor grado de posicionamiento en el mercado.

Saldaña (2017) En su tesis *caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes en el sector servicio rubro hoteles en la provincia de leoncio prado período – 2017*. para optar el título profesional de licenciada en administración. Su objetivo general: Conocer las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector servicio rubro hoteles en la Provincia de Leoncio Prado periodo – 2017. Su metodología es de nivel descriptivo se utilizó el diseño no experimental – descriptivo. y tipo de Investigación aplicada la población está conformada por 35 empresas hoteleras, en la Provincia de Leoncio prado. Conclusión: La mayoría de los representantes legales de las MYPES, sector servicio rubro hoteles tienen edades entre 36 a 50 años, por lo tanto están con toda la vitalidad para conducir su negocio de manera responsable. Predomina el género masculino y con grado de instrucción secundaria, lo que implica que con este nivel educativo optaron por emprender el negocio en el rubro hoteles.

Añazco (2016) En su tesis para obtener para optar el título profesional de licenciado en administración, *caracterización de la competitividad y capacitación en las mype de servicio rubro fotografía y video – distrito de piura, año 2016*. Su objetivo general: *identificar las características que tiene la competitividad y la capacitación, en las MYPE de servicio rubro Fotografía y Video de Piura, año 2016*. Su metodología fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental. Se utilizó una población de 29 trabajadores ,384 clientes de estas MYPE. Conclusion: La

Importancia de la capacitación es lograr que el personal ejecuta sus actividades de forma segura y así lograr mayor productividad, además considera que un trabajador que perfeccione sus habilidades y esté preparado para cualquier incidente se pueda presentar en el ámbito laboral algo que a la postre lograra un beneficio común tanto en la empresa como en los trabajadores.

Alvarez (2018) En su tesis titulada *propuestas de mejora de los factores relevantes del control interno en la administración de la empresa hotelera Loma Dorada-Sechura – 2018*. La investigación tuvo como objetivo general: Identificar las oportunidades del control interno en la administración que mejoren las posibilidades de la empresa hotelera Loma Dorada - Sechura, año 2018. La presente tesis tuvo como diseño de investigación no experimental, descriptiva, bibliográfica, documental y de caso. Como instrumento un cuestionario que consta de 30 preguntas las cuales fueron aplicadas a 18 trabajadores de la empresa en estudio. Se han identificado las siguientes oportunidades: cumple puntualmente con sus declaraciones y pagos ante Sunat, tiene un seguro de infraestructura contra todo riesgo, lo cual garantiza la integridad física de sus clientes y trabajadores ante cualquier siniestro, realizan las rendiciones de sus ventas diarias por cada turno, cumple con el pago de los beneficios sociales a sus trabajadores. Conclusión: que es necesario la implementación de un área de contabilidad, mejorar el sistema de seguridad y vigilancia del establecimiento, y la implementación de un manual de organización y funciones.

2.1.3. Local

Berrú (2017) En su tesis *percepción de la Calidad del servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016*. para optar el grado académico de: maestra en administración de negocios – mba. Su objetivo general: realizar la propuesta de mejora de la calidad de servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016. Su metodología es la investigación holística de tipo cualitativa, Diseño No experimental – transversal, La población del hotel tres estrellas está conformada por 100 clientes hospedados durante 5 días. Conclusión: Primera: En relación a la calidad de servicio del hotel de tres estrellas el 68% de los clientes encuestados lo califica como bueno. La fiabilidad del instrumento fue medido en base al alfa de cronbach dando como resultado 0.834 siendo este el límite permitido.

Segunda: Con respecto a la dimensión elementos tangibles del hotel de tres estrellas el 66% de la población encuestada lo califica como bueno, el 30% como regular y para el 4% es pésimo.

Tercera: La fiabilidad del hotel de tres estrellas ha sido calificada como buena por un total del 50% de los encuestados, para el 49% es regular y para el 1% es pésimo.

Cuarta: Se describe la capacidad de respuesta del hotel tres estrellas como buena por un total del 60% de los clientes y para el 40% es regular.

Quinta: Respecto a la dimensión empatía del hotel de tres estrellas los clientes encuestados la han calificado como buena con un 53% y regular con un 47%.

Sexta: La dimensión seguridad del hotel de tres estrellas ha sido calificada como buena por un 54% y regular por un 46% del total de los encuestados.

Séptima: La calidad de servicio es determinada por los clientes, quienes lo califican desde su percepción, son ellos quienes identifican si es bueno o malo.

Octava: El plan de mejora se ha plasmado en base a la realidad económica y a las acciones que se pueden tomar de manera inmediata, así como de corto, mediano o largo plazo.

Bonilla (2015) señala en su presente trabajo de investigación denominado *la gestión de la Calidad y su relación con los costos de desechos y desperdicios en las MYPES de la confección textil* las MYPES que se encuentran en el Perú, ocupan un porcentaje alto de 99,3% del número de empresas y el nivel de competencia es bajo. La ineficacia de su gestión en la respecta a la calidad ocasionan perdidas que a la par aumentan los costos. Tuvo como objetivo general: Relacionar la gestión de la calidad de las Mypes de la confección textil de Lima y Callao con los costos generados por desechos y desperdicios.

Conclusión: Las personas encargadas de pilotar estas micro y pequeñas empresas no son consecuentes del impacto que tiene una buena gestión de calidad, desde que un producto se diseña hasta en el momento en el que se elabora, teniendo como consecuencias el incumplimiento que se tiene que dar en la calidad y ocasionando elevados niveles de perdidas, y esto influencia en la economía pero es ignorado; y de la misma manera, llevar un mal registro limita las causas que estas originan el problema y no permite que los procesos

mejoren continuamente ni se innoven. En resumen, la investigación se limitó gracias a que tuvo que cuantificar cuales eran las falencias originadas en lo que respecta el proceso de producción, por motivos de la carencia de un buen registro de información. Conto con una muestra de 27 pequeños y micro empresas que se ubican en el rubro de la confección textil, llegando así a la conclusión que hay una correlación entre calidad y costos de perdida.

Godoy (2015) en su tesis titulada *la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de muebles, de la avenida gerardo unger, cuadra 52 a la 58, distrito los olivos, provincia de lima, departamento de lima, período 2015*. para optar el título profesional de licenciada en administración , su objetivo general fue: Determinar las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de muebles, de la avenida Gerardo Unger, cuadra 52 a la 58, distrito de Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, La investigación fue de diseño no experimental transaccional, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio, La población para este estudio fue un total de 15 micro y pequeñas empresas, La muestra es no probabilística y por conveniencia, ya que participaron 15 micro y pequeñas empresas representado un 100%, Se utilizó la técnica de la encuesta, Se empleó el programa Excel, Word para el análisis de los datos se aplicó medidas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables en estudio y los resultados se presentaron en cuadros y gráficos

estadísticos. Conclusion: La mayoría de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 31 a 50 años, teniendo a la gran mayoría el grado de instrucción de estudios en un instituto superior y tienen de 3 a 5 años a cargo de la empresa, además son dueños de las micro y pequeñas empresas. Por lo tanto, se recomienda a los representantes legales que sigan creciendo profesionalmente para que así tengan un mejor conocimiento y manejo en la empresa.

Rios (2020) En su tesis *propuesta de mejora del marketing estratégico para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jr. dos de mayo, san vicente-cañete, 2020* para optar el título profesional de licenciado en administración. Tuvo como objetivo: Determinar la propuesta de mejora del Marketing Estratégico para la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías del Jr. Dos de Mayo, San Vicente-Cañete. 2020. La investigación se empleó una investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y un diseño no experimental-transversal. Conclusion: la propuesta de mejora se basa en mejorar y desarrollar nuevos productos y además el tipo de comunicación que se utiliza para llegar a los consumidores, estos son muy esencial dentro del marketing estratégico ya que por medio de ello se podrá captar clientes y además que la empresa genere rentabilidad y productividad.

Zargaroga (2018) En su tesis *propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización puertas*

de pro, del distrito los olivos, 2018 para optar el título profesional de licenciado en administración. Tuvo como objetivo: Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro del distrito los Olivos, 2018, se empleó la metodología de tipo cuantitativo de nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal, siendo agrupados los resultados según el objetivo de estudio. Conclusión: Las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad identificado en la investigación que la gestión administrativa y las competencias concerniente al mejoramiento de la organización y de la productividad, puesto que las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro Los Olivos, 2018, es su mayoría desarrollaban su administración y producción exitosamente, desarrollando minuciosamente el tiempo en que se desarrollan sus actividades que se realizan dentro de la organización, de modo que pueden ofrecer al cliente aperitivos especiales que puedan ser competitivos frente a las demás empresas y puedan satisfacer las necesidades del cliente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Competitividad

Definición

La competitividad no está relacionado que un país sea más competitivo o poco competitivo, trata de decir que las empresas son competitivas por que cuenta con un resultado de combinación gracias a su fortaleza y el entorno que ellos operan pueden

tener un éxito pero si en ese caso la empresa existe condiciones que ellos operan para el crecimiento de su competitividad puede hacer imposible su éxito (Rubio y Baz,2015,p.14).

Según Cann (2016) define que la competitividad dentro de un país, sus instituciones y sus políticas por lo general son recursos que dispone un gobierno para enfrentar el entorno y los desafíos que se presente, en conclusión se trata de incrementar la productividad que los permitirá obtener ingresos más altos.

Según Porter (1991) “La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten.”

2.2.1.1 Estrategias Competitiva

Porter (1982), indica que las estrategias comienzan por explicar que todas las empresas tienen estrategias competitivas, algunas explícitas y otras implícitas, que deben enfocarse hacia el entorno en que disputan el mercado.

La lógica de la visión competitiva es que las opciones estratégicas de una empresa están limitadas por el entorno ósea que la estructura moldea las estrategias que es llamado enfoque Estructuralista.

Este enfoque se basa en el paradigma Estructura – Desempeño de los aspectos económicos de la organización.

Porter (1990) La competitividad establece el prestigio o el fracaso de las organizaciones, la estrategia coadyuva en la indagación de un punto de vista favorable dentro de una empresa, busca escenarios fundamentales donde se lleve a cabo la

competencia, su finalidad es lograr que la empresa alcance una posición productiva y sustentable tomando en cuenta a las fuerzas que rigen la competencia.

La estrategia competitiva se funda en dos aspectos dice Porter:

• **El primero es el atractivo de los sectores industriales desde la perspectiva de la rentabilidad y de los factores de que depende.**

No todos ofrecen la misma oportunidad de desarrollar una rentabilidad sostenida, y la rentabilidad intrínseca constituye el elemento esencial que determina si una empresa es fructífera. • **El segundo aspecto abarca los factores de la posición competitiva en el que se está dentro de un sector**, en la mayoría de ellos algunas compañías son mucho más rentables que otras, cualquiera sea la actividad del sector.

Porter indica que la estrategia competitiva de una compañía quizás no obtenga buenas utilidades si la estrategia competitiva que adopta es deficiente. Con el tiempo los sectores ganan o pierden atractivo, y la posición competitiva refleja la lucha interminable entre los competidores.

2.2.1.2 Características De La Competitividad

Las características de la competitividad tienen la capacidad de poder obtener rentabilidad en el mercado hacia sus competidores ya que la competitividad depende del valor o cantidad del producto que se ofrece y obtener los insumos necesarios y poder desarrollar una ventaja competitiva ya sea capaz de poder alcanzar una posición competitiva alta, durante el tiempo poder obtener buenos resultados financieros y un crecimiento satisfactorio (Morales Gutierrez & Pech Varguez,2000, p.53).

Cohen. (2018),Es por ello que el autor determina ciertas características de una empresa competitiva tales como:

Eficiencia: esta relacionada con los recursos de la empresa, quiere decir que la empresa debe cumplir sus objetivos que se proponen y obteniendo menores cantidades de recursos.

Calidad: busca brindar la mayor satisfacción a los clientes al menor precio ya que nos ayuda a poder producir más satisfacción a los clientes de menores recursos.

Innovación: se encarga de un bien o servicio brindado la cual está relacionada como un proceso de marketing es decir que nos ayuda a incrementar los ingresos en la empresa.

Sustentabilidad: se encarga del consumo responsable la cual tiene la necesidad de poder satisfacer las generaciones actuales de los recursos y oportunidades para el crecimiento (p.2).

Tecnología, es un instrumento potenciador que aumenta las oportunidades de los países en vías de desarrollo a través del conocimiento. Combinación de información, contexto y experiencia, buscando alcanzar los objetivos del negocio como medio de obtener y administrar el conocimiento que la empresa requiere para ser competitiva.

2.2.1.3. Importancia Competitiva

La competitividad es muy importante para la empresa ya que nos ayuda a incrementar su productividad y a la vez poder prevenir los requerimientos de los mercados, como nos: Enrigh, et al. (Citado en Labarca 2007) que las empresas de un país puedan protegerse contra las amenazas de la economía internacional. En efecto, la competencia internacional se ha vuelto más feroz que nunca. Menores costos de transporte y comunicación, barreras arancelarias más bajas y la difusión de la tecnología se han combinado para hacer más aguda la competencia en el ámbito internacional (Labarca, 2007, p.17).

2.2.1.4. Estrategias Competitivas

Hoy en día la creación de una posición competitiva ventajosa está dentro del sector de mercado es por ello que se relaciona la toma de decisiones dentro de la empresa y así puedan conseguir posiciones competitivas superiores a los demás, intentando conseguir capacidades con el objetivo de conseguir ventajas competitivas (Carrión, 2017, p.27)

Según Michael Porter establece tres estrategias competitivas:

Estrategia de líder en costes

Consiste en vender los productos con el precio inferior hacia la competencia ya que el producto o servicio no deben ser mejores sino tener calidad.

Estrategia de diferenciación

Se basa en que los productos que están en el mercado sean único y diferente a los demás competidores.

Estrategia de enfoque

Consiste en centrarse en un segmento del mercado y va creando productos con diferente diseño para que puedan responder las necesidades también está relacionada con una gran diferencia con el liderazgo en costes

La Competitividad En Las Empresas

La competitividad en las empresas es la competencia se ha mostrado en dicho países. Según (Navarro, 2007)

Dice que la competitividad de un país está ligada a la competitividad de las empresas de dicho país. De hecho, si la productividad de las empresas de ese país es baja, la renta creada en ellas será exigua y, en consecuencia, el bienestar de la gente (mediano mediante la renta per capital) también. Pero la competitividad de un país es grande, la competitividad de dichas empresas de ese país no tiene que ser grande

necesariamente. Si identificamos la competitividad de las empresas y su productividad, es evidente que la competitividad de los países y la competitividad de las empresas coincidirán (p.32)

2.2.1.5. Ventajas Competitivas

La competitividad dentro de una organización están establecidas en dos dimensiones que son internas y externas, por una parte la externa hará el uso de los elementos que son asociados dentro de un entorno organizacional en el lugar donde se encuentre establecida ya sea variables macroeconómicas, vialidad, sector, entre otros y por otro lado, la interna está establecida para el interior de una organización, como las estrategias o los recursos que se encuentran dentro de una empresa. (Mathison, Gándara, Primera, y García, 2017,p. 71)

2.2.1.6 Desventajas de la Competitividad.

Cuando aplicamos el mejoramiento en la empresa y eso se centra solamente en un área, se pierde el aspecto y la perspectiva interferente que hay dentro los miembros de la organización. Demanda de un cambio drástico en toda la empresa, para lograr el éxito se necesita la colaboración de todos los miembros de la empresa en todos los niveles. En vista de que los administradores en las medianas y pequeñas empresas son cautelosos, el mejoramiento continuo se hace más largo proceso; por ello hay que realizar inversiones porque es importante (Parra, 2013, p. 20)

2.2.1.7. Teoría De Porter

Porter,(1991), presentó las bases de lo que sería una teoría de la competitividad,“La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios la competitividad está

fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten”(p. 170-171).

2.2.1.8. Teoría de las cinco fuerzas

Porter (1982) dice: “La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, la clave del entorno de la empresa es el sector industrial”.

Las cinco fuerzas que están relacionadas dentro del sector industrial, son las siguientes:

Competidores Directos: es un conjunto de empresas que ofrecen producto.

Clientes: son un grupo de compradores de los bienes y servicios.

Proveedores: es un conjunto de empresas o persona que ofrece un bien o servicio a otras empresas productoras del sector.

Productos Sustitutivos: son bienes que vienen a ser consumidos por los clientes en lugar de otro que satisfacen los productos que actualmente existen en el mercado.

Competidores Potenciales: son empresas que aún no se encuentran dentro del mercado pero si cuenta con una posibilidad de poder competir dentro del mercado.(p.62)

Es el conjunto de actividades que realiza la empresa, para crear un valor agregado a los bienes y servicios que vende, también son factores críticos de éxito para desarrollar y mantener una ventaja competitiva (Devoto 2016)

Elementos de la cadena de valor

Sus elementos componentes son los siguientes:

1. **La actividad de Valor:** Tenemos entre ellas, Primaria y de apoyo
2. **Margen:** Compuesto por el Precio – Costo total
3. **Eslabones:** Compuesto por, dentro de la cadena de valor y verticales

La cadena de valor es un modelo para realizar diagnóstico interno, detección de fortalezas y debilidades, y detectar las ventajas competitivas que permita a la empresa sus actividades estratégicamente relevantes.

Actividad Primaria

Devoto (2016), Indica que está conformada por cinco categorías genéricas, para competir en un sector empresarial, para ello se puede dividir en sub actividades, de las cuales son:

- **Logística de entrada:** Esta actividad está relacionada con la recepción, el almacenamiento, distribución de los insumos del producto (Devoto 2016)
- **Operaciones:** Esta actividad indica Producción, Embalaje, Reparación o mantenimiento de equipos y control de calidad, transformando los insumos en producto final (Devoto 2016)
- **Logística de salida:** Esta actividad indica el almacenaje de bienes producidos, procesamientos de pedidos, programación de vehículos de despachos o repartos procesamientos de pedidos y programación (Devoto 2016)
- **Mercadotecnia y venta:** Esta actividad indica, promoción/publicidad (Devoto 2016)

➤ **Servicio post-venta:** Esta actividad indica el servicio que mejora o conserva el valor del producto, la instalación, Reparación y suministros de repuestos (Devoto 2016)

Actividad de Apoyo

Está conformada por lo siguiente:

➤ **Infraestructura de gestión:** esta actividad indica, la Dirección general, el Sistema de planificación, la Gestión financiera y contable

➤ **Manejo de recurso humanos:** Esta actividad indica, el reclutamiento y selección del personal, evaluación del personal, sistema de recompensa, capacitación y desarrollo y relaciones laborales internas.

2.2.2. Gestión De Calidad

Definición

La calidad consta en poder planificar la calidad y las estrategias empresariales para poder controlar la función dentro de la empresa que está relacionada por un conjunto de acciones que son imprescindibles si se desea lograr obteniendo un objetivo de calidad (Maseda,2009,p. 18).

Se denominada gestión de calidad a la diversidad de normas que pertenecen a una organización y a las que están vinculadas entre sí, las organizaciones empresas que se administran organizadamente; donde la misión este siempre enfocada a la mejora continua de calidad. Por lo tanto; gestión de calidad es todo lo que se planea en una organización con el fin de cumplir los objetivos mediante una mejora continua, esto implica que para el bien de la empresa se tiene que aplicar no solo un plan estratégico que lleve a tener una buena 35 administración dentro de ella, sino que al aplicarlo en los

diferentes medios conlleva, producción, servicios, atención, colaboración, materiales, infraestructura, buen trato, mayor rapidez, etc. Cuando se trate de calidad, todo lo relacionado a ella tiene que brindarse de la mejor manera; no es fácil elaborar un plan de la noche a la mañana esto lleva un proceso que a la larga o corta nos beneficia, lo único que se debe tener en cuenta es que cuando se actúa de buena forma los resultados esperados son buenos (Gómez, 2014, p. 29).

2.2.2.1.Importancia de la gestión de la calidad.

La gestión de calidad es una iniciación de negocio y acción que avala la excelencia de servicios, productos, y métodos internos de una organización o empresa. Pues las empresas que realizan este método o programas de gestión de calidad, aprovechan esta información e identifican las fallas, debilidades, fortalezas y el áreas de mejora, y es de vital importancia, porque otorga a la empresa la capacidad de crear y establecer las normas para que se hagan ajustes en el momento necesario, para ofrecer el máximo valor a su cartera de clientes; el enfoque para solucionar los problemas de la calidad derivan de varios programas, pues el objetivo es exactamente el mismo: crear servicios o productos de alta calidad con un rendimiento que supere y cumpla las expectativas de los clientes externos e internos. Cuando una organización o empresa orienta sus objetivos a la gestión de la calidad, crea un plan para lograrlos; tiene que conocer la importancia que les brinda la gestión de la calidad (Gómez, 2014, p. 32).

- a) **La satisfacción del cliente:** A través de las encuestas se ayuda el aseguramiento de la satisfacción al cliente o usuario mediante un programa de gestión de calidad, con esto el personal advierte de las características de los

productos que considera importante el cliente. Una ampliación de la encuesta proporcionará información adicional acerca de los que no son clientes y los motivos que los conducen hacer uso de los servicios que ofrece la competencia, ello les ayudara a integrar dichos métodos en los productos que ofrecen. El desarrollo de estos programas permite a la empresa ayudar a elaborar productos que desean los clientes (Gómez, 2014, p. 33).

- b) **Aumento de los ingresos:** El procedimiento de la gestión de calidad refuerza y colabora con los tipos de operaciones que se emplean en los diferentes departamentos de la empresa, utilizando estos programas, se determinan las estrategias que se requieren para implementar y mejorar la reputación con los consumidores e incorporar nuevos clientes a la vez, así los empleados puedan gastar menos tiempo en inventarios para la producción de servicios o productos que sean de calidad. De esa manera se recupera el dinero perdido y se refina la excelencia del servicio o producto (Gómez, 2014, p. 34)

2.2.2.2 Característica De La Gestión De Calidad

Las principales características de la gestión de calidad se trata sobre el Sistemas ISO 9001, que está basado en la necesidad de los clientes y nos ayuda a diseñar nuevos procesos e indicadores que están desarrollados dentro de una organización la cual nos ayuda a aumentar la relación y control para poder garantizar correctamente la prestación de servicio y obtener un éxito dentro de una empresa. Para juran “la calidad es el conjunto de características de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes

y, en consecuencia, hacen satisfactorio el producto” (Mayo Alegre y Avila Puig,2010, p. 32).

2.2.2.3. Principios De La Gestión De Calidad

Se establecen que según la Norma ISO (9001-2015) los principios de la gestión de calidad están relacionadas de poder definir una regla básica para poder operar una organización dentro de una empresa. Los siete principios de la gestión de la calidad en las normas ISO 9000 son:

- Enfoque al cliente: está relacionada con la gestión de la calidad centrada en poder cumplir los requisitos de los clientes.
- Liderazgo: los líderes establecen ciertas unidades de propósito y la dirección, ya que crean condiciones necesarias para que las demás personas.
- Compromiso de las personas: las personas deben cumplir con su compromiso dentro de la organización para que sean más competentes.
- Enfoque a procesos: se encarga de entender y gestionar las actividades la cual conforman un sistema coherente, y podamos conseguir resultados.
- Mejora: una organización nos ayuda a alcanzar el éxito y para ello se debe realizar un énfasis especial y centrar las mejoras.
- Toma de decisiones basada en la evidencia: nos ayuda a tomar decisiones fundamentales y obtener información adecuada para que la empresa pueda producir y tenga mejores resultados.
- Gestión de las relaciones: están relacionadas con los proveedores lo cual nos facilita a la consecución de un éxito dentro de una organización (Leiva, Soler, y Péré,2016, p.48).

2.2.2.4. Dimensiones De La Gestión De Calidad

Las dimensiones de gestión de calidad están relacionadas con documentos previamente analizadas en los estudios de la gestión de calidad, quiere decir que estas dimensiones que propone el autor nos ayudan a poder fortalecer a la empresa y ser más competente y obtener un buen resultado empresarial.

Los autores propusieron estas dimensiones:

- Liderazgo: está conformada por el compromiso de la dirección dentro de la empresa
- Planificación: cuando se habla de planificación se está relacionado con la definición y la comunicación dentro de ello también se encuentra los planes y se realiza la revisión de los objetivos.
- Gestión de procesos: se relaciona con la gestión y las mejoras de los procesos.
- Enfoque al cliente: están relacionadas con los aspectos relativos hacia los clientes.
- La gestión de proveedores: se encarga en el diseño del producto que la empresa ha creado para los proveedores por lo tanto nos ayuda a medir la participación de algunos diseños que han sido afectados durante el proceso (Guilló y Fernández, 2009, p.148).

2.2.2.4. Calidad Total

La calidad total está relacionada en un conjunto de actividades y no solo está relacionado en los productos o servicios que se brinda a los clientes sino que también a los procesos, a los medios de producción, la cual se convierte en un concepto que engloba a toda la empresa y se incluye la alta dirección del papel de líder activo en la motivación de las personas (Cuatrecasas,2011, p. 22).

El ciclo de Deming

Por otro lado, El Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (2009), indica que el Dr. Williams E. Deming, su concepto de calidad fueron rápidamente aplicados en la industria y en la alta gerencia, también conoció la denominación del ciclo de Shewart

El ciclo PHVA puede describirse brevemente como:

1. Planificar: El Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (2009), refiere en su ciclo de Deming que se debe de establecer objetivos y procesos para conseguir resultados óptimos de acuerdo a las expectativas de los clientes y las políticas de las empresas

2. Hacer: El Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (2009), indica la necesidad de implementar diversos procesos para la ejecución y aplicación de diversas tareas, tal como han sido planificadas originalmente.

3. Verificar: El Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (2009), indica que se debe de aplicar el constante seguimiento y medición de procesos y productos respecto a los elementos tales como; políticas, objetivos y requisitos para el producto e informar los resultados finales

4. Actuar: El Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (2009), precisa que la toma de decisiones para mejorar perennemente el desempeño de los procesos permita, modificar el modelo si lo hay, si no regresaría nuevamente a la etapa de planificación.

2.2.2.7. Tipos De Hoteles

Río (2010) Las clasificaciones son las extensiones caracterizadas para separarse dentro de cada reunión de fundaciones, los solaces y las administraciones que deben ofrecer son los indicados por los requisitos básicos establecidos en la guía. La caracterización es la indicada por la cantidad de habitaciones y administraciones otorgadas a estas fundaciones.

- a) Hoteles: se agrupan en clases de 1 a 5 estrellas y deben satisfacer las necesidades básicas
- b) Apart-Hotel: se agrupan en clases de 3 a 5 estrellas, y deben satisfacer las necesidades básicas.
- c) Albergues: están organizados en clasificaciones de 1 a 3 estrellas, y deben satisfacer las necesidades básicas.
- d) Hostales: son nombrados por la metodología básica o marca registrada que prevalece y permite a los individuos invertidos reconocer el tipo de fundación a la que se hace referencia.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Competitividad

Según Araoz (1998) “La competitividad es el resultado del entretreído de una serie de factores económicos, geográficos, sociales y políticos que conforman la base estructural del desarrollo de una nación.”

La competitividad está relacionada con las empresas que compiten por mercados o recursos la cual buscan asociarse con la competitividad ya que la empresa tiene planeada de poder cumplir su objetivo de incrementar la cuota en una escala local o mundial ya que es un proceso que se lleva para poder obtener un resultado.

(Porter, 1990), indica que la competitividad habla de las necesidades de crear factores productivos, la capacidad para sostener e incrementar la participación de los 38 mercados, que permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico. Gestión de calidad

2.3.2. Calidad

La calidad es una herramienta que los usuarios se basan a comparar los productos ya que tiene como objetivo dentro de una empresa de proteger las inversiones y a la vez asegurar a los empleados que laboran dentro de la empresa y poder conseguir mayor satisfacción de los productos hacia los clientes.

Deming (1989) la calidad es “Un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado” (p.8)

2.3.3 MYPE

La Micro y Pequeña Empresa está conformada por una persona natural o jurídica la cual tiene como objeto desarrollar las actividades de producción y de comercialización.

Para los autores Maldonado y León,(2008), “Las MYPE tienen el potencial para implementar políticas de RSE, existen barreras como la inexistencia de un marco institucional adecuado, la debilidad de las organizaciones empresariales y el bajo nivel de productividad de un estrato importante de estas empresas” (p. 158).

El peruano la ley 30056 (2013), De acuerdo al objetivo que presenta la ley, es establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formación y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) La ley 28015 de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa, tiene como objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, debido a su mejor aplicabilidad a nuestra realidad peruana. Según el Art 2 de la ley 28015 (2003) la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene

como objetivo desarrollar actividades. Las Mypes en el Perú deben de entenderse como la unidad básica económica para lograr del desarrollo sostenible del país

2.3.4. Hotelería

Según la secretaria de turismo señala que “El servicio hotelero es una actividad esencialmente intangible ligada en su prestación a un soporte físico, que se ofrece para satisfacer las necesidades de alojamiento de turistas y demás tipos de viajeros” (p.32).

III.HIPÓTESIS

La presente investigación no se formulara la hipótesis porque es una investigación descriptiva ya que el estudio se encargo de describir información.

Según Hernandez, Fernandez, y Baptista, (2003) consideran que no todas las investigaciones cualitativas plantean hipótesis ya que en esta investigación se describirá información o de las variables (p.104).

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación es Transversal- No experimental- descriptivo y cuantitativo

✓ **Transversal- No experimental**

No experimental, porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Transversal, porque el estudio se realizará en un determinado espacio y tiempo.

Hernández, Fernández, y Baptista (1991) "Los diseños de la investigación transeccional o trasversal se encargan de recolectar datos en un tiempo único y adecuado la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente los variables."(pág.245)

✓ **Descriptivo**

El nivel de investigación fue descriptivo; nos dicen que es descriptivo porque busca especificar las propiedades y las características de cada perfil de personas o grupos de cualquier otro fenómeno que se pueda someter un análisis.

Álvarez (2011) "La investigación descriptiva se encarga de describir de modo sistemático las características, de una población, situación o área de interés."(pág.100)

✓ **Cuantitativo**

Esta investigación fue cuantitativa ya que se realizó un estudio en medición de cantidades.

Fernández y Díaz (2002) “La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual, toda muestra procede.”(pág.1)

4.2. Población y muestra

4.4.1. Población

La población está compuesta por 1 hotel que está inscrito en la MYPES del sector servicio- rubro hotel. Lima, 2020. (M.T.P, 2015)

Álvarez (2011) “La población es un conjunto de objetos, sujetos o unidades que comparten las características que se estudia y a la que se puede generalizar los hallazgos encontrados en la muestra.”(pag.25)

4.4.2. La muestra

La muestra principal es no probabilística tomado del caso de estudio el hotel Montecarlo, conformada por 3 trabajadores administrativos del hotel.

La muestra secundaria se determinó un muestreo no probabilístico por lo cual, se realizaron a 20 trabajadores operativo de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hotel Montecarlo suits s.a.c Lima, 2020.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensiones	Definición de la Operacionalización	Indicadores	Escala	Fuente
Competitividad	la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de Precio, calidad y oportunidad que sus rivales. Porter (1985)	Estrategias competitivas	Las estrategias competitivas viene hacer un conjunto de acciones o procedimientos que alinean las metas y los objetivos de todas las empresas para así obtener un éxito empresarial dentro del mercado. (Chaves, 2013)	Diferenciación	Likert	Trabajador
		Recursos humanos	Bienes hacer un conjuntos de actividades que se va realizar para poder dirigir los aspectos administrativos. (Dessler ,2001)	Bajo costo		
				Metodo eficiente		
		Infraestructura	La infraestructura ayuda a tener un ambiente adecuado para asi tener un mejor desempeño en el ambito laboral en todas las actividades que se llege a realizar. (Chaves, 2013)	Servicio al cliente		
				Capacitación		
				Recursos		
		Tecnologia	Es un instrumento potenciador que ayuda a aumentar las oportunidades en los países referente a su desarrollo a través de conocimientos. (Bañuls, 2009)	Sistemas		
Aplicaciones						
Gestion de calidad	Maseda.(2009),La calidad consta en poder planificar la calidad ya que nos permite organizar y controlar las actividades de la empresa , a través de la prestación de servicios.(p. 18)	Calidad del personal	Es la caracteriztica de la persona que mantiene su autoestima para asi ser capaz de poder sastisfacer las expectativas de las personas. (Chiavenato,2000)	Mano de obra	Administrador	
		Planificar	Esta relacionada en poder formar un plan de como proceder ya que viene hacer la fase mas influyente que llega a definir la secuencia de las actividades. (Arias 2104)	Analisis de situación		
				Causas posibles		
				Medidas correctivas		
		Actuar	Actuar se refiere que sirve para normalizar y dar solucion a cualquier problema y establecer ciertas condiciones que va permitir mantener. (Arias 2104)	Acciones de mejora		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta

Hernández y aptista, (2010) “Las encuestas tiene un propósito dar al investigador la seguridad de que variables extrañas, conocidas o desconocidas, no afectarán de manera sistemática los resultados del estudio.” (p. 138)

Instrumento

El instrumento que se utilizo fue el cuestionario que está elaborado con 11 preguntas validado por 3 licenciado en administración.

Gómez, (2012) “Es de gran utilidad en la investigación científica ya que constituye una forma concreta de la técnica de observación, logrando que el investigador fije su atención en ciertos aspectos.”(p. 58)

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en esta investigación se realizó el análisis descriptivo de las variables en estudio; lo cual se elaboraron tablas de distribución; así como también las figuras estadísticas. En esta investigación se utilizó el programa Excel y otros que nos ayudara con la confiabilidad de los resultados.

4.6. Matriz de consistencia

4.7. Principios éticos

Según el código de ética de la universidad católica los ángeles de Chimbote ULADECH

Protección a las personas: En esta investigación este principio se protegió la identidad de las personas a través del consentimiento informado se trabajó con personas que se están respetando su dignidad humana, la identidad y también la privacidad. Es por ello, que en este principio se está expresando a que los investigadores puedan informar a las personas que participen voluntariamente. Las personas no constituyen medios es por ello, que deben ser protegidas a diferentes riesgos de las que puedan ocurrir. (Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, 2019)

Cuidado del medio ambiente y de la biodiversidad: En este principio el investigador no daño a los seres vivos durante la investigación. Es por ello, que en esta investigación no se dañara ni tampoco afectara al medio ambiente.(Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, 2019)

Libre participación y derecho a estar informado: Para realizar esta investigación se llegó ah tomar en cuenta la libre participación y también la voluntad propia de los encuestados ya que estuvieron de acuerdo con participar en esta investigación. La cual, las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. (Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, 2019)

Beneficencia no maleficencia: En esta investigación se aseguró la felicidad de las personas que están participando en esta investigación ya que la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas que se generan: no provocar

daños y buscar maximizar los beneficios y asegurar el bienestar de las personas que están participando en esta investigación. (Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, 2019)

Justicia: En esta investigación el investigador ha tomado siempre en cuenta las precauciones necesarias para asegurarse que su integridad y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar ya que la justicia otorga a que todas las personas que participan en esta investigación tienen derecho a conocer los resultados. (Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, 2019)

Integridad científica: En esta investigación se dio a conocer todos los riesgos a lo que se somete la investigación y también dentro de ello está relacionado que debemos de cuidar nuestra integridad en el momento que estamos realizando las investigaciones a las personas que están participando en esta investigación. (Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, 2019)

V. Resultados

5.1. Resultados

Variable De Competitividad

Tabla 1

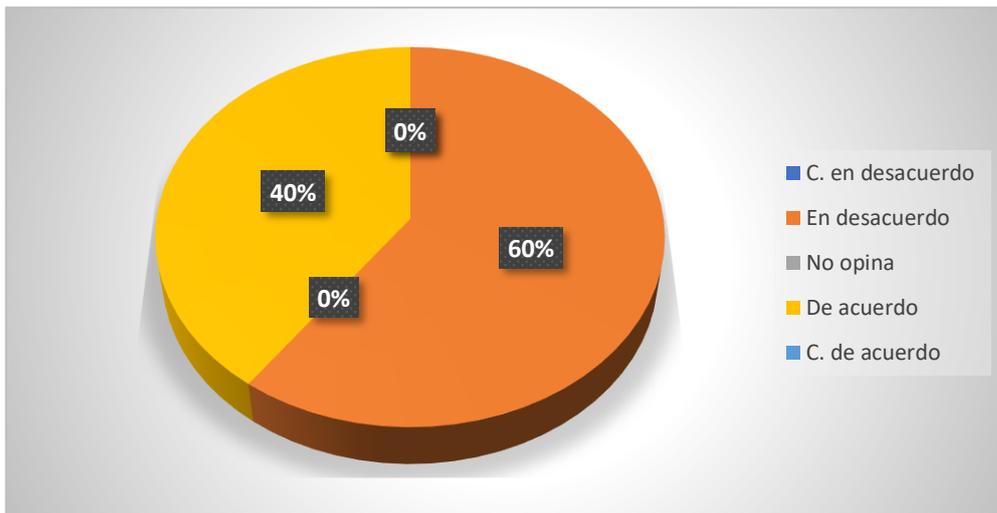
Riesgo ante la competencia

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	12	60.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	8	40.00%
C. de acuerdo	0	0.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 1

El Hotel Montecarlo toma en cuenta los diferentes riesgos que pueda tener frente a la competencia



Interpretación: Según la tabla 1 y figura 1 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 60% (12 trabajadores) está en desacuerdo que el hotel enfrenta un riesgo ante la competencia y el 40% (8 trabajadores) están de acuerdo.

Tabla 2

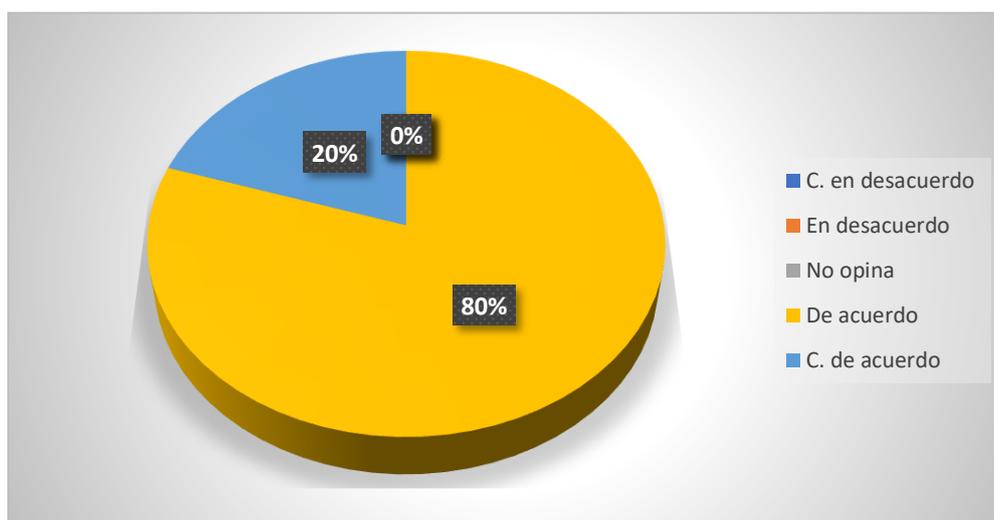
La infraestructura de la empresa favorece la competitividad

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	16	80.00%
C. de acuerdo	4	20.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 2

Una buena Infraestructura favorece la competitividad.



Interpretación: Según la tabla 2 y figura 2 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 80% (16 trabajadores) están de acuerdo que la infraestructura de la empresa favorece la competitividad y el 20% (4 trabajadores) están completamente de acuerdo.

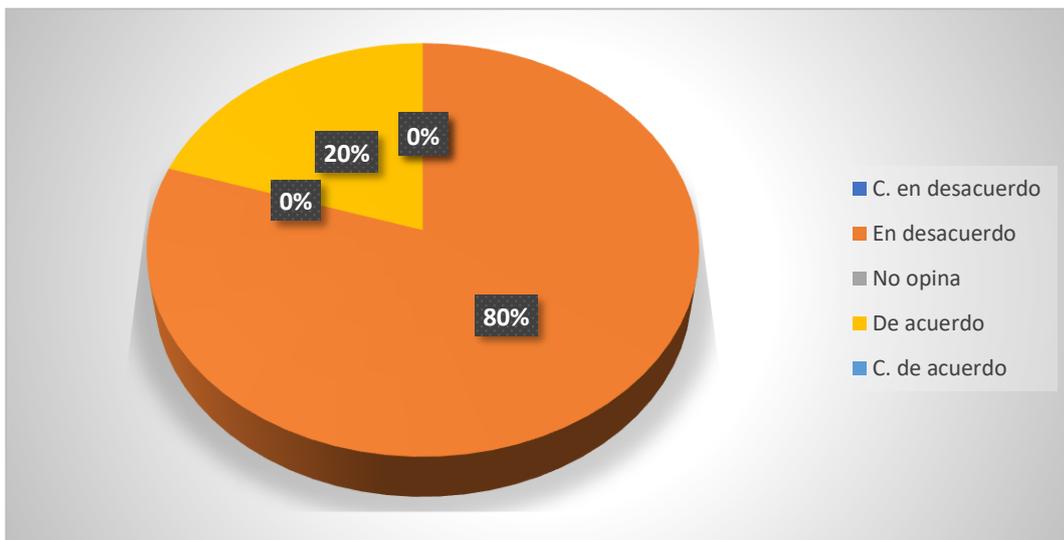
Tabla 3
Sistema de Seguridad

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	16	80.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	4	20.00%
C. de acuerdo	0	0.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 3

Un buen Sistema de Seguridad permitirá a los clientes tener mayor confiabilidad.



Interpretación: Según en la tabla 3 y figura 3 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 80% (16 trabajadores) están en desacuerdo con el sistema de seguridad y el 20% (4 trabajadores) están de acuerdo.

Tabla 4

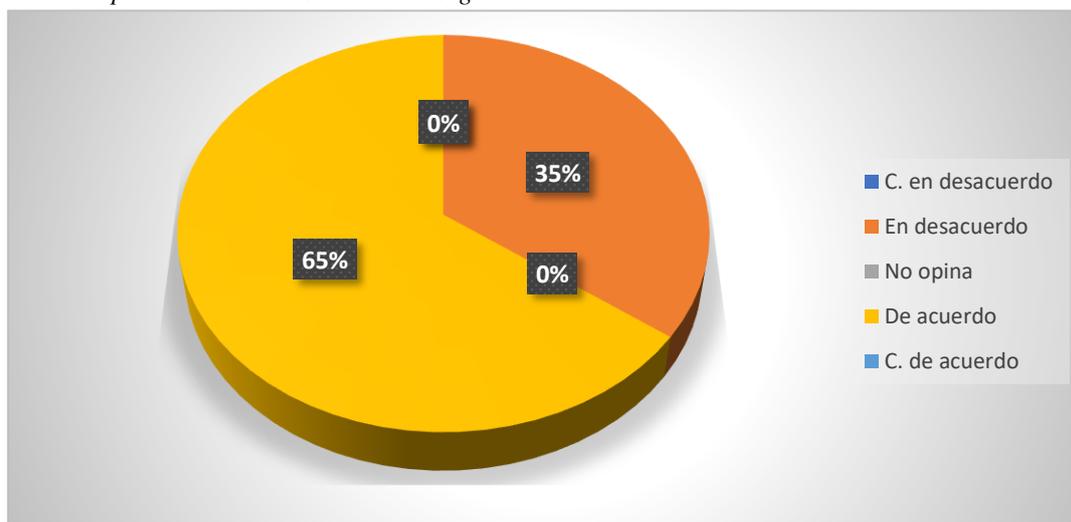
El uso de la Innovación para mejorar el contexto competitivo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	13	65.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	7	35.00%
C. de acuerdo	0	0.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 4

La empresa cuenta con Sistemas de Seguridad



Interpretación: Según la tabla 4 y figura 4 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 65% (13 trabajadores) están de desacuerdo y el 35% (7 trabajadores) están en deacuerdo con el uso de la innovación en el contexto educativo.

Tabla 5

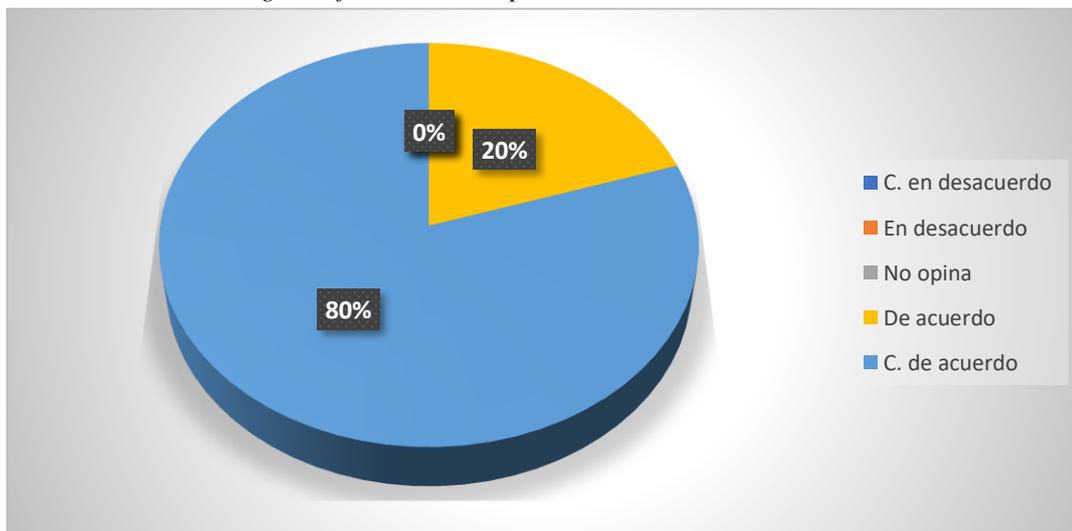
Importancia del uso de tecnología

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	4	20.00%
C. de acuerdo	16	80.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 5

El uso de medios digitales favorece la competitividad de los hoteles



Interpretación: Según en la tabla 5 y figura 5 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 20% (4 trabajadores) están de acuerdo que la tecnología es sumamente importante hoy en día ya que se utiliza de manera permanente y el 80% (16 trabajadores) están completamente de acuerdo.

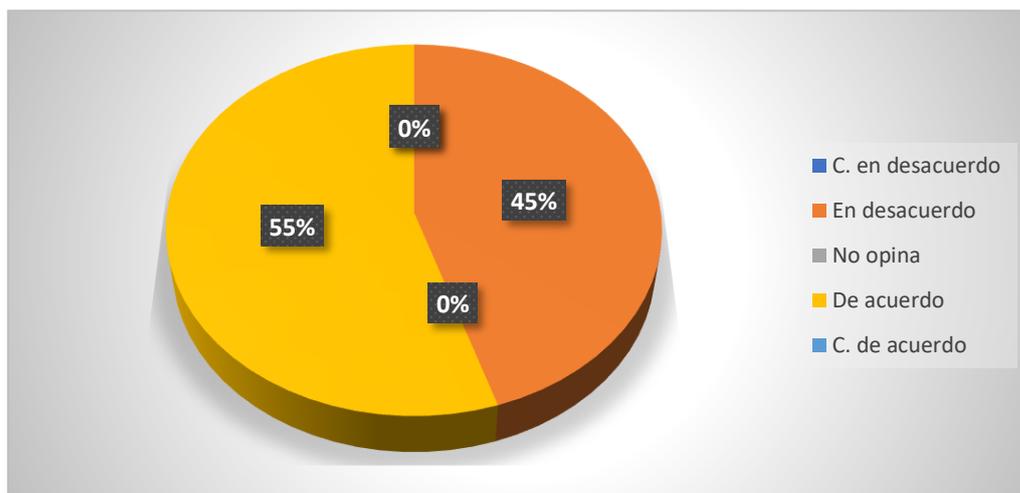
Tabla 6
Nivel de Entrenamiento e Incentivos

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	9	45.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	11	55.00%
C. de acuerdo	0	0.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 6

El Hotel Montecarlo hoteles en la actualidad tiene un personal, capacitado y motivado



Interpretación: Según en la tabla 6 y figura 6 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 55 % (11 trabajadores) están de acuerdo y el 45 % (9 trabajadores) está en desacuerdo con el nivel de entrenamiento y motivación por diversos problemas de tiempo y contenido.

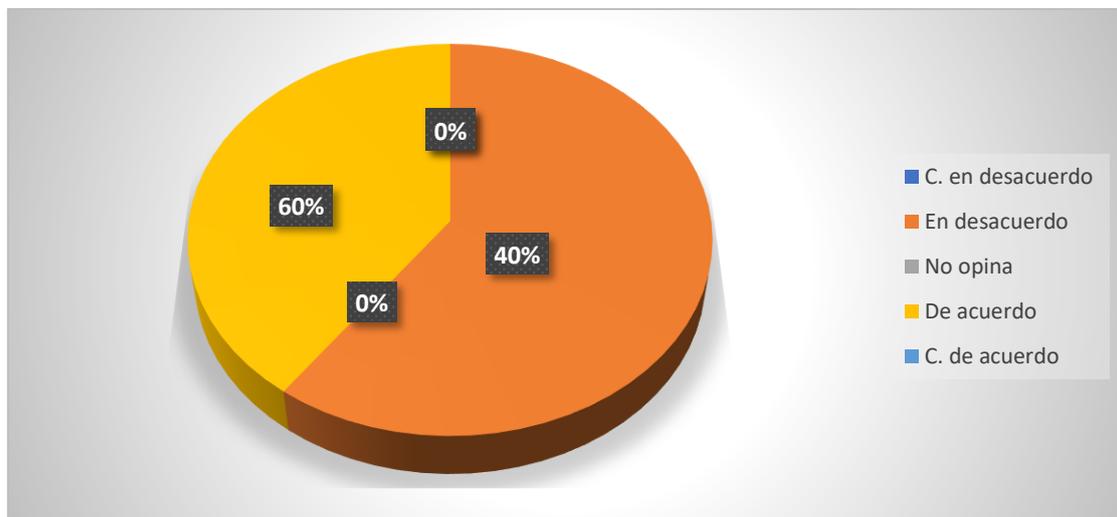
Tabla 7
Aplicación de la Eficiencia

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	8	40.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	12	60.00%
C. de acuerdo	0	0.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 7

Cuanto más eficientes sea el personal, el hotel podrá producir una mayor rentabilidad.



Interpretación: Según en la tabla 7 y figura 7 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, según el 60% (12 trabajadores) están de acuerdo que la eficiencia se aplica en el hotel Montecarlo y el 40% (8 trabajadores) están de desacuerdo que se aplica la eficiencia en el Hotel Montecarlo.

Tabla 8

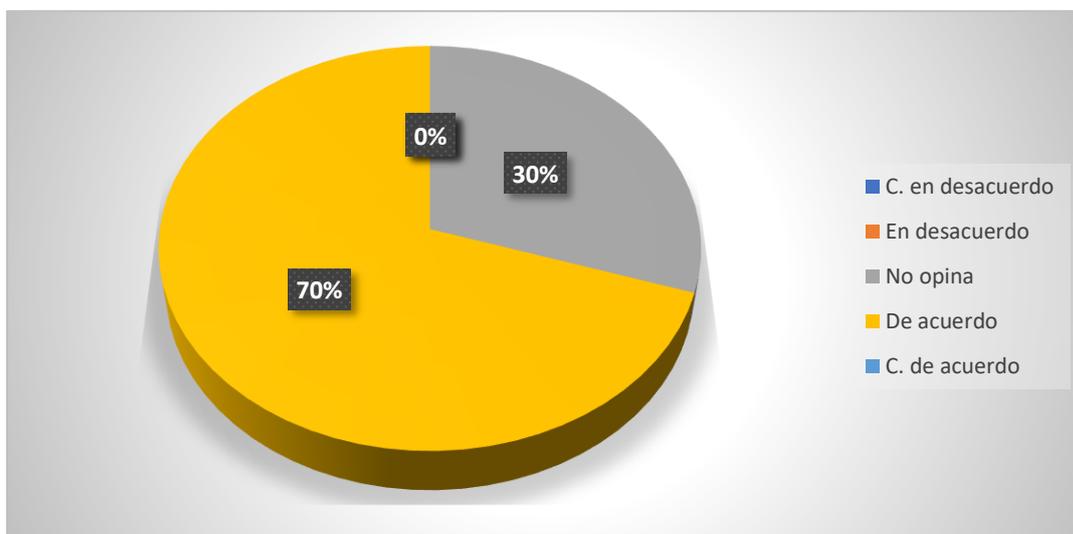
Estrategias diferentes a otras alternativas de mercado

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
No opina	6	30.00%
De acuerdo	14	70.00%
C. de acuerdo	0	0.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 8

El hotel tendrá implanta diversas estrategias de ventas que mejor funcionen para su mercado



Interpretación: Según en la tabla 8 y figura 8 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 30% (6 trabajadores) no opinan, mientras el 70% (14 trabajadores) están de acuerdo con las diversas estrategias del mercado.

Tabla 9

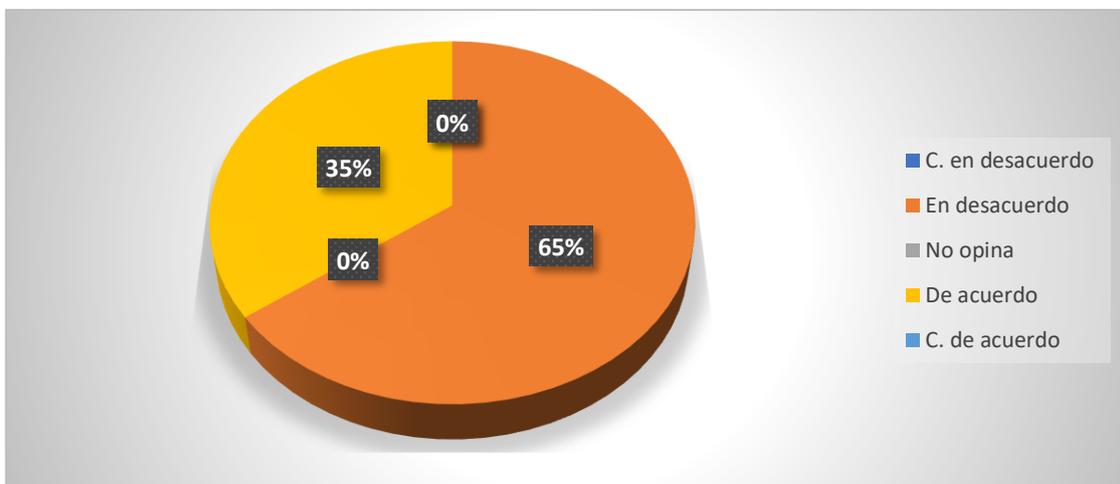
Propone precios y ofertas de promoción a diferencia de la competencia

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	13	65.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	7	35.00%
C. de acuerdo	0	0.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 9

Los hoteles son unidades económicas, por lo que los precios dependen de la oferta y la demanda en cada momento



Interpretación: Según en la tabla 9 y figura 9 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 65% (13 trabajadores) está en desacuerdo con los precios y ofertas de promoción y el 35% (7 trabajadores) están en deacuerdo.

Tabla 10

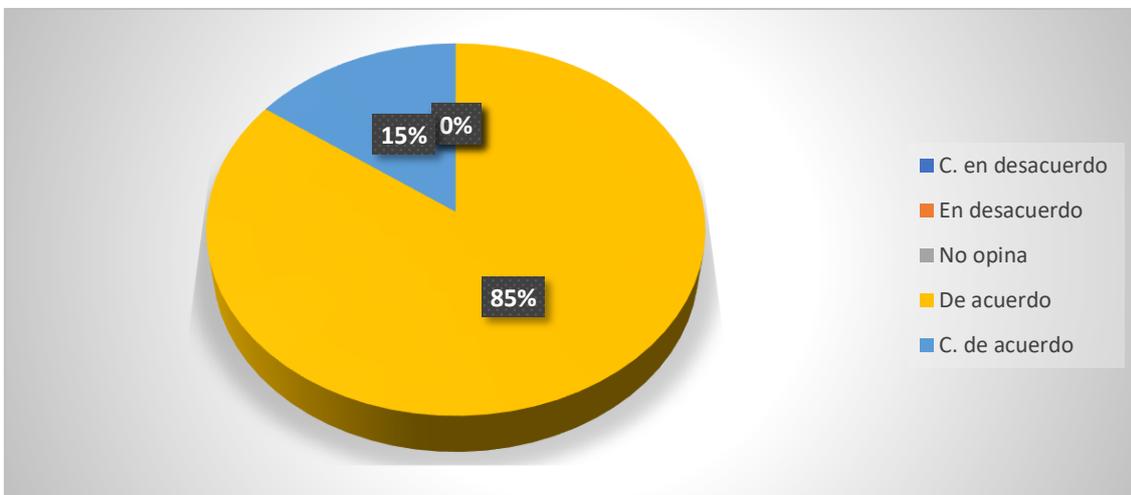
Considera que el servicio que brinda es profesional

Categoría	Cantidad	Porcentaje
C. en Desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
No opina	0	0.00%
De acuerdo	17	85.00%
C. de acuerdo	3	15.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 10

El Hotel Montecarlo se esmera por brindar la mayor satisfacción a sus clientes.



Interpretación: Según en la tabla 10 y figura 10 un total de 20 encuestados del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 85% (17 trabajadores) está de acuerdo que el servicio brindado es profesional y el 15% (3 trabajadores) está completamente de acuerdo.

Variable De Gestión De Calidad

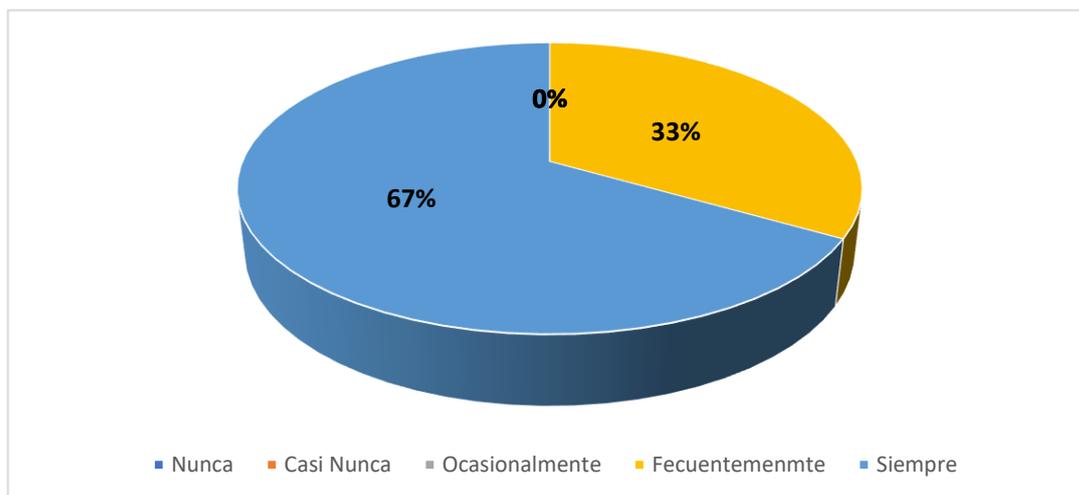
Tabla 11
La calidad del personal

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
Ocasionalmente	0	0.00%
Frecuentemente	1	33.00%
Siempre	2	67.00%
Total	3	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los administradores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 11

La calidad del personal incrementa la productividad y competitividad de la empresa



Interpretación: Se observa en la tabla 11 y figura 11 un total de 3 encuestados (administradores) del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 100% (3 administradores) responde que siempre la calidad del personal ayuda a incrementar la productividad y competitividad de la empresa

Tabla 12

Puntos débiles y fuertes de nuestros competidores.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
Ocasionalmente	0	0.00%
Frecuentemente	0	0.00%
Siempre	3	100.00%
Total	3	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los administradores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 12

El Hotel Montecarlo analiza los puntos débiles de la competencia.



Interpretación: Se observa en la tabla 12 y figura 12 un total de 3 encuestados (administradores) del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 100% (3 administradores) opina que frecuentemente la empresa investiga las necesidades laborales de sus trabajadores.

Tabla 13

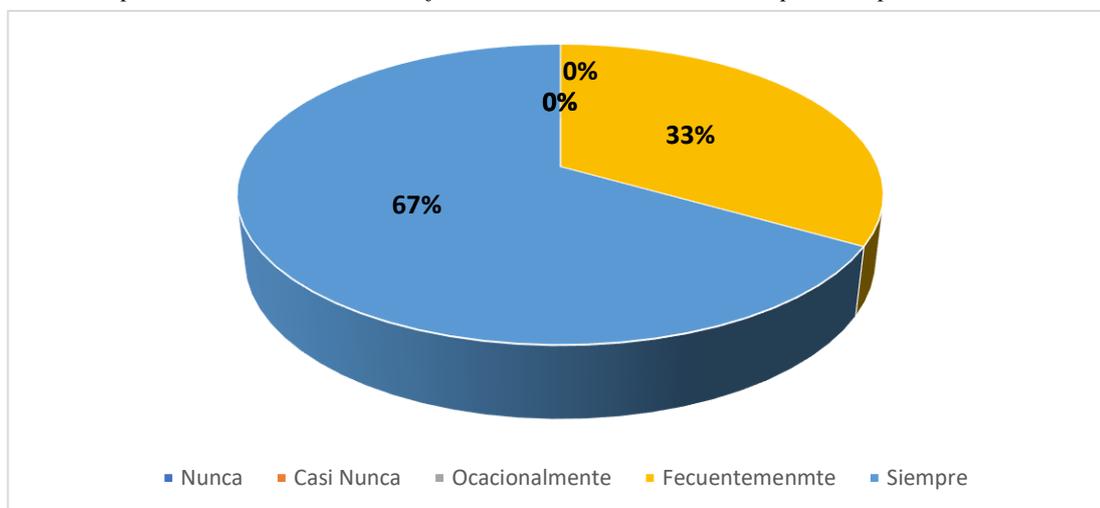
Capacitación para analizar las acciones y reacciones de la competencia.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
Ocasionalmente	2	67.00%
Frecuentemente	1	33.00%
Siempre	0	0.00%
Total	3	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los administradores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 13

La capacitación de nuestros trabajadores será una herramienta importante para la



competitividad

Interpretación: Se observa en la tabla 13 y figura 13 un total de 3 encuestados (administradores) del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 67% (2 administradores) indica que ocasionalmente se capacita al personal para analizar a la competencia y el 33% (1 administrador) opina que frecuentemente se capacita a los trabajadores.

Tabla 14

Hace uso de las redes sociales para la publicidad de su empresa hotelera

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
Ocasionalmente	0	0.00%
Frecuentemente	0	0.00%
Siempre	3	100.00%
Total	3	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los Administradores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 14

El uso de las redes sociales forma parte importante de la competitividad.



Interpretación: Según en la tabla 14 y figura 14 un total de 3 encuestados (administradores) del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 100% (3 administradores) opina que frecuentemente el Hotel Montecarlo hace uso de las redes sociales para la publicidad de su empresa hotelera.

Tabla 15

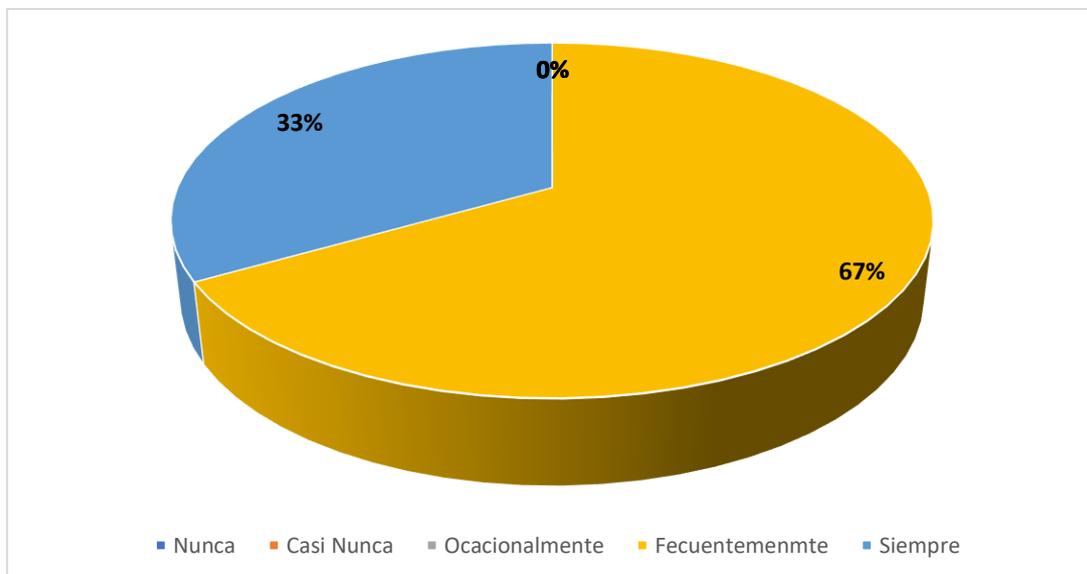
Fidelidad por parte de los clientes hacia la empresa hotelera

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
Ocasionalmente	0	0.00%
Frecuentemente	2	67.00%
Siempre	1	33.00%
Total	3	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los administradores del hotel Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Figura 15

La fidelidad del cliente es una herramienta clave para el Hotel Montecarlo.



Interpretación: Según en la tabla 15 y figura 15 un total de 3 encuestados (administradores) del hotel Montecarlo, distrito de La Victoria, Lima, año 2020, el 67% (2 administradores) opina que frecuentemente la fidelidad por parte de los clientes hacia la empresa hotelera Montecarlo se obtiene mediante una buena calidad de servicio y el 33% (1 administrador) opina que siempre la fidelidad será una mejor herramienta de rendimiento.

5.2. Análisis de Resultados

Respecto al objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. lima, 2020, Según el resultado de la tabla 4 el 65 % de los encuestados está en desacuerdo con el uso de la Innovación que realiza el hotel para mejorar el contexto competitivo y el 35% está de acuerdo el hotel Montecarlo debe dar uso de la innovación ya que esto va permitir mejora el modelo de negocio que tiene la empresa, para mejorar el uso de la innovación se elaborara una propuesta que adoptara procesos y elementos que contribuyan a mejorar las capacidades innovadoras orientado a fortalecer una nueva estrategia, buscando el espíritu innovador para la transformación del hotel y así alcanzar mayores niveles de competitividad a través de la implementación y uso de la innovación como estrategia competitiva, dicho resultado es comparado con el autor Añazco (2016) Tesis titulada “*Caracterización de la competitividad y capacitación en las Mype de servicio rubro fotografía y video – distrito de Piura, año 2016*” quien concluyo que la empresa en estudio no sabía qué tipo de estrategia utilizaría para lograr operaciones viables en el tiempo, debido a que los servicios prestados no mostraban diferencia alguna con la competencia, es decir, el producto estratégico no ha obtenido beneficios reales debido a la insuficiencia de la innovación que impide que la empresa mejore, en cuanto a los elementos de competitividad, ciencia y tecnología, la mayoría de los clientes de las pequeñas y pequeñas empresas del sector de servicios hoteleros creen que es importante utilizar aplicaciones tecnológicas y utilizar la innovación empresarial para mejorar el modelo de negocio de la empresa. . Dobson (Bardales, citado en 2018) dijo que las

micro y pequeñas empresas no necesitan invertir demasiado en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y muchas no la utilizan ya que piensan que hacen una mala inversión o lo utilizan de manera incorrecta, es por eso que muchas empresas creen que invertir en herramientas TIC las convertiría en una empresa moderna que mejoraría la eficiencia y lo que es más importante, se podrían conectarse mejor con los clientes, pero es necesario saber cómo utilizarlas y encaminarla para llegar al objetivo propuesto.

En la tabla 9 el 65% está en desacuerdo con los precios y ofertas de promoción que el Hotel da a los clientes y el 35% están de acuerdo con lo que propone el hotel ante los precios y ofertas a diferencia de la competencia, donde se propone elaborar una nueva estrategia de marketing que estén en concordancia, no solo con los objetivos del hotel sino con la dinamicidad de los mercados para establecer y ajustar los precios de manera que se adapten a las necesidades comerciales del hotel, que nos permitirá establecer los precios de una manera correcta, con una buena organización y una planificación meticulosa serán fundamentales para llegar a nuestros objetivos, dicho resultado es comparado con el autor Gamarra (2020) en la tesis titulada *Propuesta de mejora del marketing estratégico para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Jr. Dos De mayo, San Vicente-Cañete, 2020*” donde se llegó a la conclusión que las características del marketing estratégico son: incrementar las ventas, clientes habituales o futuros, y buscar cómo consolidar a los consumidores (los clientes brindan buenos servicios, promociones, calidad, precios y nuevos productos). La oportunidad del marketing estratégico es descubrir, buscar y ayudar a la empresa a lograr la satisfacción del cliente, y el objetivo a lograr es

que toda empresa tenga rentabilidad. Además, según Kotler (2005) indica que La promoción es una serie de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como notificar, persuadir o recordar al público objetivo sobre los productos y / o servicios vendidos.

Respecto al objetivo específico 1: Describir las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. lima, 2020, según el resultado de la encuesta indica en la tabla 7 que el 40% están en desacuerdo que se aplique la eficiencia ya que no se utiliza el uso adecuado de los diferentes recursos que tiene el hotel Montecarlo y el 60% están de acuerdo que se aplica la eficiencia en el Hotel Montecarlo, por lo tanto, dicho resultado es comparado con el autor Calderón (2015) en su tesis titulada “*Análisis De La Competitividad Empresarial En Las Pymes Del Sector Del Calzado Del Barrio El Restrepo De La Ciudad De Bogotá, A Partir Del Factor Humano*” que concluyo que la capacitación formal del capital humano en diferentes área del conocimiento, influye de una manera significativa en la eficiencia de la producción y la competitividad de las PYMES, Mejorar la productividad y la eficiencia de la empresa debe ser una prioridad en su estrategia. Si desea lograr este objetivo, debe proporcionar al equipo las herramientas que necesitan para que sus talentos puedan estar más empoderados. De esta forma, ahorrará costes y su empresa será competitiva, además según Felsing y Runza (2002), afirmó que la productividad es la relación entre el producto producido y los recursos humanos, naturales y de capital necesarios para producir el producto, a mayor eficiencia y eficacia en el uso de recursos de la empresa, mayor capacidad de producción y competitividad.

Respecto al objetivo específico 2: Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. lima, 2020, según la encuesta realizada en la tabla 13, el 67% indica que ocasionalmente se capacita al personal para analizar a la competencia y el 33% opina que frecuentemente se capacita al personal, donde se concluye que las capacitaciones al personal permitirán profundizar el proceso de cómo actuar en el ambiente competitivo, por lo que es necesario conocer a los competidores para determinar cuáles son sus principales objetivos, estrategias, puntos débiles y fuertes.

No cabe duda de que para las empresas que quieran triunfar en un mercado altamente competitivo, todas las decisiones relacionadas con las diversas tácticas y estrategias de marketing que implementarán deben basarse en las acciones y respuestas de los competidores. En este caso, el hotel capacita a sus trabajadores con el fin de que se basen en la comprensión de los productos, los precios, los procesos y las comunicaciones y distribución de sus competidores, donde es comparado con el autor Gave, E. (2013), en su tesis “ *Propuesta de un modelo de gestión de calidad en el servicio para lograr la competitividad en los grifos de Tingo María*” donde se llegó a la conclusión que la mayoría de los proveedores de servicios no diagnostican la calidad del servicio, lo que les permite determinar los diferentes problemas y ventajas en el proceso de prestación del servicio, por lo que no existe un plan estratégico ni un plan de acción a seguir. La mayoría de los empleados ha recibido formación, pero el problema es que no realiza arreglos sistemáticos con respecto al tiempo y al tema de la prestación de servicios de calidad y a la vez no capacita a sus trabajadores en base a su competencia. La estrategia adoptada para mantener la

eficiencia de los empleados es inapropiada, porque es necesario incentivar a los empleados a participar mejor y empoderar a los empleados y al trabajo en equipo para establecer mejor las relaciones interpersonales, seguida de estrategias para que los empleados se mantengan en plan de acción ante la competencia, además por otro lado Según Jiménez (2014) Una empresa exitosa es una empresa que puede aprender de la competencia además de descifrar a sus consumidores o clientes. Teniendo en cuenta la importancia y complejidad de la competencia empresarial, es necesario contar con las mejores prácticas de análisis de competencia.

Según se detalla en la tabla 14, el 100% de los encuestados nos señala que el Hotel siempre hace uso de las redes sociales para la publicidad de su empresa hotelera donde se verifica que es necesario la tecnología en la empresa, pero a la vez saber cómo utilizar y así dar productividad a nuestra empresa, este resultado es comparado con el autor Saldivia (2014), cuya tesis es "*La competitividad de las MiPymes hoteleras boutique*" que concluyo que el éxito de un hotel boutique dependerá en gran medida de su propia capacidad de contar con recursos estratégicos y habilidades suficientes para lograr nuevas ventajas competitivas como son las redes sociales y tener metas permanentes de crecimiento y diversificación. Además, para mejorar la competitividad, toda la empresa (especialmente el hotel) debe adaptar su estrategia y estructura organizativa al dinámico entorno económico actual. Es decir, los criterios para formular una estrategia de ventaja competitiva se basan en los atributos de sus recursos, permitiendo así el desarrollo de innovaciones obtenidas de fuentes internas y externas.

según la tabla 15, el 67% opina que la fidelidad por parte de los clientes hacía la empresa hotelera Montecarlo se obtiene mediante una buena calidad de servicio y el

33% opina que siempre la fidelidad será una mejor herramienta de rendimiento, con esta encuesta realizada se concluye que la propuesta de mejora, debe estar enfocada en mejorar la competitividad con respecto a la calidad de servicio y las estrategias competitivas que se centran en el buen trato al cliente y el uso de la tecnología donde se debe centrar en la motivación y capacitación laboral a los trabajadores, para ello, se implementará un plan de capacitación y se brindará retroalimentación después de cada capacitación para que los trabajadores puedan lograr los objetivos de la empresa, y serán recompensados con incentivos, donde se compara con el autor Zaragoza (2019), en su tesis “ *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Puertas de Pro, del distrito los Olivos, 2018*”, donde se concluyó que la mayoría de las empresas han desarrollado con éxito su gestión y producción, fijando cuidadosamente el tiempo de las actividades dentro de la organización para que puedan proporcionar a los clientes snacks especiales que puedan competir y competir con otras empresas. Puede satisfacer las 10 necesidades de los clientes, por lo que se recomienda que las pequeñas y pequeñas empresas del sector de la restauración implementen sistemas computarizados para controlar mejor la tecnología y la información, y desarrollen planes de emergencia para que cuenten con mejores sistemas para ser competentes para la organización de otras organizaciones y así gestionar mejor la eficiencia operativa. Desde entonces, hemos encontrado en nuestra investigación que esta es una debilidad de la empresa. Además de adoptar varias estrategias para lograr los objetivos de manera efectiva sin perder la calidad de los productos. Además, Bañuls (2009) indica que con el paso del tiempo es necesario cultivar la competitividad para

enfrentar los nuevos desafíos que se crean cada día, considerando también factores como la innovación, la tecnología, la flexibilidad productiva y la calidad; porque ignorarlos conducirá a la administración de la empresa y los procesos operativos se deterioran, resultando en una baja competitividad en el mismo mercado.

Respecto al objetivo 3: Determinar la propuesta de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C lima, 2020, según la tabla 3 el 80% están en desacuerdo con el sistema de seguridad y el 20% están de acuerdo, donde se verifica que esta deficiencia conlleva a una gran debilidad del Hotel, donde se deberá implementar de una manera innovadora la seguridad para evitar el robo de pertenencias, incidentes como incendios, accidentes ocurridos dentro del hotel, se realizara un plan de control para un exhaustivo sistema de seguridad donde el hotel deberá utilizar personales que solo se encargaran del monitoreo constante a través de la utilización de cámaras en puntos estratégicos, dando como resultado la tranquilidad de los clientes , obteniendo una fidelización por la confianza obtenida donde se compara con el autor García (2015) con la tesis titulada *“Propuesta de mejora del control interno en la administración que mejoren las posibilidades de la empresa hotelera Loma Dorada - Sechura, año 2018.”* donde concluyo que es necesario implementar el campo contable, mejorar el sistema de seguridad y seguimiento de la organización, e implementar el manual de organización y funciones. Además Koehn & Datta, (2003) indica que el sistema de seguridad son procedimientos, prácticas y recursos que pueden definir y aplicar estrategias para prevenir accidentes graves o de toda índole mediante la implementación de una secuencia de instrucciones de la seguridad.

VI. Conclusiones

De acuerdo al objetivo general, elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas el sector servicio – rubro hoteles. Caso Montecarlo Suits y Hotel en la Victoria, Lima,2020, el elemento más importante para elaborar dicha propuesta de mejora se basa en el mejoramiento continuo con el fin de reforzar o mejorar las deficiencias, en lo que respecta al riesgo que tiene el hotel, el sistema de seguridad que utiliza, el manejo de la innovación, la forma como se motiva a los trabajadores porque al considerar las deficiencias se podrá utilizar diversas estrategias y cumplir con los objetivos de la empresa.

Al respecto se concluye que se establecerá un plan de control de análisis y valoración de los posibles riesgos para poder saber cuáles son las debilidades y fortalezas de nuestros competidores y tomarlo como una ventaja competitiva, con respecto al sistema de seguridad se concluye desarrollar soluciones tecnológicas para hacer frente a las diversas amenazas, creando así un departamento de seguridad, donde se centralicen los sistemas de seguridad, accesos, instrucción, incendios, etc.

En la tecnología se basará en la elaboración de inversiones en plataformas más interactivas, donde el hotel podrá mejorar y personalizar los procesos de selección de habitaciones, mejorando la experiencia del cliente, mediante el proceso de reservas, la capacitación de los trabajadores se desarrollara mediante un programa que nos ayude a poder mejor hacia nuestro personal se utilizará herramientas internas para capacitar, motivar a los empleados para que puedan crecer y desarrollarse dentro de la empresa, utilizando planes que involucran la comprensión de nuevas áreas, lo

que más ayudo a elaborar dicha propuesta es que el hotel tiene como objetivo mejorar y reflejar la calidad de sus habilidades y las ventajas competitivas.

De acuerdo al objetivo específico 1, Describir las características de la competitividad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles. Caso Montecarlo Suits y Hotel en la Victoria, Lima,2020

Se concluye que las características son las siguientes, el hotel Montecarlo brinda un servicio profesional con un buen trato personal que hace la diferencia ante el mercado de hoteles, en la infraestructura se diferencia en la calidad de las instalaciones, servicios, personal calificado, equipos de primer orden que garantizan el bienestar del cliente, lo que ayudo a describir dichas características de la competitividad fueron las necesidades y expectativas de los clientes para ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, se debe invertir en los trabajadores, lo más difícil para describir las características fueron los precios y ofertas el Hotel Montecarlo que no proponen diferenciación frente a la competencia ya que no existe un control estratégico que se adapte a las condiciones del mercado y el entorno, en lo que se refiere a capacitación no cuenta con un plan estratégico para motivar e incentivar de una manera eficaz a sus trabajadores ya que no se proporciona las herramientas que necesitan para que sus trabajadores puedan estar más empoderados, de esta forma, ahorrará costes y su empresa será competitiva, los trabajadores no se sienten a gusto con las medidas obtenidas en la seguridad, por lo que existieron diversos problemas, como el robo o pérdida de las pertenencias de los clientes.

De acuerdo al objetivo específico 2, Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Se concluyó que las características de la gestión de calidad que el Hotel Montecarlo son las siguientes, una buena calidad del personal donde el hotel toma como una herramienta fundamental en el servicio hotelero para incrementar la competitividad del hotel.

Para una buena gestión de calidad las diversas medidas correctivas que se debe de tomar ante los errores que puede tener el Hotel Montecarlo, se debe basar en acciones de mejoras que desarrollara permanentemente el hotel mediante su análisis situacional que debe tener en cuenta para mejorar.

De acuerdo al objetivo específico 3, Determinar la propuesta de mejora de la micro y pequeñas empresas el sector servicio - rubro hoteles. Caso Montecarlo Suits y Hotel en la Victoria, Lima,2020

Lo más importante para la determinación de la propuesta de mejora se basa en las deficiencias que presenta en la competitividad, donde se dará mejoras en lo que respecta al riesgo que tiene el hotel ante sus competidores, el sistema de seguridad que utiliza, el manejo de la innovación, la forma como se motiva a los trabajadores, ya que se sabe que el hotel debe de estar en un constante mejoramiento para ser competitivo, se concluye que el hotel Montecarlo Suits debe de implementar el sistemas de seguridad para poder prevenir ciertos riesgos que puede haber hacia los huéspedes como robos o accidentes dentro del hotel.

También crear charlas interactivas para poder motivar a los empleados y estén altamente capacitados para una buena atención hacia nuestros clientes y puedan volver por segunda vez.

ASPECTOS COMPLEMENTARIO

Propuesta De Mejora

PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020.

Objetivo General

Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020

Diagnóstico

De acuerdo a lo estudiado se obtuvo diversas deficiencias en lo que respecta a la competitividad del hotel Montecarlo, los cuales son: el riesgo que tiene el hotel frente a la competencia, el sistema de seguridad que utiliza, el manejo de la innovación, la forma como se motiva a los trabajadores, en las cuales detallaremos las actividades a realizar, el tiempo, los indicadores, las metas, el presupuesto y el responsable de dicha propuesta que se ejecutara.

Propuesta de mejora

De acuerdo a la problemática que presenta el hotel Montecarlo suits se realiza las siguientes estrategias que se tomaran en cuenta dentro del sistema de seguridad y el manejo de innovación.

- **Crear un departamento de seguridad:** El hotel debe de cuidar la integridad física de los huéspedes, empleados o también como aquellos visitantes que vienen de otros lugares, esto ayudara a tener mayor vigilancia y así poder

evitar que no se pierda ninguna pertenencia también ayudaría a cuidar la buena imagen y prestigio del hotel.

- **Elaboración de plataformas más interactivas:** El hotel deberá crear plataformas interactivas porque esto ayudara a que el hotel pueda aumentar sus ingresos, ya que hay clientes que pasan horas dentro del internet navegando, pero eso serviría mucho y así podrían visualizar cualquier oferta que haya en el hotel o realizar cualquier reserva dentro de la página web y así desarrollar promociones, alineadas con servicios turísticos que promuevan la visita de viajeros vacacionales y de negocios.

De acuerdo a la problemática se realiza las siguientes estrategias sobre los riesgos ante las competencias del hotel y si propone capacitación al personal

- **Realizar un plan de control de análisis y valoración de los posibles riesgos:** Esto ayuda a que el hotel puedan identificar posibles riesgos y así verificar las debilidades y fortalezas de nuestros competidores la cual, ayudara también a poder tomar decisiones que nos permita prevenir ciertos riesgos.
- **Realizar capacitaciones virtuales:** Nos ayuda a que se proporcionen las habilidades de los empleados dentro de su hora de trabajo para que muestren un buen desempeño laboral y también debemos de motivar a los empleados.

PROBLEMA	PROPUESTA DE MEJORA	ACTIVIDADES	TIEMPO	INDICADOR DE MEDICION	META	PRESUPUESTO	RESPONSABLE
Riesgos ante la competencia hotelera	-Crear un plan de control de análisis y valoración de los posibles riesgos	- Verificación las debilidades y fortalezas de nuestros competidores - Personalizar el procedimiento de seguridad.	Quincenal	A través de las redes sociales	100% de no presentar riesgos para el Hotel	Recursos propios	Administrador
Falta de sistema de seguridad en el hotel Montecarlo suits	-Creación del departamento de seguridad	- Instalaciones de cámara de seguridad en todas las áreas. - vigilar las entradas y salidas de los huéspedes. -Contar con un personal	Diario	Cámara de vigilancia	100% Seguridad eficiente para todos los clientes	Recursos propios	Administrador
Mejorar el manejo de innovación	-Elaboración de plataformas más interactivas	- Personalizar los procesos de selección de habitaciones. -Realización del proceso de reserva.	Diario	A través de visitas de la plataforma en la página web	100% al día la plataforma web del hotel	Recursos propios	Administrador
Falta de capacitación al personal	-Realizar capacitaciones virtuales	-Capacitar, motivar a los empleados - Contactar con los trabajadores - Inscripción de los trabajadores - Tomar asistencia	Mensual	Porcentaje de capacitadores Capacitados	100% de trabajadores capacitados	Recursos propios	Administrador
			Mensual				

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayensa, E., & Menorca, L. (2014). Definición, Antecedentes Y Consecuencias Del Compromiso Organizativo. *Universidad De La Rioja*, 3590-3591.
- Bassotti, G., & Riba, V. (2013). Brechas Hoteleras En 7 Ciudades De Perú. 20-23.
- Benavides, G. (2017). *Análisis De La Calidad Del Servicio Del Hotel Perla Verde De La Ciudad De Esmeraldas*. Ecuador: Ecuador - Pucese - Maestría En Administración De Empresas Mención Planeación.
- Berrú, A. (2017). *Percepción De La Calidad Del Servicio De Un Hotel Tres Estrellas En El Distrito De Independencia, 2016*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Bonta, P., & Farber, M. (2008). *199 Preguntas Sobre Marketing Y Publicidad*. Bogota: Norma, 1994.
- Carrión, J. (2017). *Estrategia Competitiva*. Madrid: Esic Editorial.
- Cohen, M. M. (2018). *Productividad Y Competitividad Empresarial*. Mexico.
- Cuatrecasas, L. (2011). *Gestión Integral De La Calidad: Implantación, Control Y Certificación*. España: Deusto S.L.
- Espinoza, S. N. (2017). *Gestión De Calidad En La Competitividad Y Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Servicio; Rubro Hoteles; Urbanización Buenos Aires, Nuevo Chimbote, Año 2017*. Chimbote: Universidad Católica Los Angeles De Chimbote.
- Figuerola, L. P. (2018). *Propuesta De Mejora De Los Factores Relevantes De Las Estrategias Genéricas De Porter Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y*

Pequeñas Empresas, Rubro Actividades De Alojamiento Para Estancias Cortas (Hoteles De Una, Dos Y Tres Estrellas) . Huaraz: Universidad Catolica Los Angeles De Chimbote.

Germán, N. V., Cuauhtémoc, G. D., & Otto, V. C. (2017). La Competitividad Del Sector Hotelero A Partir De La Teoria De Los Recursos Y Capacidades. *Revista Internacional De Administracion Y Finanzas*, 3-12.

Guilló, T., & Fernández, G. (2009). Dimensiones De La Gestión Del Conocimiento Y De La Gestión De La Calidad: Una Revisión De La Literatura. *Universidad De Alicante* , 148.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2003). *Metodologia De La Investigacion*. Mexico: Interamericana Editores, S.A. De C.V. Recuperado El 20 De Mayo De 2020, De [Http://Observatorio.Epacartagena.Gov.Co/Wp-Content/Uploads/2017/08/Metodologia-De-La-Investigacion-Sexta-Edicion.Compressed.Pdf](http://Observatorio.Epacartagena.Gov.Co/Wp-Content/Uploads/2017/08/Metodologia-De-La-Investigacion-Sexta-Edicion.Compressed.Pdf)

Jose Francisco, M., Erique, C., & Jorge, P. M. (2009). Gestión De La Calidad Y Medioambiental Y Rendimiento Empresarial: Un Análisis De Los Hoteles Españoles. *Papers De Turismo*, 2-22.

Joubert, E. G. (2015). *Los Sistemas De Gestión De Calidad En El Sector Hotelero : Perspectivas Y Desafíos Para Su Implementación En Hoteles De La Ciudad De Neuquén*. Argentina: Universidad Nacional De Quilmes.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos De Marketing* (Sexta Ed.). Mexico: Pearson Educacion. Obtenido De [Https://Books.Google.Com.Pe/Books/About/Fundamentos_De_Marketing.Html?](https://Books.Google.Com.Pe/Books/About/Fundamentos_De_Marketing.Html?)

Id=Sljxv_Z8xc4c&Printsec=Frontcover&Source=Kp_Read_Button&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q&F=False

- Labarca, N. (2007). Consideraciones Teóricas De La Competitividad Empresarial. *Universidad Del Zulia Maracaibo, Venezuela*(2), 166-167. Recuperado El 04 De Mayo De 2020, De <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>
- Leiva, V. B., Soler, V. G., & Pérez, A. I. (2016). *Estrategia Y Desarrollo De Una Guía De Implantación De La Norma Iso 9001:2015. Aplicación Pymes De La Comunidad Valenciana*. L Área De Innovación Y Desarrollo, S.L.
- Maseda, Á. P. (2009). *Gestion De Calidad*. España: Marcombo. Obtenido De <https://elibro.net/es/ereader/uladech/45847>
- Mathison, L., Gándara, J., Primera, C., & García, L. (2017). Innovación: Factor Clave Para Lograr Ventajas Competitivas. *Negotium, Iii*(7), 70-71. Recuperado El 19 De Mayo De 2020, De <https://www.redalyc.org/pdf/782/78230705.pdf>
- Mayo Alegre, J. C., & Avila Puig, Y. (2010). La Calidad Y Sus Sistemas De Gestión. *Revista Academica De Economia*, 3-4. Obtenido De <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2010/maap.htm>
- Morales Gutierrez, M. A., & Pech Varguez, J. L. (2000). *Competitividad Y Estrategia :El Enfoque De Las Competencias Encensiales Y El Enfoque Basado En Los Recursos*. Merida: Contadura Y Administracion .
- Navarro, M. (2007). *El Entorno Económico Y La Competitividad En España* (Bilbao. España Ed.). España: Universidad De Deusto.
- Paredes, J. (2014). *Determinar La Importancia Del Control Interno En El Hotel Venetur Maracaibo, C.A.* Venezuela.

- Philip, K., Paul, N. B., & Thomas, H. (2002). *El Marketing De Servicios Profesionales*. Estados Unidos: Paidos Iberica S.A. Obtenido De [https://Books.Google.Com.Pe/Books/About/El_Marketing_De_Servicios_Profesionales.html?id=Fgsv_I13pzmc&Printsec=Frontcover&Source=Kp_Read_Button&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q&F=False](https://books.google.com.pe/books/about/El_Marketing_De_Servicios_Profesionales.html?id=Fgsv_I13pzmc&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Poter, M. (1991). *La Ventaja Competitiva De Las Naciones*. Estados Unidos: Harvard Business Review.
- Quiñones, M. E., & Vega, L. A. (2014). *Calidad Y Servicio Conceptos Y Herramientas*. Bogota: Eco Ediciones.
- Romero, E., Stucchi, J., Satalaya, C., & Paredes, N. (2015). *La Calidad En El Sector Hotelero De Lima Metropolitana*. Lima: Pontifica Universidad Catolica Del Perú.
- Rubio, L., & Baz, V. (2015). *El Poder De La Competitividad*. Mexico: Fondo De Cultura Economica.
- Ruiz, G. C. (2018). *La Calidad Percibida Del Servicio Hotelero Y Su Relación En La Percepción Del Cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel De 3 Estrellas León De Oro Suites, Área De Front Desk*. Lima: Universidad San Martin De Porres.
- Saldaña, A. (2017). *Caracterización De La Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes En El Sector Servicio Rubro Hoteles En La Provincia De Leoncio Prado Período – 2017*. Tingo Maria: Universidad Los Angeles De Chimbote.
- Vargas, B., & Castillo, C. D. (2008). *Competitividad Sostenible De La Pequeña Empresa: Un Modelo De Promoción De Capacidades Endógenas Para Promover*

- Ventajas Competitivas Sostenibles Y Alta Productividad. *Universidad Esan*, 60-62.
- Bassotti, G., & Riba, V. (2013). Brechas Hoteleras En 7 Ciudades De Perú. 20-23.
- Germán, N. V., Cuauhtémoc, G. D., & Otto, V. C. (2017). La Competitividad Del Sector Hotelero A Partir De La Teoria De Los Recursos Y Capacidades. *Revista Internacional De Administracion Y Finanzas*, 3-12.
- Jose Francisco, M., Erique, C., & Jorge, P. M. (2009). Gestión De La Calidad Y Medioambiental Y Rendimiento Empresarial: Un Análisis De Los Hoteles Españoles. *Papers De Turismo*, 2-22.
- Quiñones, M. E., & Vega, L. A. (2014). *Calidad Y Servicio Comceptos Y Herramientas*. Bogota: Eco Ediciones.
- Vargas, B., & Castillo, C. D. (2008). Competitividad Sostenible De La Pequeña Empresa: Un Modelo De Promoción De Capacidades Endógenas Para Promover Ventajas Competitivas Sostenibles Y Alta Productividad. *Universidad Esan*, 60-62.
- Alvarez, M., & Arturo, C. (2011). *Metodologia De La Investigacion Cuantitativa Y Cualitativa*. Neiva. Obtenido De <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-Didactica-Metodologia-De-La-Investigacion.Pdf>
- Fernández, P. S., & Díaz, P. S. (2002). *Investigación Cuantitativa Y Cualitativa*. España: Cad Aten Primaria.

- Gomez B, S. (2012). *Metodologia De La Investigacion*. Mexico: Red Tercer Milenio S.C. Obtenido De [Http://Www.Aliat.Org.Mx/Bibliotecasdigitales/Axiologicas/Metodologia_De_La_Investigacion.Pdf](http://www.alia.org.mx/Bibliotecasdigitales/Axiologicas/Metodologia_De_La_Investigacion.Pdf)
- Hernandez S, R., & Aptista L, P. (2010). *Metodologia De La Envestigacion*. Mexico: / Interamericana Editores, S.A. Obtenido De [Http://Observatorio.Epacartagena.Gov.Co/Wp-Content/Uploads/2017/08/Metodologia-De-La-Investigacion-Sexta-Edicion.Compressed.Pdf](http://observatorio.epacartagena.gov.co/Wp-Content/Uploads/2017/08/Metodologia-De-La-Investigacion-Sexta-Edicion.Compressed.Pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (1991). *Metodologia De La Investigacion*. Mexico: Miembro De La Cámara Nacional De La Industria.
- Uladech. (2019). *Código De Ética Para La Investigación*. Chimbote. Obtenido De [File:///C:/Users/Jj/Downloads/C%C3%B3digo%20de%20%C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20v002.Pdf](file:///C:/Users/Jj/Downloads/C%C3%B3digo%20de%20%C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20v002.Pdf)

ANEXO

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	2020								2021							
		TESIS I				TESIS II				TESIS III				TESIS IV			
		Me				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico				X	X	X	X									
6	Elaboración de análisis de resultado, conclusiones y recomendaciones								X								
7	Elaboración y validación Del instrumento de recolección de información								X								
8	Presentación del documento mejorado, metodología, resultados, conclusiones, recomendaciones.									X							
9	Elaboración del consentimiento informado									X							
10	Recolección de datos									X							
11	Presentación de resultados										X						
12	Análisis e interpretación de los resultados										X						
13	Redacción del informe preliminar											X					
14	Revisión del informe final por el jurado de investigación														X		
15	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
16	Presentación de ponencia en eventos científicos														X		
15	Redacción de artículo científico														X		

ANEXO 2

PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.20	60	12.00
• Fotocopias	0.20	150	30.00
• Empastado	3.00	2	6.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	17.00	1	17.00
• Lapiceros	2.50	5	12.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			177.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	10.00	3	30.00
Sub total			225.50
Total presupuesto de desembolsable			30.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			225.50
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			877.5



1. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

La siguiente encuesta tiene como objetivo determinar propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020.

Instrucciones: La información que usted brindará será útil e importante para recopilar información

PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Escala Likert				
				C. En Desacuerdo	En Desacuerdo	No Opina	De Acuerdo	C. De Acuerdo
Competitividad	Estrategias	Diferenciación	Está de acuerdo que empleen estrategias diferentes a otras alternativas de mercado					
		Bajo costo	Propone precios y ofertas de promoción a diferencia de la competencia					
		Método eficiente	La Eficiencia ayuda a incrementar la productividad y competitividad					
	Recursos humanos	Servicio al cliente	Considera que el servicio que brinda es profesional					
		Capacitación	Está de acuerdo con el nivel de entrenamiento e incentivos					
	Infraestructura	Recursos	Considera que la infraestructura de la empresa favorece la competitividad					
		Sistemas	Está de acuerdo con el sistema de seguridad					
	Tecnología	Aplicaciones	Está de acuerdo que el uso de tecnología es importante					
		Innovación	Está de acuerdo con el uso de la Innovación para mejorar el contexto competitivo					



La siguiente encuesta tiene como objetivo determinar propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. Lima, 2020.

Instrucciones: La información que usted brindará será útil e importante para recopilar información

PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Escala Likert				
				Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre
Gestión de calidad	Calidad del personal	Mano de obra	La calidad del personal ayuda a incrementar la productividad y competitividad de la empresa					
	Planificar	Analisis de la situación	Conocemos perfectamente los puntos débiles y fuertes de nuestros competidores.					
		Causas posibles	Está de acuerdo que el hotel enfrenta riesgo ante la competencia					
		Medidas correctivas	El personal se capacita para analizar las acciones y reacciones de la competencia.					
	Actuar	Acciones de mejora	Obtiene la fidelidad por parte de los clientes hacía la empresa hotelera					

2. CONSENTIMIENTO INFORMADO



PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA EL DUEÑO DE LA EMPRESA

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

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020. y es dirigido por Castillon Canto Clara Franchesca investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. lima, 2020.

La participación en la investigación es completamente voluntaria. Usted será informado de los resultado a través del repositorio uladech si desea podrá escribir a través de CORREO ELECTRONICO Si desea, también podrá escribir al correo CLARACASTILLON43@HOTMAIL.COM para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Manuel Sedano Flores

Fecha: 25 de Mayo

Correo electrónico: Claracastillon43@HOTMAIL.COM

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020. Investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. lima, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

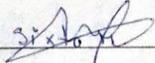
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de CORREO ELECTRONICO. Si desea, también podrá escribir al correo CASTILLONCLARA43@GMAIL.COM para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

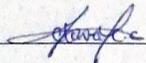
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Sixto montalvan Quintanilla

Fecha: 25 / 04 / 2021

Correo electrónico: sixto - 24 - 10 @ gmail . com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020 y es dirigido por CASTILLON CANTO, CLARA FRANCESCA investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: elaborar la de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. lima, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de CORREO ELECTRONICO. Si desea, también podrá escribir al correo CASTILLONCLARA43@GMAIL.COM para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Daba Elizabeth Zúñiga Espinoza

Fecha: 12 - 10 - 2020

Correo electrónico: dabae15 - wifana@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma manuscrita]



**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020 y es dirigido por CASTILLON CANTO, CLARA FRANCESCA investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: elaborar la de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo Suits S.A.C. lima, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

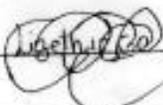
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de CORREO ELECTRONICO. Si desea, también podrá escribir al correo CASTILLONCLARA43@GMAIL.COM para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

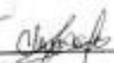
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Lizeth Veronica Castro fretal

Fecha: 12 - 10 - 2020

Correo electrónico: Yeico - 24@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Activar Wind
Ve a Configuració

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020. Investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. lima, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de CORREO ELECTRONICO. Si desea, también podrá escribir al correo CASTILLONCLARA43@GMAIL.COM para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Sevín Mediano Saravá

Fecha: 25 - 04 - 2021

Correo electrónico: Sevin12@hotmail.com

Firma del participante: Sevín M.S.

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020. Investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hotel caso: Montecarlo suits s.a.c. lima, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de CORREO ELECTRONICO. Si desea, también podrá escribir al correo CASTILLONCLARA43@GMAIL.COM para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Camila Rodríguez García

Fecha: 25-04-2021

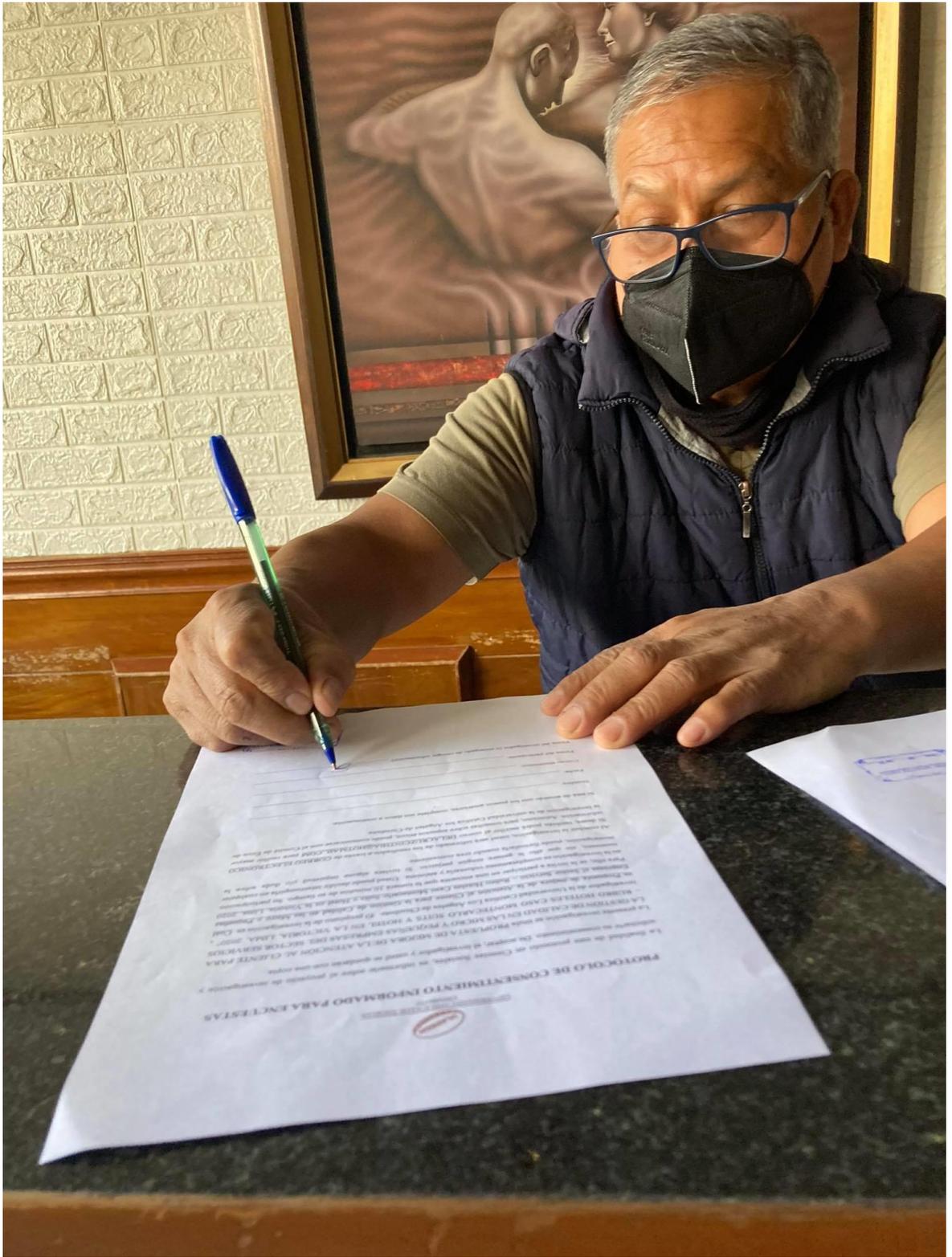
Correo electrónico: garcia.cami@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma manuscrita]

3. EVIDENCIAS







REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE

(Desde el 20/10/2008)

N° DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	RESOLUCIÓN / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
20503460301	HOTEL JHONNY'S S.A.C.	27/12/2008	ACREDITADO COMO MICRO EMPRESA	04/12/2015	ACREDITADO	-----	-----

REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS ACOGIDAS AL REGIMEN ESPECIAL LABORAL - LEY 28015

(Hasta el 19/10/2008)

N° DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	ESTADO	FECHA
NO SE ENCONTRARON RESULTADOS PARA ESTA BÚSQUEDA			

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Espinosa Otoya, Víctor Hugo
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cañete
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario de la competitividad
- 1.7. Autor del instrumento: Castillon Canto, Clara Franchesca
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Estrategias Competitivas							
¿Está de acuerdo que empleen estrategias diferentes a otras alternativas de mercado?	X		X		X		
¿Propone precios y ofertas de promoción a diferencia de la competencia?	X		X		X		
¿La Eficiencia ayuda a incrementar la productividad y competitividad?	X		X		X		
Dimensión 2: Recursos Humanos							
¿Considera que el servicio que brinda es profesional?	X		X		X		
¿Está de acuerdo con el nivel de entrenamiento e incentivos?	X		X		X		
Dimensión 3: Infraestructura							
¿Considera que la infraestructura de la empresa favorece la competitividad?	X		X		X		
¿Está de acuerdo con el sistema de seguridad?	X		X		X		
Dimensión 4: Tecnología							
¿Está de acuerdo que el uso de tecnología es importante?	X		X		X		
¿Está de acuerdo con el uso de la Innovación para mejorar el contexto competitivo?	X		X		X		

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Espinosa Otoya, Víctor Hugo
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cañete
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario gestión de calidad
- 1.7. **Autor del instrumento:** Castillon Canto, Clara Franchesca
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Calidad de personal							
¿La calidad del personal ayuda a incrementar la productividad y competitividad de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: Planificar							
¿Conocemos perfectamente los puntos débiles y fuertes de nuestros competidores?	X		X		X		
¿Está de acuerdo que el hotel enfrenta riesgo ante la competencia?	X		X		X		
¿El personal se capacita para analizar las acciones y reacciones de la competencia?	X		X		X		
Dimensión 3: Actuar							
¿Obtiene la fidelidad por parte de los clientes hacía la empresa hotelera?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Mgtr. Espinosa Otoya, Víctor Hugo

DNI N°: 07535731

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Castillón Matos Ovidio Julián
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario de la competitividad
- 1.7. Autor del instrumento: Castillon Canto, Clara Franchesca
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Estrategias Competitivas							
¿Está de acuerdo que empleen estrategias diferentes a otras alternativas de mercado?	✓		✓		✓		
¿Propone precios y ofertas de promoción a diferencia de la competencia?	✓		✓		✓		
¿La Eficiencia ayuda a incrementar la productividad y competitividad?	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Recursos Humanos							
¿Considera que el servicio que brinda es profesional?	✓		✓		✓		
¿Está de acuerdo con el nivel de entrenamiento e incentivos?	✓		✓		✓		
Dimensión 3: Infraestructura							
¿Considera que la infraestructura de la empresa favorece la competitividad?	✓		✓		✓		
¿Está de acuerdo con el sistema de seguridad?	✓		✓		✓		
Dimensión 4: Tecnología							
¿Está de acuerdo que el uso de tecnología es importante?	✓		✓		✓		
¿Está de acuerdo con el uso de la Innovación para mejorar el contexto competitivo?	✓		✓		✓		

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Castillón Matos Ovidio Julián
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Cesar Vallejo
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario gestión de calidad
- 1.7. **Autor del instrumento:** Castillon Canto, Clara Franchesca
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Calidad de personal							
¿La calidad del personal ayuda a incrementar la productividad y competitividad de la empresa?	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Planificar							
¿Conocemos perfectamente los puntos débiles y fuertes de nuestros competidores?	✓		✓		✓		
¿Está de acuerdo que el hotel enfrenta riesgo ante la competencia?	✓		✓		✓		
¿El personal se capacita para analizar las acciones y reacciones de la competencia?	✓		✓		✓		
Dimensión 3: Actuar							
¿Obtiene la fidelidad por parte de los clientes hacia la empresa hotelera?	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales: *Si hay consistencia en cuanto a su validez del instrumento.*


 Firma



Castillon Matos, Ovidio Julián

DNI N°: 15421219

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciada en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cafete
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario de la competitividad
- 1.7. **Autor del instrumento:** Castillon Canto, Clara Franchesca
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Estrategias Competitivas							
¿Está de acuerdo que empleen estrategias diferentes a otras alternativas de mercado?	X		X		X		
¿Propone precios y ofertas de promoción a diferencia de la competencia?	X		X		X		
¿La Eficiencia ayuda a incrementar la productividad y competitividad?	X		X		X		
Dimensión 2: Recursos Humanos							
¿Considera que el servicio que brinda es profesional?	X		X		X		
¿Está de acuerdo con el nivel de entrenamiento e incentivos?	X		X		X		
Dimensión 3: Infraestructura							
¿Considera que la infraestructura de la empresa favorece la competitividad?	X		X		X		
¿Está de acuerdo con el sistema de seguridad?	X		X		X		
Dimensión 4: Tecnología							
¿Está de acuerdo que el uso de tecnología es importante?	X		X		X		
¿Está de acuerdo con el uso de la Innovación para mejorar el contexto competitivo?	X		X		X		

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciada en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cafete
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario gestión de calidad
- 1.7. **Autor del instrumento:** Castillon Canto, Clara Franchesca
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Calidad de personal							
¿La calidad del personal ayuda a incrementar la productividad y competitividad de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: Planificar							
¿Conocemos perfectamente los puntos débiles y fuertes de nuestros competidores?	X		X		X		
¿Está de acuerdo que el hotel enfrenta riesgo ante la competencia?	X		X		X		
¿El personal se capacita para analizar las acciones y reacciones de la competencia?	X		X		X		
Dimensión 3: Actuar							
¿Obtiene la fidelidad por parte de los clientes hacia la empresa hotelera?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

Aplicable


 Firma

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

DNI N°: 40311682

PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTEL CASO: MONTECARLO SUITS S.A.C. LIMA, 2020

ORIGINALITY REPORT

10%	10%	0%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.uladech.edu.pe Internet Source	6%
2	docplayer.es Internet Source	4%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 4%