



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA MICROEMPRESA
HOTEL KISWAR, DISTRITO DE HUÁNUCO, 2021

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

AUTOR

ATACHAGUA JAVIER, ADIVENCIA

ORCID: 0000-0002-7756-7000

ASESOR

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Atachagua Javier, Adivencia

ORCID: 0000-0002-7756-7000

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e ingeniería

ASESOR

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e ingeniería

JURADO

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Dr. Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Dr. Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mis padres por su apoyo incondicional quienes son participes de mis logros.

DEDICATORIA

A mi esposo e hija,

por darme fuerzas y motivación

para mi superación.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo general: Determinar si la mejora de gestión de calidad y planeamiento estratégico permite un funcionamiento óptimo dentro de la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. La investigación se utilizó el diseño de investigación, no experimental – transversal – descriptivo de propuesta. Para el recojo de la información se utilizó una población de 6 trabajadores de la microempresa Hotel Kiswar, que se aplicó un cuestionario de 20 preguntas a través de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 50 % de los trabajadores manifestaron que a veces realizan nuevas estrategias en la empresa. El 50% de los trabajadores manifestaron que siempre trabajan en equipo. El 50% de los trabajadores manifestaron que nunca recibieron capacitación. El 67% de los trabajadores manifestaron que nunca los trabajadores se sienten satisfecho con el salario. El 100% de los trabajadores manifestaron que siempre la administración es importante dentro de la empresa. El 100% de los trabajadores encuestados mencionaron que siempre la tecnología es importante para la empresa. El 50% de los trabajadores manifestaron que nunca realizar cambios innovadores para mejorar las habitaciones. La investigación concluye que: La totalidad de los trabajadores no tienen conocimiento de la gestión de calidad y de planeamiento estratégico por lo tanto se utilizó técnicas y herramientas para dar a conocer las estrategias y así plantear su ejecución para mejorar su gestión y solucionar los problemas que tiene la microempresa Hotel Kiswar.

Palabras clave: gestión de calidad, planeación, administración.

ABSTRACT

The present investigation had as general objective: To determine if the improvement of quality management and strategic planning allows an optimal functioning within the microenterprise Hotel Kiswar, district of Huánuco, 2021. The investigation used the non-experimental - cross-sectional - research design. proposal description. For the collection of information, a population of 6 workers from the Hotel Kiswar microenterprise was used, who applied a 20-question questionnaire through the survey. Obtaining the following results: 50% of the workers stated that they sometimes carry out new strategies in the company. 50% of the workers stated that they always work as a team. 50% of the workers stated that they never received training. 67% of the workers stated that the workers never feel satisfied with the salary. 100% of the workers stated that administration is always important within the company. 100% of the workers surveyed mentioned that technology is always important for the company. 50% of the workers stated that they never make innovative changes to improve the rooms. The investigation concludes that: All the workers do not have knowledge of quality management and strategic planning, therefore techniques and tools were used to publicize the strategies and thus propose their execution to improve their management and solve the problems that has the microenterprise Hotel Kiswar.

Keywords: quality management, planning, administration.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	7
III. Hipótesis.....	65
IV. Metodología	66
4.1.Diseño de la investigación	66
4.2.Población y muestra.....	67
4.3.Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	69
4.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	74
4.5.Plan de análisis.....	74
4.6.Matriz de consistencia.....	76
4.7.Principios éticos	78
V. Resultados.....	80
5.1.resultados	80
5.2.análisis de resultados	113
VI. Conclusiones.....	121
Aspectos complementarios.....	124
Referencias bibliográficas.....	125
Anexos	134

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de Satisfacción al cliente en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.....	80
Tabla 2. Características de liderazgo en la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.....	81
Tabla 3. Características de la planeación en la Microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.....	82
Tabla 4. Características de la competitividad en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.....	83
Tabla 5. Propuesta de mejora de gestión de calidad y planeamiento estratégico en la empresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.....	84

INDICE DE FIGURAS

Figuras (Anexos)

Figura 1. Realizar nuevas estrategias en la empresa.....	164
Figura 2. Son importantes las estrategias.....	164
Figura 3. El administrador decide mejorar las habitaciones.....	165
Figura 4. Trabajan en equipo.....	165
Figura 5. Brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes.....	166
Figura 6. Organización para una mejor atención.....	166
Figura 7. Recibió capacitación.....	167
Figura 8. los trabajadores se sienten satisfecho con el salario.....	167
Figura 9. Los trabajadores son productivos.....	168
Figura 10. El dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión.....	168
Figura 11. El administrador plantea mejoras en sus habitaciones.....	169
Figura 12. La administración es importante dentro de la empresa.....	169
Figura 13. Brinda un servicio de calidad a los clientes.....	170
Figura 14. Realiza propuestas para ofrecer un servicio de calidad.....	170
Figura 15. Es importante la limpieza en la empresa.....	171
Figura 16. Aporta como trabajador a la economía.....	171
Figura 17. Brinda información a los clientes sobre la tecnología.....	172
Figura 18. La tecnología es importante para la empresa.....	172
Figura 19. Realizar propuestas para ofrecer un valor agregado.....	173
Figura 20. Realizar cambios innovadores para mejorar las habitaciones.....	173

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas han surgido a lo largo del tiempo como negocios familiares de pequeños capitales que tiene como objetivo emprender y con la finalidad de rentabilizar sus operaciones. Las micro, pequeñas empresas es un fenómeno empresarial que forman parte de la realidad de América latina. Actualmente es un componente fundamental porque proporcionan empleos, ingresos, bienes y servicios a millones de familias. De hecho, las pequeñas organizaciones. Las Pymes tiene un papel muy importante que desempeña como el desafío de aumentar la productividad. Las Pymes y los empresarios son importantes porque contribuyen a la innovación y el dinamismo en las regiones. Estas empresas serán trascendentales para el crecimiento de los países y de la misma manera alcanzar el desarrollo económico. (OECD, 2019).

Las microempresas son importantes dentro del mercado porque se identificó la problemática en la microempresa hotel Kiswar; de gestión de calidad y planeamiento estratégico debido a que los clientes se sienten insatisfechos con el servicio brindado, además no atienden las necesidades del consumidor por falta de comunicación con los individuos. Esto se debe a la falta de conocimiento del empresario. También el personal de la empresa no está capacitado para los puestos de trabajo que desempeña, además a la organización le hace falta una buena gestión de calidad y planeamiento estratégico para el crecimiento de la organización y así lograr sus objetivos.

Pero este problema no solamente es a nivel nacional sino también internacional y local por mencionar:

En América latina, las micro y pequeñas empresas tiene problema de gestión de calidad y planeamiento estratégico.

En México (Durango), las micro y pequeñas empresas tiene como problema de gestión de calidad y planeamiento estratégico y se identificó que tiene como problema analizar la acción integral de fenómeno y desarrollo empresarial abarcando desde la

orientación económica de mediano y largo plazo hasta los valores empresariales. Además, la problemática deriva fallas en el mercado de capitales como el escaso de créditos, los excesivos tramites, las altas tasas y plazos restringidos. Por ello se realiza estudios técnicos tomando importancia a las micro y pequeñas empresas. (Figuroa, Góngora, & García, 2020) (p.205).

En México, el estudio de la micro, pequeñas empresas y medianas empresas y en los demás países de América Latina, debe constituir una actividad obligada, de carácter permanente, esto es debido a varios factores de complejidad se lo vuelven sumamente interesantes, como por ejemplo la cantidad de organizaciones que representan constituye la gran mayoría de las pequeñas organizaciones privadas que habitan la región, se calcula que en términos generales el 99.5% de las empresas en Latinoamérica son micro y pequeñas, y que proveen de más de 60% del empleo formal; en México aproximadamente cinco millones de empresas que existen el 99.8% son precisamente MIPYMES y aportan más de 70% del empleo formal y el informal lo atienden en su gran mayoría pequeñas organizaciones. Se puede observar que ahí se estima la gestión de lo económico político y cultural, creando y recreando su realidad. (Beltrán, Gómez, & Sansores, 2020).

En España, las micro y pequeñas empresas manifiestan que el plan estratégico es una de las herramientas más utilizadas dentro de los negocios, porque surgió a mediados del siglo xx, esta herramienta al pasar del tiempo ha ido mejorando que han resaltado la herramienta estratégica para una buena gestión. Este se plasma dentro del plan estratégico y así señalar los pasos para alcanzar nuestra visión, donde convertimos planes en acciones para lograr las metas, objetivos y obtener un resultado favorable (Figuroa Morán, y otros, 2017) (p. 24).

En Colombia, las micro y pequeñas empresas tienen problema de gestión de calidad y planeamiento estratégico porque no analizan las fuentes de crédito privado disponibles para las microempresas con el cual reemplazará los enfoques epistemológicos para lograr el

objetivo (Logreira, 2017).

En el ámbito nacional Perú (Chimbote) las micro y pequeñas empresas es una fuente económica de vital importancia dentro de la estructura productiva del país, estas unidades económicas son portadores del producto bruto interno (PBI). Los problemas que presentan en las micro y pequeñas empresas es la gestión de calidad y planeamiento estratégico es por la falta de conocimiento, por ello es necesario especializarse en tema de la innovación y mejorar la gestión de calidad para el crecimiento de la empresa. Por ello se sugiere elaborar un plan estratégico porque es una herramienta de análisis de gestión y así será más fácil identificar su visión, misión e innovar continuamente, obteniendo como resultado al público objetivo y posicionándose en el mercado. (Balcázar, 2017).

En el Perú El desenvolvimiento de las actividades económicas en el país se sustenta, en gran parte, en las condiciones que enfrentan todas las unidades productivas que componen el tejido empresarial. En el Perú las micro y pequeñas empresas han sido impactadas en gran medida por la crisis económica generada por la COVID-19 en 2020. Esta situación no solo invita a revisar el panorama que esta crisis dejó para las Mypes, sino también cómo impactó en la generación de capacidades formales de los empresarios y en su competitividad. A pesar de la crisis económica, resalta analizar la informalidad de las Mypes y la gestión de calidad, ya que un aumento en ella, puede ser causada por la reducción de la productividad de las empresas, lo que impacta en las condiciones laborales. (ComexPerú, 2021).

En Lima las micro y pequeñas empresas tienen como problema determinar los factores internos y externos es decir les falta una buena gestión de calidad y planeamiento estratégico que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en lima metropolitana, durante el año 2019, dado que las Mypes representan el 92.7% de totalidad de las empresas en el Perú y un gran porcentaje se encuentra en la zona geográfica de estudio; por lo tanto, tiene un impacto significativo en su economía pero en cuanto a los

factores internos tienen problemas como la baja productividad del personal y recursos económicos. (Barboza & Huaman, 2020).

En el ámbito local en el distrito de Huánuco donde se desarrolló el trabajo de investigación, la microempresa Hotel Kiswar se encuentra ubicado en jirón Huánuco 613 del rubro servicio, los cuales tiene problemas de gestión de calidad y planeamiento estratégico debido a que los clientes se sienten insatisfechos con el servicio brindado, además no atienden las necesidades del consumidor por falta de comunicación con los individuos porque esto se debe a la falta de conocimiento del empresario y el personal de la empresa ya que ellos no están capacitados para el puesto de trabajo que se desempeña.

Por lo anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿La mejora de la gestión de calidad y planeamiento estratégico dentro de la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021?

Para dar respuesta a la pregunta de la investigación se planteó el siguiente objetivo general:

- Determinar si la mejora de gestión de calidad y planeamiento estratégico permite un funcionamiento óptimo dentro de la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

Analizar las características de satisfacción al cliente en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Determinar las características de liderazgo en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Determinar las características de la planeación en la Microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Definir las características de la competitividad en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y planeamiento estratégico en la empresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Esta investigación se justifica porque determinó las principales características de gestión de calidad y planeamiento estratégico de la microempresa Hotel Kiswar. Además,

esta investigación tiene como importancia mejorar la rentabilidad de la empresa y no genera ningún impacto negativo en la empresa Hotel Kiswar por lo contrario genera conciencia y ofrece oportunidades y perfecciona su funcionamiento para cumplir sus objetivos de las microempresas. También es beneficioso para todo su entorno porque se aplicó teniendo en cuenta las principales necesidades de la microempresa Hotel Kiswar. En general el presente estudio permitió conocer aspectos teóricos de gestión de calidad y planeamiento estratégico que se desarrolló en la microempresa Hotel Kiswar para poder lograr su crecimiento y estabilidad en el mercado, de la misma manera se climatico a la constante demanda de los cambios e innovación, para que la microempresa sea realmente eficiente y alcance los objetivos propuestos, mejorando el desempeño de los colaboradores y así satisfacer, en su totalidad a los consumidores. Además, se justifica porque permitió al administrador de la empresa aplicar las actividades de gestión de calidad y planeamiento estratégico ya que al brindar información acerca de gestión de calidad se logró productividad en la microempresa por medio de los objetivos, la misión y visión, así mismo se logró el éxito. Por último, se justifica porque se benefició la microempresa ya que la información proporcionó conocimientos sobre gestión de calidad y planeamiento estratégico, para la implementación de las mismas se genera mejoras en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, facilitando la toma de decisiones estratégicas adecuadas para el futuro de la organización. Como punto final se justifica porque mediante este plan se realizó futuras bases para investigaciones sobre gestión de calidad y planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar del distrito de Huánuco.

La investigación fue de diseño, no experimental – transversal – descriptivo de propuesta. Para el recojo de la información se utilizó una población de 6 trabajadores de la microempresa hotel Kiswar, a quienes se le aplicó un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 50 % de los trabajadores manifestaron que a veces realizan nuevas estrategias en la empresa. El 33%

de los trabajadores manifestaron que siempre el administrador decide mejorar las habitaciones. El 33% de los trabajadores manifestaron que casi siempre el administrador decide mejorar las habitaciones. El 50% de los trabajadores manifestaron que siempre trabajan en equipo. El 83% de los trabajadores manifestaron que siempre brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes. El 50% de los trabajadores manifestaron que siempre se organizan para una mejor atención. El 50% de los trabajadores manifestaron que nunca recibieron capacitación. El 67% de los trabajadores manifestaron que nunca los trabajadores se sienten satisfecho con el salario. El 67% de los trabajadores manifestaron que siempre los trabajadores son productivos. El 67 % de los trabajadores manifestaron que casi siempre el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión. El 33% de los trabajadores mencionaron que casi siempre el administrador plantea mejoras en sus habitaciones. El 100% de los trabajadores manifestaron que siempre la administración es importante dentro de la empresa. El 50 % de los trabajadores mencionaron que siempre brindan un servicio de calidad a los clientes. El 33% de los trabajadores manifestaron que siempre realizan propuestas para ofrecen un servicio de calidad. El 83% de los trabajadores mencionaron que siempre es importante la limpieza en la empresa. El 50% de los trabajadores indicaron que siempre aportan como trabajador a la economía. El 83% de los trabajadores manifestaron que siempre brindan información a los clientes sobre la tecnología. El 100% de los trabajadores encuestados mencionaron que siempre la tecnología es importante para la empresa. El 33% de los trabajadores manifestaron que siempre realizan propuestas para ofrecer un valor agregado. El 50% de los trabajadores manifestaron que nunca realizar cambios innovadores para mejorar las habitaciones. La investigación concluye que: La totalidad de los trabajadores no tienen conocimiento de la gestión de calidad y de planeamiento estratégico por lo tanto se utilizó técnicas y herramientas para dar a conocer las estrategias y así plantear su ejecución para mejorar su gestión y solucionar los problemas que tiene la microempresa Hotel Kiswar.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

Antecedentes

Antecedentes internacionales

Variable 1. Gestión de calidad

Según afirma Condori (2018) en su investigación *Diseño del sistema integrado de Gestión de Calidad en el laboratorio central de la administradora boliviana de carreteras (ABC)*. Tuvo como objetivo general: Diseñar un modelo de Gestión Integrado de Calidad bajo los requisitos ISO/IEC 17025:2005 e ISO 9001:2015, en el Laboratorio Central de la Administradora Boliviana de Carreteras (ABC). La investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental - transversal. Se utilizó una población de 20 colaboradores, la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado de 12 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: Menos de 40 % el sistema global con respecto al modelo de gestión no se cumple, se cumple en aspectos parciales o tiene una fidelidad muy baja con las actividades realmente realizadas, y deben tomarse medidas correctoras urgentes y globales para implantar un sistema de gestión eficaz entre 40 y 60 % el sistema global se cumple, pero con deficiencias en cuanto a documentación o a la continuidad sistemática de su cumplimiento, o tiene una fidelidad deficiente con las actividades realmente realizadas. Se deberán solucionar las deficiencias urgentemente, para que el sistema sea eficaz. Entre 60 y 85 % el sistema global se cumple, pero con leves deficiencias en cuanto a documentación o a la continuidad sistemática de su cumplimiento, o respecto a la fidelidad con las actividades realmente realizadas. Se deberán solucionar las deficiencias a corto plazo, para que el sistema no deje de ser eficaz. Su tendencia hacia la gestión del sistema es muy positiva. Más de 85 % el sistema de gestión de la organización gestiona de acuerdo con la aplicación de las normas el análisis del costo de la implementación del sistema de

gestión de calidad se realizó para un periodo de un año, dentro del cual se presupuestó para la capacitación, Auditorías internas, Calibración y mantenimiento de equipos, mejora continua y papelería, capacitaciones que ofrece el IBMETRO como interpretación de la norma ISO 17020, sistema de gestión de inspección, incertidumbre de mediciones, muestreo, trazabilidad, la mejora continua debe estar presente día a día en el laboratorio, costo del ciclo de un proceso de acreditación del laboratorio central – ABC para la acreditación de 4 ensayos, incremento de la confianza y fidelidad de los clientes, al incrementar la confianza de los clientes ellos preferirán el servicio teniendo como resultado el incremento de ingresos.

Según afirma Alvarado (2020) en su investigación *Análisis de la Calidad de los servicios del hotel sol de oriente para el diseño de un Plan de Gestión de Calidad*. Tuvo como objetivo general: Elaborar un plan de gestión de calidad para mejorar los servicios ofertados por el Hotel “Sol de Oriente”, así como el turismo en la ciudad. La investigación corresponde a un estudio de diseño no experimental - transversal. Se utilizó una población de 2930 wespeds, la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado de 7 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: se observa que todos coinciden califican como ineficiente la planificación y gestión administrativa estratégica que orienta las actividades del Hotel Sol de Oriente ósea 100%, de la encuesta realizada a los colaboradores el 75% manifiesta que medianamente cuenta con todas las herramientas e instrumentos que le permitan efectuar de buena forma su trabajo, Al momento de la encuesta todos los colaboradores afirman que sí existen manuales y procedimientos en los que se detalle específicamente las tareas a efectuar por cada empleado. Por lo que se considera una fortaleza de alto impacto para la empresa, sobre su acuerdo con las formas de trabajar en la empresa, de los 8 encuestados, el 100% expresó que sí, reciben capacitaciones para actualizar sus conocimientos, de los 8 encuestados, 100% afirma que casi nunca. Los resultados expresados en la figura, permiten establecer que los procesos de capacitación

para los empleados del hotel son discontinuados, si existen procesos de motivación y recompensa, de los 4 encuestados, el 100% manifiesta que no. Los datos expresados en la tabla, permiten evidenciar que no se aplican procesos de motivación y recompensa para premiar el esfuerzo de los empleados que rinden más allá de las expectativas, si se han ejecutado procesos de medición de la calidad del servicio brindado, de los 8 encuestados, el 100% afirmó que no. Los datos expuestos en la tabla, permiten establecer que no se aplican procesos continuos que permitan medir la percepción de la calidad de los servicios brindados por el hotel a sus usuarios, se observa que casi todas las respuestas analizadas en esta dimensión tuvieron aspectos negativos. Esta circunstancia conmina a los gerentes del hotel objeto de estudio a implementar acciones de mejora en las instalaciones físicas, mobiliarios y dotación tecnológica, de manera que les permita prestarles un mejor confort a los huéspedes. De acuerdo al diagnóstico inicial se pudo observar que inicialmente el laboratorio no cumple con la mayoría de los requisitos de las Normas ISO 9001:2015 y la ISO/IEC 17025:2005.

Según indica Lucero (2020) en su investigación *Gestión de calidad en micro y pequeñas empresas de servicio automotriz ecuatoriano*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características administrativas del modelo de gestión de calidad utilizado en MYPES automotrices en el norte de Quito. La investigación fue exploratorio-descriptivo. Se encuestó a los administradores o dueños de las empresas, el cuestionario estructurado es de 8 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: A partir de la información de las entrevistas, se realizó el análisis de contenido considerando los requisitos principales en cada proceso. Se identificaron y categorizaron las frases más relevantes que reflejaban prácticas o comportamientos similares; a manera de ejemplo, en relación a políticas de calidad, en la microempresa 6 se reconoce que “ha faltado plasmar las políticas de calidad en documentación debido a que la empresa empezó de cero”. En relación a conocimiento o aplicación de un SGC, en la pequeña empresa 1 se

afirma: “La empresa se maneja con estándares de calidad de precios y menores desperdicios. No aplicamos un SGC determinado debido a que demanda costos y nos representaría como costo indirecto para nuestros clientes”. En la figura 1 se presentan los resultados cuantitativos de las entrevistas realizadas a los talleres; es decir, se especifica el porcentaje de las respuestas en función al cumplimiento, no cumplimiento o cumplimiento parcial, con respecto a los requisitos principales de la ISO 9001:2015, con base en las entrevistas a profundidad, se identificaron las fortalezas y debilidades más relevantes, las mismas que se presentan en las tablas 3, 4 y 5 siguientes. Se lo hace así por considerar que este formato facilita que el lector tenga una mejor idea de lo que sucede en el sector estudiado, conviene indicar que las microempresas entrevistadas tienen uno o máximo dos personas en puestos administrativos y en promedio 6 operarios, las pequeñas empresas tienen en promedio 2,5 cargos administrativos y 11 operarios, en el proceso de Gestionar los recursos, las empresas estudiadas cumplen parcialmente los requisitos de la normativa; si bien hay preocupación por atender al cliente, son débiles en el manejo de recursos humanos, en contar con infraestructura específica e incluso en el control de proveedores. Esto se debe a que principalmente esta gestión está centralizada en una sola persona que normalmente es el jefe de taller.

Variable 2. Planeamiento estratégico

Según afirma Peñafiel, Pibaque, & Pin(2019) en su investigación *Importancia de la Planificación estratégica para las pequeñas y medianas empresas (PYMES)* tuvo como objetivo general: Elaborar estrategia para fortalecer la organización y llevar en marcha los procesos que adquiere dicha planificación, la investigación se aplicó el método bibliográfico para el desarrollo del artículo. Se utilizó una población del sector pequeñas y medianas empresas el cuestionario estructurado es de 11 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: En un estudio realizado

sobre la estructura de las Pymes en la economía ecuatoriana se demostró que según el catastro de Ruc de Servicio de Renta Internas para el año 2016 existe 32.899 Pymes de estas el 33% pertenece al sector del comercio al por mayor y menor, el 17% a servicios diversos, el 10% al sector de industrias manufactureras, el 9% al sector de construcción, el sector de transporte abarca el 6% y el resto de actividades ocupan el 25%. En este mismo contexto el autor hace mención que las Pymes dinamizan la economía y generan empleo en un 63% del total de los ingresos de la economía del país. Además, que la contribución de generación de empleo se realiza dependiendo del tamaño de la empresa es así que el 24% representa a las microempresas, el 21% a las pequeñas empresas, el 18% a las medianas empresas, y el restante 37% a las grandes empresas. La globalización ha tenido un impacto hacia la economía y en el mundo ya que ha transformado las pequeñas y medianas industrias a grandes empresas a través de la tecnología y su esfuerzo día a día ya que se propusieron metas y las alcanzaron. La rigidez del régimen regulatorio, generalmente diseñado para grandes empresas, lo cual implica poca flexibilidad y altos costos de transacción para las Pymes. Además de ello acceso limitado a préstamos a largo plazos por eso tendría inconvenientes al momento de querer crecer y no tener fuentes de financiamiento.

Según afirma Gómez (2020) en su investigación *Plan Estratégico para la Exportación de tomate de árbol cultivados en Santa rosa de Osos Antioquia*. Tuvo como objetivo general: Diseñar un plan estratégico en la empresa HUNSA EXPORT para la exportación de Tomate de Árbol cultivados en Santa Rosa de Osos Antioquia. Este estudio de investigación la metodología tomada como referencia es de tipo propositivo. Se utilizó una población de 6 localidades, el cuestionario estructurado es de 7 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: dando la certeza de que el tomate de árbol se produce en cualquier tiempo del año y con disponibilidad al mercado permanente, las exportaciones de Tomate de árbol en el 2019, totalizaron USD 1,339.037 millones, con un incremento significativo en sus exportaciones comparado con el año 2018

cuando sumaron USD1,029.332 millones. Durante los últimos tres años la variación promedio anual de las ventas externas fue del 30%, el principal país destino de las exportaciones de tomate de árbol fue Países bajos con una participación del 37,1% lo que equivale a USD 494.912, seguido por Alemania con un porcentaje de participación del 14,2% equivalente a USD 188.867 Y el tercer país fue Francia teniendo participación del 14,1% con un valor de 188.029. (Exportación frutas exóticas Colombia, 2015), referente a los precios de exportación del tomate de árbol, se tiene una variación aproximadamente del 20% con respecto al precio del tomate de árbol en Kilogramo. Siendo Italia el país más alto en vender esta fruta por precio de 9,9 USD el Kilo, Holanda con 8,9 USD, España 8,3 USD y Colombia con un precio de 6,8 USD Kg. Para simplificar el análisis se tomó en cuenta que Colombia está liderando en precios el mercado internacional, el tomate de árbol cosechado debe cumplir con ciertos estándares requeridos por el importador, en el caso de la exportación del tomate de árbol, por lo general se exige un grado de madurez del 75%, un grado de color tipo 5, 19% se aplica a todos los bienes o servicio que no se benefician de tasas reducidas. El consumidor alemán recibirá con gran aceptación el ingreso del tomate de árbol a su mercado, ya que por sus beneficios saludables el producto se ajusta a los estándares requeridos de consumo.

Según Guerrero (2020) en su investigación *Diseño de un Plan Estratégico de movilidad para el Programa de Economía de la Universidad de Pamplona*. Tuvo como objetivo general: Diseñar un Plan Estratégico de Movilidad para el Programa de Economía de la Universidad de Pamplona. La investigación se sitúa en un enfoque mixto, teniendo en cuenta que se realizará recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos que permitirán hacer inferencias producto de la información recolectada. Se utilizó una población de 360 estudiantes, el cuestionario estructurado es de 14 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: En primer lugar y como se observa en la gráfica 5, se identifica como fortaleza el reconocimiento que

evidencia el 46.8% de los estudiantes como “muy importante” con respecto a la relevancia de la movilidad académica para su formación profesional, este reconocimiento se complementa además con el resultado obtenido del 39.4% quienes reconocen que este tipo de procesos son “importantes”, lo que genera la oportunidad de organizar un plan de movilidad que permita cubrir las necesidades que los estudiantes han expresado, el cual dista del 14.2% de los estudiantes que consideran que este tipo de estrategias son moderadamente importantes o de poca importancia, de otra parte, el sondeo permitió identificar la necesidad de fijar una destinación presupuestal o bien una fuente de financiación o auxilio económico para que los estudiantes puedan participar de los procesos de movilidad toda vez que el 54% de los estudiantes manifestó que es el aspecto presupuestal la principal limitante para aplicar a procesos de movilidad, de las 5 preguntas diseñadas para los docentes, se logró identificar que para el 50% del total de los 18 que respondieron el sondeo, es muy importante aplicar a procesos de movilidad académica para el desarrollo de su profesión, sumado a esto, el otro 50% de los encuestados estos procesos son importantes en un 27,7%, moderadamente importante para un 16.7% y de poca importancia para el 5,6% restante. El consumidor alemán recibirá con gran aceptación el ingreso del tomate de árbol a su mercado, ya que por sus beneficios saludables el producto se ajusta a los estándares requeridos de consumo. La revisión que se realizó de las Universidades colombianas que cuentan con programa de Economía permitió orientar el proceso de diseño de instrumentos que se aplicó a la comunidad académica del programa de Economía de la Universidad de Pamplona pues con base en los hallazgos del diario de campo se pudo categorizar los tipos de movilidad más frecuentes entre estudiantes y docentes, así como los destinos de estos procesos.

Antecedentes nacionales

Variable 1. Gestión de calidad

Según afirma Napan (2020) en su investigación *Propuesta de mejora del Marketing mix para la Gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, caso: empresa de servicios generales R.F.R. S.A., san Vicente de cañete, 2019*. Tuvo como objetivo general: Identificar las características del marketing mix para la mejora de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio, rubro Hoteles, caso: Empresa de Servicios Generales R.F.R. S.A., San Vicente de Cañete, 2019. La investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental - transversal. Se utilizó una población de 24 colaboradores, el cuestionario estructurado es de 20 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Se puede observar que el 88% está de acuerdo con que la empresa logra satisfacer a los clientes, se puede observar que el 50% está de acuerdo con respecto a lograr beneficios con los proveedores, se puede observar que el 67% está ni de acuerdo y en desacuerdo con respecto a las oportunidades de desarrollo, se puede observar que el 67% está de acuerdo con respecto a la evaluación de riesgos en los procesos, un 29% está totalmente de acuerdo, se puede observar que el 77% está de acuerdo con que la empresa le brinda oportunidad para liderar, se puede observar que el 54% está de acuerdo con respecto a la mejora de sistemas según medición y evaluación, se puede observar que el 74% está de acuerdo con respecto al análisis de la información para la toma de decisiones, se puede observar que el 71% está de acuerdo con respecto a la mejora continua de productos, procesos y sistemas, se puede observar que el 92% está de acuerdo con recibir información de atributos y beneficios en el establecimiento, se puede observar que el 92% está de acuerdo con recomendar el servicio recibido, se puede observar que el 67% está de acuerdo con los precios establecidos por zonas, se puede observar que el 71% está de acuerdo con las promociones y descuento por pronto pago, un 17% está totalmente de acuerdo, se puede observar que el 63% está de acuerdo con que la ubicación es accesible a lugares turísticos, un 29% está totalmente de acuerdo, se puede observar que el 67% está de acuerdo con la

división por zonas o categorías, un 25% ni de acuerdo ni desacuerdo, se puede observar que el 71% está de acuerdo con los convenios turísticos idóneas, un 25% está totalmente de acuerdo, se puede observar que el 67% está de acuerdo con la publicidad de promociones a través de redes sociales, se puede observar que el 54% está de acuerdo con las competencias desarrolladas en el sistema de servicio, se puede observar que el 75% está de acuerdo con que se brinde un reconocimiento al personal, se puede observar que el 92% está de acuerdo con que los procedimientos son eficientes para su instalación, se puede observar que el 96% está de acuerdo con que las vías de acceso son apropiadas para clientes, se puede observar que el 71% está totalmente de acuerdo con la importancia del aspecto de la empresa en redes sociales. De acuerdo al objetivo general, se identificó los factores relevantes del marketing mix para la mejora de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio, rubro Hoteles, caso: Empresa de Servicios Generales R.F.R. S.A., San Vicente de Cañete, 2019. Los cuales son: Publicidad, Promover convenios turísticos, capacitación al personal, realizar encuestas de satisfacción, plantear protocolo de atención al cliente.

Según afirma Herrera (2020) en su investigación *Caracterización de la Gestión de calidad en Atención al cliente y Plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro de hoteles en la zona céntrica de la ciudad de Tacna, año 2018*. Tuvo como objetivo general. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro de hoteles en la zona céntrica de la ciudad de Tacna, año 2018. La investigación de tipo cuantitativo y de diseño no experimental - transversal. Se utilizó una población de 57 hoteles categorizados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020), el cuestionario estructurado es de 4 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Los representantes de los diferentes hoteles categorizados como MYPE, tienen entre 31 y 56 años en su mayoría, como lo demuestra 68%, distribuidos entre hombres y mujeres, una característica interesante de los hoteles categorizados como MYPE,

es que el 83% llevan más de 7 años en el mercado, de manera general, los resultados fueron positivos, donde la mínima valoración de las dimensiones fue del 89% y la máxima valoración fue del 94%, dentro de cada dimensión evaluada, se observó la existencia de indicadores de menor valoración, los cuales serán el foco de atención del plan de mejora desarrollado, cabe mencionar que el rubro hotelería en la ciudad de Tacna, departamento Tacna lleva establecida ya hace muchos años, incrementándose más aun en las últimas décadas debido a que la ciudad de Tacna se encuentra en una zona de frontera tiene una masiva concurrencia sobre todo del vecino país de Chile siendo unos de los clientes más frecuentes. Como principales ejes económicos en la ciudad de Tacna tenemos el comercio, restaurantes, salud, ópticas, turismo y entre ellos el rubro hotelería; por todo lo mencionado que el rubro en estudio ha demostrado resultados óptimos, varias de ellas aun no logran consolidarse y por consecuencia no logran sobresalir debido a las falencias ya mencionadas en el estudio realizado. La mayoría, de acuerdo a los objetivos planteados, se concluye satisfactoriamente que las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro de hoteles en la zona céntrica de la ciudad de Tacna, representan características positivas, tienen entre 31 a 56 años de edad, no hay muchas diferencias entre hombres y mujeres, son casados y convivientes, tienen educación superior universitaria tienen el grado de instrucción superior universitario y llevan a cargo de la empresa entre 0 y 7 años.

Como afirma Suárez (2021) en su investigación *Gestión de calidad y Satisfacción al cliente en las Mypes rubro hoteles en el centro de Piura av. Loreto año 2021*. Tuvo como objetivo general. Determinar las características de la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las MYPE rubro hoteles en el centro de Piura, Av. Loreto año 2021. La investigación fue de enfoque cuantitativo, ya que la información se representará de forma numérica y en porcentajes usando técnicas e instrumentos de la estadística. Se utilizó una población 3 propietarios y 11 trabajadores, constituyéndose una población finita, dato obtenido de las

MYPE bajo estudio, el cuestionario estructurado es de 5 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado, obteniendo los siguientes resultados: se observa que el 100% de trabajadores se enfocan primero en el bienestar de brindar un buen servicio al cliente, la atención que brindan es la adecuada para una mejor experiencia del cliente, además los colaboradores están comprometidos con la calidad de brindar un buen servicio, se observa que el 95% de los trabajadores si se esmeran en brindar un servicio satisfactorio, además los trabajadores si brindan un buen servicio, se observa que el 100% de propietarios afirma que el liderazgo se ve reflejado en cada una de los trabajadores por la forma de la atención, se observa que el 95% clientes si debe mejorar en la calidad de servicio para cumplir con sus expectativas, se observa que el 100% de clientes afirma que un buen servicio hace más competente a la MYPE de otras. Los principios de gestión de calidad rubro hoteles Av. Loreto centro de Piura están dadas por: enfoque al cliente, compromiso de la persona, enfoque de procesos, toma de decisiones; ya que en su totalidad los trabajadores se enfocan primero en el bienestar de brindar un buen servicio al cliente, además casi en su totalidad considera que la toma de decisiones influye en la prestación del servicio por parte de los clientes, además más de la mitad afirmo que las mejoras continuas que se aplican no son las adecuadas. Para ello se recomienda mejorar y crear nuevas estrategias.

Variable 2. Planeamiento estratégico

Según Calle (2018) en su investigación *Caracterización de la Gestión de calidad y el Planeamiento estratégico en las Mypes hoteleras del centro de Piura en el año 2018*. Tuvo como objetivo general. Estudiar la Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en las empresas MYPES hoteleras realizado en Piura. El tipo de diseño que se aplicara en esta investigación es no experimental, la población está conformada por 11 propietarios de las MYPES hoteleras, constituyéndose una población finita, se utilizó una población de 24

colaboradores, el cuestionario estructurado es de 28 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: se observa que el total del 100 % de los encuestados si consideran que es importante la gestión de calidad en las empresa, se observa que el 95% de los encuestados si aplican calidad en los productos y servicios de su empresa, a, se observa que el 30 % de los encuestados indicaron que es buena su capacidad, se observa que el 28% de los encuestados si cumple en su empresa con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes haciendo uso de los parámetros de calidad, se observa que el 35% de los encuestados desarrolla sistemas de gestión de calidad en recursos, se observa que el 42% de los encuestados considera que el factor fundamental en una empresa es la atención personalizada, el 32% de los encuestados consideran precios bajos y accesibles, se observa que el 91% de encuestados si consideran conveniente mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad, se observa que el 28% de los encuestados considera que la jerarquía de funciones permite el logro de objetivos en la organización, se observa que el 51% de encuestados indicaron que si planifican sus actividades que le permiten logran los objetivos, se observa que el 67% de los encuestados señalan que la empresa donde labora si emplean recursos de calidad, se observa que el 28% de los encuestados señala que si se encuestan identificada con los procesos para transformar, se observa que el 23% de los encuestados respondieron que los procedimientos que llevan a cabo para realizar productos o servicios si siguen parámetros de calidad, se observa que el 12% de los encuestados siempre desarrolla procesos de planear, controlar y mejora, se observa que el 19% de los encuestados respondió mala atención, se observa que el 36% de los encuestados conocen las funciones de la planeación estratégica, se observa que el 36% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que la planificación estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos estratégicos, se observa que el 45% de los encuestados si han elaborados planes y estrategias en la ejecución de un plan estratégico en su empresa, se observa que el 36% de los encuestados señalan que

su personal poco se encuentra identificado con la misión y visión que ha definido la empresa, se observa que el 45% de los encuestados analiza la situación de la empresa con mucha frecuencia para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos, se observa que el 73% de los encuestados si consideran que la planeación estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad en su empresa, se observa que el 55% de los encuestados respondieron que si consideran importante el velar por la estructura de la empresa en la planeación, se observa que el 64% de los encuestados si evalúa las fortalezas y debilidades que se detectan en el entorno de la organización, se observa que el 73% de los encuestados si han detectado las fortalezas y oportunidades que hay en el entorno de la organización, se observa que el 64% de los encuestados si contrarrestan debilidades y amenazas para subsistir, se observa que el 18% de los encuestados analiza debilidades y oportunidades con mucha frecuencia que se dan en el entorno de la organización, denominada logro de objetivos estratégicos en cuanto al trabajo en conjunto y la relación de todas las áreas de la organización para alcanzarlos, se observa que el 55% de los encuestados respondieron que sí, se observa que el 36% de los encuestados poco llegan a cumplir los objetivos con las estrategias que emplean, se observa que el 73% de los encuestados si tienen una estrategia de venta clara y definida. Con relación al primer objetivo específico, se determinó la importancia de la gestión de calidad en las MYPES hoteleras del centro de Piura, año 2018, mostrándose en su totalidad que brinda la capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia siendo esta la opinión recogida por los trabajadores

Según Glicerio (2018) su investigación *Gestión de calidad con el uso del Planeamiento Estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro agencias de viaje y guías turísticos, Huaraz, 2017*. Tuvo como objetivo general. Describir las principales características de las gestiones de calidad con el uso planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro agencias de viaje y guías turísticos de la ciudad de Huaraz, 2017. El diseño fue no experimental- transversal, porque no se manipulo

deliberadamente la variable o no se realizó ninguna intervención a la realidad, la población está conformada por 95 administradores y/o propietarios de las micro y pequeñas empresas de las agencias de viaje y guías turísticas de la ciudad de Huaraz, el cuestionario estructurado es de 25 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información obteniendo los siguientes resultados: En relación a la edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro agencias de viaje y guías turístico de la ciudad de Huaraz, se muestra que el 40,00% tiene más de 56 años, en cuanto al sexo de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro agencias de viaje y guías turístico de la ciudad de Huaraz se observa que el 74,3% son masculino, en razón a la profesión u capacitación de los representantes de las MYPES del sector servicio rubro agencias de viaje y guías turísticos se observa que el 51,4% tienen como profesión u ocupación la de profesor u otras ocupaciones, en relación a la experiencia de los representantes, se muestra que el 48,6% tiene más de 6 años de experiencia en manejo de micro y pequeñas empresas, con lo que respecta a los años en las que se dedica a esta actividad la empresa se observa que el 71,4% tiene más de 3 años, dedicados a esta actividad, lo que corresponde al número de trabajadores con las que cuenta las micro y pequeñas empresas, los representantes muestran que el 54,3% cuentan de 1 a 5 trabajadores, con relación al diseño de objetivos para una gestión de calidad se advierte que el 37,14% de los representantes indica que casi siempre la empresa tiene diseñada los objetivos para una gestión de calidad, referente a la asignación de recursos para implementar los planes trazados, se observa en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro agencia de viaje y guías turísticos, el 48,6% casi siempre asigna recursos para implantar los planes trazados, Con respecto al manejo de procedimientos para una gestión de calidad, se muestra en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro agencias de viaje y guías turísticos, el 40,00% señala que regularmente se manejan procedimientos para una gestión de calidad, concerniente a la formulación e implementación de planes de mejora en la

gestión de calidad, se advierte que el 42,86% de los representantes señala que casi siempre formulan y se implementan planes de mejora, en cuanto a la instauración de las acciones implementadas, se muestra que el 45,71% casi siempre instaure las acciones implementadas, en razón a medir el nivel de eficiencia de las acciones implementadas se observa que el 42,86% casi siempre mide el nivel de eficiencia de las acciones implementadas, en cuanto a comprobar el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas, los representantes señalan que el 48,57% regularmente comprueba el cumplimiento de los objetivos planteados, respecto a la evaluación de los objetivos y procesos proyectados se manifiesta que el 54,29% de las MYPES del sector servicio rubro agencias de viaje y guías turísticos regularmente realiza evaluaciones a los objetivos y procesos proyectados, referente a establecer acciones correctivas en los procesos y acciones, se manifiestan que el 42,86% regularmente establece acciones correctivas en los procesos y acciones, con relación, si establecen y revisan la misión y visión se observa que el 28,57% regularmente establece y revisa periódicamente la misión y visión, con respecto al análisis FODA para desarrollar el plan estratégico se muestra que el 28,57% nunca realiza análisis FODA, en cuanto a los objetivos a largo plazo los representantes refieren que el 22,86% regularmente cuenta con objetivos a largo plazo, respecto si se establecen estrategias se observa que el 51,43% indica que regularmente realiza un análisis y establece estrategias, referente a si cuenta con objetivos anuales tomando en cuenta el plan estratégico, el 42,86% de los representantes indica que a veces cuenta con objetivos anuales, en relación a las políticas en las que se orienta la empresa los representantes manifiesta que el 34,29% regularmente dispone de políticas en las que se orienta la empresa, en cuanto a la asignación de recurso el 40,00% de representantes señala que casi siempre asignan recursos en la implementación de la estrategia, en razón a la evaluación de la efectividad del análisis FODA en la planificación se muestra que el 45,71% establece mecanismos en la empresa para evaluar la efectividad del análisis FODA en la planificación, con respecto a los procedimientos para

analizar y ajustar la coherencia entre las metas y los resultados se puede observar que el 40,00% regularmente establecen procedimientos para analizar y ajustar la coherencia entre las metas y los resultados obtenidos, En cuanto a las acciones correctivas de la estrategia se evidencia que el 40,00% que a veces realizan acciones correctivas en las estrategias después de la evaluación 72. Las empresas del rubro agencias de viaje y guías turísticos, realizan una gestión de calidad inadecuado cumpliendo solo con algunos aspectos, con un conocimiento y manejo deficiente del planeamiento estratégico.

Según Pumarica (2019) en su investigación *Planeamiento Estratégico como factor relevante en la Gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019*. Tuvo como objetivo general. Determinar las principales características del Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019. El tipo de diseño que se aplicara en esta investigación es no experimental, la población está conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash 2019 el cuestionario estructurado es de 4 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: La mayoría de los representantes encuestados tienen de 51 años a más en un 50% son personas experimentadas, con conocimientos empíricos y pueden sacar adelante el negocio, el 70% de los representantes encuestados pertenecen al género masculino o. Esto nos indica que los representantes de las micro y pequeñas empresas 51 encuestadas son varones fuertes que supieron anteponerse ante la adversidad y lograron salir a delante, el 80% tiene como grado de instrucción una educación superior no universitaria ya que no estudiaron una carrera universitaria pero no por ello sintieron miedo de emprender con éxito sus empresas que hoy en día ya están posicionadas en el mercado, el 90% de los representantes están bajo el cargo

de dueños tiene como cargo el de administrador. Los representantes supervisan y se hacen cargo de sus negocios personalmente, supervisando y solucionando todos los problemas que se susciten en las empresas, el 60% de los representantes llevan en el cargo de 4 a 6 años, los representantes son personas que han podido mantener su posición en el mercado a pesar de que en los últimos años su competencia se ha incrementado dedicándose a lleno desde un inicio hasta la actualidad dedicándole el tiempo necesario para mejorar la administración en la empresa, el 60% de las micro y pequeñas empresas llevan en el mercado de 4 a 6 años, a pesar del poco capital con el que contaron al iniciar y la poca cartera de clientes, estas Mypes lograron permanecer en el mercado, y afrontar los obstáculos y nuevas empresas que se dedicaran al mismo rubro, el 90% de las empresas tienen de 1 a 5 colaboradores en el rubro aún no han logrado expandirse lo suficiente o ampliar sus locales motivos por el cual logran abastecerse con un número de personal bajo, el 60% de los colaboradores con los que trabajan la empresa no pertenecen a su círculo familiar, esto indica que los representantes de las empresas escogen a su personal, atreves de una evaluación y si cuentan con el perfil, habilidades y capacidad para asumir sus puestos y que no son familiares, el 70% del objetivo de creación de las empresas es generar ganancias de las micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias. Toda empresa se crea con el fin de obtener ingresos, por ello ante la poca oferta laboral y la difícil situación económica nacen más y más empresas para obtener una estabilidad económica, el 90% si conoce el termino de gestión de calidad es lograr que todas y cada una de las personas que son parte de la empresa hagan bien su trabajo desde un inicio hasta finaliza, el 50% usa como técnica moderna de gestión de calidad a la atención al cliente, que el planeamiento estratégico es una herramienta administrativa la cual es un proceso en el cual está involucrada toda la empresa, el aprendizaje lento en un 40% es una de las dificultades que más presentan las Mypes encuestadas con respecto a sus colaboradores al momento de implementar la gestión de calidad, el 70 % de los representantes utiliza la observación para medir el rendimiento de

sus colaboradores, el 80 % si cree que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa, el 70% tienen cierto conocimiento sobre el plan estratégico es el proceso indicado para definir y diseñar un plan que les otorga ventajas frente a su competencia directa mejorando y concretando metas y objetivos, el 80% utiliza la misión como valores o políticas definidos bien definidos, el 80% no cuenta con un plan estratégico tienen en cuenta que el término plan estratégico es importante, pero no cuentan ni crean un plan estratégico, los representantes no usan un plan estratégico porque aún no, han hecho un diagnóstico para crear uno, el 50% de las preocupaciones de la empresa se enfocan en los créditos, el 80% de las empresas no aplican el diagnóstico FODA, el 80% no aplican un plan estratégico para convertir sus debilidades y amenazas, el 80% no disminuye riesgos empresariales dado que no utiliza un plan estratégico, el 80% no ha logrado ningún beneficio dado que no utiliza un plan estratégico, el 80 % considera que el plan estratégico no es un factor relevante en la gestión de calidad, el 80% no considera que el plan estratégico es un factor relevante para medir la satisfacción de los clientes, el 80% no obtiene una mejora alguna dado que no usa un planeamiento estratégico, el 100% de los representantes encuestados no hacen uso ninguna norma de calidad para mejorar el plan estratégico. El 50% de representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito Huallanca, provincia de Huaylas, Ancash tienen entre 51 años a más, el 70% representa el género masculino, el 80% tienen un grado de instrucción superior no universitaria, el 90% de propietarios lleva en el cargo de 4 a 6 años.

Antecedentes regionales

Variable 1. Gestión de calidad

Según Geronimo (2019) en su investigación *Caracterización de la Gestión de Calidad en la MYPES sector comercio caso: Mueblería Maylin- Huánuco 2019*. Tuvo como objetivo general. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la MYPES

sector comercio caso: “Mueblería Maylin”- Huánuco 2019. Sera cuantitativo porque presenta información con datos numéricos que serán analizados bajo procesos estadísticos, la población de nuestra investigación está conformada por todas las microempresas del sector comercio, rubro: venta de muebles en el distrito de Huánuco de un total de 37. el cuestionario estructurado es de 17 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Conforme se ve los resultados en la tabla y la figura, de los 4 encuestados, que componen en mi estudio de caso , equivalen al 100%, de la muestra de estudio representa a la edad 31-50 años que promedian los colaboradores, de la muestra de estudio el 75% pertenece al género masculino, la muestra de estudio el 100% contesto que en su estado civil son convivientes, el 50% contesto tener nivel secundario, o el 100% contesto que el objetivo de creación es generar ganancia, el 100% opinan son 4 en total los colaboradores que laboran en la Mypes Mueblería Maylin, el 75% contesto ser familiares que trabajan en la Mypes , y el 25% opina que no es familiar, de la muestra de estudio el 100% opinan que nunca, el 100% opinan que siempre existe una buena comunicación entre todos los colaboradores de la empresa, el 100% opinan que siempre fabrican sus productos en base a las necesidades del cliente, el 100% opinan que nunca conocieron un proceso de calidad, el 100% opinan que siempre se supervisa el trabajo de todos los colaboradores, o el 50% opinan que siempre se reúnen para evaluar el avance de la empresa, el 100% opinan que nunca tuvieron conocimiento sobre la Gestión de Calidad, el 100% opinaron que nunca tienen charla de motivación para la mejora de la calidad, 75% opinaron que siempre realizan el seguimiento a la conformidad del cliente por su compra realizada. En relación al objetivo específico N°1 se determinó las principales características de los colaboradores de la Mypes sector comercio caso: “Mueblería Maylin”- Huánuco 2019. Lo más importante fue hallar que la mayoría son de edad representativa de 31-50, en su mayoría trabajan del género masculino; corresponden a su estado civil como conviviente y presentan un grado de instrucción de nivel secundario y superior no universitario.

Según Verastegui (2019) en su investigación *Rentabilidad y su influencia en la Gestión de calidad, en mypes de la galería super, de Huánuco, 2019*. Tuvo como objetivo general: Determinar si la rentabilidad tiene influencia significativa en la gestión de calidad, en MYPES de la galería Super de Huánuco, 2019. La investigación el tipo de investigación es No experimental. Se utilizó una población de 60 mypes, el cuestionario estructurado es de 11 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Se determina que el 65.38 % de las Mypes de la Galería Súper, realizan sus actividades, muestra que el 65.38 % de las Mypes encuestadas laboran más de 10 años, , se determina que el 67.31 % de las Mypes de la Galería Super, realizan no realizan ventas, muestra que el 63.46 % de las Mypes encuestadas no venden por internet, se determina que el 82.60 % de las Mypes de la Galería Super, obtiene rentabilidad, el 82.69 % de las Mypes encuestadas obtiene rentabilidad, se determina que el 40.38 % de las Mypes de la Galería Super, obtiene utilidades, Muestra que el 40.30 % de las Mypes encuestadas se encuentra indeciso en sus utilidades, se determina que el 36.54 % de las Mypes de la Galería Super, considera que obtiene mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas, muestra que el 44.23 % de las Mypes encuestadas definitivamente si obtienen mayor utilidad con nuevas políticas y estrategias de ventas, se determina que el 63.46 % de las Mypes de la Galería Super si considera que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos, que el 64.46 % de las Mypes encuestadas si consideran que a mayor utilidad mejora la calidad de los productos, se determina que el 90.38 % de las Mypes de la Galería Super definitivamente si realizan mejoras en la calidad de sus productos, se determina que el 69.23 % de las Mypes de la Galería Super se encuentran aceptablemente organizadas, se determina que el 34,62 % de las Mypes de la Galería Super desarrollan políticas y estrategias de ventas que son iguales a los que definitivamente si realizan, se determina que el 51.92 % de las Mypes de la Galería Super consideran que a mayor calidad de los productos mayor rentabilidad, el 65.38 % de las Mypes de la Galería Super vienen realizando actividades económicas más de 10 años,

el 34.62 % son Mypes con una antigüedad menor a 10 años, así mismo el 63.46 % de Mypes no realizan ventas por internet, esto indica que la mayoría de las Mypes de la Galería Super tienen experiencia en la actividad económica que realizan, pero no mejoran su rentabilidad utilizando las tecnologías de estos últimos años como son las ventas por internet y otros. La rentabilidad influye en la gestión de calidad, en Mypes de la Galería Super, de la ciudad de Huánuco, a razón de negativa de 9.38 % por unidad, cuando la rentabilidad se incrementa la gestión de calidad disminuye y cuando la rentabilidad disminuye se incrementa la gestión de calidad. Podemos establecer esta relación como negativa muy débil.

Según afirma Avila (2020) en su investigación *Propuesta de mejora de los procesos administrativos como factor relevante para la Gestión de la calidad de las Mypes sector servicio rubro inmobiliaria del distrito Huánuco 2020*. Tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de los procesos administrativos como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro inmobiliarias del distrito de Huánuco – 2020. La investigación fue descriptiva no – experimental. Se utilizó una población 12 inmobiliarias el cuestionario estructurado es de 16 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: El 83% de los encuestados respondieron que sus empresas no tienen un plan estratégico, el 67% de los encuestados respondieron que su empresa no tiene implementado y desarrollado su organigrama, el 67% de los encuestados respondieron que su empresa no tiene implementado y desarrollado su organigrama, el 67% de los encuestados respondieron que el organigrama no está público y no es de conocimiento de la empresa, el 100% de los encuestados respondieron que si se realiza el proceso de dirección de la empresa, el 42% de los encuestados respondieron que su empresa si se direcciona al liderazgo, el 75% de los encuestados respondieron que su empresa no se enfoca al control administrativo, el 42% de los encuestados respondieron que cuando el cliente tiene problema, la empresa si muestra un real interés en brindar la solución, el 33% de los encuestados respondieron que los

colaboradores de la empresa siempre tienen la disposición de ayudar a sus clientes, el 83% de los encuestados respondieron que los clientes si se encuentran seguros en sus transacciones con la empresa, el 42% de los encuestados respondieron que la empresa de servicios se ocupa por los mejores intereses de sus clientes, el 25% de los encuestados respondieron que su empresa de servicios si posee equipos aparentemente modernos, el 100% de los encuestados respondieron que la gestión si tienen enfoque en el cliente, el 25% de los encuestados respondieron que la empresa si conoce las necesidades de los clientes, el 50% de los encuestados respondieron que los trabajadores de la empresa si reciben algún incentivo, el 75% de los encuestados respondieron que los trabajadores de la empresa si cuentan con vacaciones al año. Al realizar los instrumentos de investigación se identificó que la situación actual de los procesos administrativos de las inmobiliarias del distrito de Huánuco es deficiente, pues la planificación, dirección, organización y control de los recursos humanos y materiales no se realizan adecuadamente, por tal motivo los empleados tienen dificultades para realizar sus labores de manera eficaz, afectando la gestión de calidad de la empresa.

Variable 2. Planeamiento estratégico.

Como afirma Ingúnza (2021) en su investigación *Planeación Estratégico institucional y la Toma de decisiones de los funcionarios en la municipalidad provincial de Huánuco 2019*. tuvo como objetivo general: Determinar de qué manera la planeación estratégica institucional se relaciona con la toma de decisiones de los funcionarios en la Municipalidad Provincial de Huánuco - 2019. Esta investigación es de tipo APLICADA, ya que utilizó antecedentes previos de situaciones similares en otras instituciones, donde se buscó alternativas de solución para una problemática similar. Se utilizó una población 46 funcionarios el cuestionario estructurado es de 13 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: que el 56.52% de los

funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco manifestaron que casi siempre consideran que la visión si engloba su propósito, que el 47.83% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco sostuvieron que siempre es favorable esta percepción, se observa en la tabla y gráfico 3 que el 73.91% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco manifestaron que casi siempre las estrategias son las más adecuadas, que el 73.91% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco manifestaron que casi siempre ha considerado la visión que engloban su propósito, se observa en la tabla y gráfico 5, que el 73.91% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco manifestaron que siempre la inversión en responsabilidad social de la MPHCO es adecuada, que el 69.57% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco sostuvieron que casi siempre se impulsan las prácticas productivas en la MPHCO que engloban su propósito, se observa en la tabla y gráfico 7, que el 56.52% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco manifestaron que siempre se brinda una gestión moderna y servicios de calidad en la MPHCO, se observa en la tabla y gráfico 8, que el 78.26% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco sostuvieron que siempre la gestión es eficiente y transparente, que el 69.57% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco aseguran que siempre Se garantizan las políticas de seguridad y en ordenamiento, se refleja en la tabla y gráfico 10; que el 60.87% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco aseguraron que siempre las políticas sobre medio ambiente son sostenibles y competitivas, que el 56.52% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco manifestaron que siempre el desarrollo local respecto a la planeación es integral, permanente y participativo, que el 69.57% de los funcionarios públicos de la Municipalidad Provincial de Huánuco afirmaron que siempre las 82 planeación de objetivos de la MPHCO está acorde a las necesidades de la población, que el 78.26% de los funcionarios públicos

de la Municipalidad Provincial de Huánuco afirmaron que siempre el análisis FODA de la MPHCO, está estructurado acorde a la realidad institucional. Habiendo concluido la investigación, podemos concluir según los resultados de las encuestas realizadas, las cuales demuestran que los métodos que hacen falta y son perjudiciales para el desempeño de las labores establecidas en la organización vienen a ser: el manejo, la realización de los planes empresariales, el establecimiento de la visión, metas, misión, objetivos y políticas empresariales, planificación funcional, realización de un diagrama de flujo y la ubicación del personal de acuerdo a sus funciones

Según Claudio (2021) en su investigación *Planeación Estratégica y su incidencia en el Cumplimiento de labores de control en la oficina del órgano de control institucional del g.r.h. – 2020*. Tuvo como objetivo general: Determinar como la planeación estratégica se relaciona con el Cumplimiento de Labores de Control en la Oficina del Órgano de Control Institucional del G.R.H. - 2020. La presente investigación es de tipo Aplicada, dado que busca ampliar y profundizar la realidad de las variables tanto independiente. Se utilizó una población 24 auditores el cuestionario estructurado es de 19 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Se puede observar que el 20% de los encuestados considera bien, que la oficina del órgano de control institucional del GRH tiene definido claramente su misión, con respecto a la pregunta si la oficina del órgano de control institucional del GRH tiene definido claramente su visión; el 80% considera que está muy bien, podemos observar que el 72.50% menciona que la oficina del órgano de control institucional del GRH tiene muy bien definido claramente sus principios y valores, se puede observar que el 50% considera que siempre la ejecución del monitoreo y seguimiento del plan se realiza considerando las acciones de desempeño esperados, se observa que el 65% considera que siempre se toma en cuenta el cumplimiento de las metas propuestas por el OCI, durante el monitoreo y seguimiento del plan, se observa que el 55% considera que siempre la revisión del plan toma en cuenta las actividades problemáticas en

la Oficina de Órgano de Control Institucional, podemos observar en el gráfico que el 60% considera que siempre los objetivos de lo planificado son realizados de manera eficiente en el tiempo y en las fechas establecidas, se puede ver en el gráfico que el 65 % manifiesta que se evalúa siempre y permanentemente el Plan Estratégico Institucional OCI, para determinar el desempeño a nivel de objetivos, se puede observar en el gráfico que el 67.50% manifiesta que siempre la gerencia al cierre de año presenta los resultados de las evaluaciones de todo el trabajo desplegado, para confirmar el logro o no de objetivos e indicadores, se observa que el 65% considera que la experiencia contribuye en realizar eficientemente las labores de control en el OCI, podemos observar que el 32.5% manifiesta que casi siempre recibe capacitaciones en cuanto a las labores de control y el cumplimiento de los objetivos, se observa que el 45 % manifiesta que conoce mucho sobre las labores de control, se observa que el 75% manifiesta que siempre los actos identificados en el informe de control siguen un correcto procesamiento de información, se observa que el 45% considera regular los ambientes donde desempeña su trabajo, se observa que el 60% considera que es bastante la carga laboral en el OCI para el cumplimiento del servicio de control, se observa que el 57.5% considera regular el número de personal asignados a la unidad de auditoría interna en el OCI, se observa que el 65% considera regular las horas asignadas para el cumplimiento de las labores de control, el 70% considera que, los equipos y materiales de trabajo asignados al OCI son regulares. Se determinó la relación de la planeación estratégica con el Cumplimiento de Labores de Control en la Oficina del Órgano de Control Institucional del Gobierno Regional Huánuco; en el cual se obtuvo los resultados al aplicar la prueba Chi-cuadrado de Pearson, el cual nos muestra el valor de significación asintótica bilateral (p valor) de 0,513, siendo este $> 0,05$; entonces, en tal sentido podemos decir que a un nivel de significancia del 5% no existe asociación, es decir no hay relación entre la planeación estratégica y el Cumplimiento de Labores de Control en la Oficina del Órgano de Control Institucional del Gobierno regional Huánuco.

Según Salazar (2017) en su investigación *Influencia de los Lineamientos Estratégicos en la Cultura Organizacional en las MYPES agroindustriales de la Provincia de Huánuco del 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar de qué manera los lineamientos estratégicos influyen en la cultura organizacional en las MYPES agroindustriales de la provincia de Huánuco 2016. La presente investigación es de tipo Aplicada, dado que busca ampliar y profundizar la realidad. Se utilizó una población 16 empresas. el cuestionario estructurado es de 17 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Cuatro empresas tuvieron el apoyo de PROMPERU, nueve de ellas recibió el apoyo de producción a través de su programa mi empresa y su dirección de Industria. Lo que describe este cuadro confirma la opinión de las empresas de que las instituciones están con el objetivo de trabajar las potencialidades que tiene el sector, el cuadro siguiente muestra que el 87.5% de estas empresas si tienen publicadas sus lineamientos estratégicos. Dos empresas entrevistadas manifestaron que no los tienen publicadas, sin embargo, ellos hicieron participe a sus trabajadores del desarrollo de su contenido, dado que se podrá corroborar en los cuadros de los ítems siguientes, se ha consultado a los empresarios si es de conocimiento de los trabajadores esta línea estratégica, ellos nos han manifestado afirmativamente en un 87.5%. Dos empresas han manifestado que no, en este punto hay que mencionar que la característica de la mayoría de empresas agroindustriales es de tipo familiar como en el Caso de Wayu, Bayas Peruanas, y de GBC, en el cuadro y gráfico siguiente se puede observar la respuesta de las empresas respecto a si incluye su propósito en la misión. 87.5% sostuvieron que si incluye el propósito, solo dos empresas sostienen que los propósitos elaborados con las 63 instituciones son muy generales en torno a las expectativas que tienen ellos, el 93.8% de las empresas sostiene que si describen los productos que ofrecen, y cada uno de ellos incluye términos como valor agregado, productos de calidad, productos de la región, productos con alto valor nutricional, El 93.8% de empresarios sostienen que su misión si incluye quienes son los clientes o

beneficiarios directos. Como en el caso de la empresa Bayas peruanas, su misión sostiene que sus clientes son empresas nacionales e internacionales, Habiéndose consultado a los empresarios si conocen su visión, el 100% de ellos sostuvieron que si conocen, todos ellos coinciden que su empresa será una unidad económica sostenible en el tiempo, y que no han constituido sus negocios como eventualidades para cubrir una necesidad, por el contrario tienen la visión de que sus negocios serán éxitos en los próximos cinco años. Este lineamiento es muy atractivo para los empresarios, el 100% de los empresarios manifestaron que la visión si describe su entorno, y todos ellos orientan sus actividades al mercado. Esto es fundamental dado que es un requisito tener su mercado claro para continuar con los programas que ofrecen las diferentes instituciones que los apoyan, se puede ver la opinión de las empresas respecto a si los empresarios agroindustriales describen como verse en los próximos 5 años el 93.8%% sostiene que su visión si incluye este aspecto, a partir de ello, se ha consultado a los empresarios si conocen o recuerdan los valores descritos en el proceso de formulación de los lineamientos estratégicos, los resultados se muestran a continuación en el que los empresarios sostienen que si recuerdan estos valores, el 12.5% de empresarios sostienen que practica el respeto, el 68.8% sostuvo que si hacen eso como estrategia para lograr objetivos, el 93.8% sostiene que, si motivan a sus trabajadores, ello en razón que les permite contar con colaboradores cuyo comportamiento sea dinámico, contribuya constantemente a la producción en el sector en el que se desempeña, la respuesta se puede visualizar en el cuadro y gráfico siguiente. Donde se muestra que el 81.3% sostiene que hay esa influencia, y el 18, 7% sostiene que no hay. Lo que se ha podido describir en esta sección es que el tipo de motivación es la extrínseca dado que los trabajadores asocian la idea los lineamientos estratégicos a sus expectativas de desarrollo como empresario, o profesional.

Antecedentes locales

Variable 1. Gestión de calidad

Según Rubina (2019) en su investigación *Gestión de calidad y su influencia en la Rentabilidad de las Mypes ferreteras en la ciudad de tingo maría - Huánuco, 2019*. Tuvo como objetivo general: Establecer como la gestión de calidad influye en la rentabilidad de las Mypes Ferreteras en la ciudad de Tingo María – Huánuco, 2019. La investigación se aplicó un diseño Cuantitativo - correlaciona. Se utilizó una población 24. El cuestionario estructurado es de 12 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Su organización trabaja en base a procedimientos establecidos, el 33.3% manifestó estar totalmente de acuerdo, en el desarrollo de su gestión, se cumplen con lo que indican los planes de negocio el 33.3% respondió estar totalmente de acuerdo, en su organización se aplican planes de mejora continua? el 16.7% respondió totalmente de acuerdo, anualmente se realizan evaluaciones de desempeño de sus colaboradores el 16.7% respondió estar de acuerdo, su organización conoce las características de su mercado objetivo el 33.3% respondió totalmente de acuerdo, el 8.3% respondió que está de acuerdo en que su organización reconoce las necesidades de su mercado objetivo, el 33.3% respondió que está en desacuerdo, es decir no tiene claro si la empresa cuenta con un plan de marketing, el 16.7% respondió medianamente de acuerdo, es decir tiene una idea de la expansión del negocio, el 33.3% respondió que está de acuerdo en la empresa brinda un valor agregado a sus clientes, el 50% respondió que está totalmente de acuerdo que una gestión de calidad ayuda a la sostenibilidad económica de la empresa, el 33.3% respondió que están totalmente de acuerdo que su organización conoce al detalle los bienes y servicios que ofrece al público, el 33.3% respondió estar medianamente de acuerdo con que la toma de decisiones en su organización se da en base a estudios de mercado. La gestión de calidad influye en la rentabilidad de las Mypes Ferreteras en la ciudad de Tingo María – Huánuco, 2019; se logró corroborar que efectivamente, existe una relación directa entre la gestión de calidad y las dimensiones de la rentabilidad de las empresas ferreteras, esto debido a que un 83.3% de los clientes encuestados respondieron

que están totalmente de acuerdo y de acuerdo con que una gestión de calidad ayuda a la sostenibilidad económica de la empresa y en cuanto a la aplicación de elementos de gestión de calidad como: la gestión de procesos, la mejora continua y el enfoque a los clientes tuvieron resultados muy positivos como se puede apreciar en los cuadros: 1,2,3,4,5 y 6 de la presente tesis.

Según afirma Rojas (2021) en su investigación *Propuesta de mejora del Proceso Administrativo para la Gestión de calidad en las Mypes, sector comercio, rubro librerías del distrito de molinos, provincia de Pachitea-Huánuco, 2021*. Tuvo como objetivo general: Proponer mejoras del proceso administrativo para la Gestión de Calidad en las MYPES, sector comercio, rubro librerías del Distrito de Molinos, Provincia de Pachitea-Huánuco 2021. La investigación es de nivel descriptivo, diseño no experimental -transversal. Se utilizó una población 5 Mypes el cuestionario estructurado es de 21 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si la empresa tiene definida la Misión, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si la empresa tiene definida la Visión, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si la empresa tiene definida su plan estratégico, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si toma en cuenta al factor humano de acuerdo a sus habilidades, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si la empresa cuenta con un organigrama y está publicado, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si en la empresa aplican un estilo de liderazgo, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si los microempresarios tienen habilidades para dirigir una empresa, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si utilizan herramientas para la toma de decisiones, para determinar si existe una persona encargada de la supervisión, se observa que del 100%, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si se aplica constantemente todo el proceso del control, se observa que, del 100% de los encuestados

para determinar si existen auditorías preventivas para garantizar la efectividad del control, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar se aplica la mejora continua, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si se realizan encuestas de satisfacción al cliente, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si se aplica un proceso adecuado para seguir mejorando la empresa, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si hace uso del Análisis FODA, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si se recoge sugerencias del cliente y de áreas internas, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si se motiva la comunicación interna para generar ideas, se observa que, del 100% de los encuestados para determinar si la empresa toma las mejores prácticas de otros negocios. En este trabajo se propuso mejoras del proceso administrativo para la Gestión de Calidad en las MYPES, sector comercio, rubro librerías del Distrito de Molinos, Provincia de Pachitea-Huánuco 2021. Lo más importante de este objetivo fue, proponer mejoras que aporten a las empresas, de las cuales, en relacionado al (Factor Humano), se propuso realizar reuniones con el personal, realizar capacitaciones en atención al cliente y gestión de mejor continua. En relación a la (estructura organizacional), se propuso crear un organigrama. En relación al (Nivel de Satisfacción), se propuso ofrecer un trato personalizado a cada cliente, aplicar encuestas de satisfacción a los clientes. Estas propuestas aportaran a las empresas del Distrito de Molinos un apoyo que beneficiara a cada una de ellas y a otras. Lo que más ayudo fue conocer a fondo sobre el tema del proceso administrativo, para aplicar en los negocios y la gestión de calidad para un servicio y atención de calidad.

Según Arenas (2020) en su investigación *Atención al Cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad y plan de mejora en las Mypes del sector servicio, rubro transporte interprovincial del distrito de amarilis-Huánuco, 2020*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte

interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. La investigación fue no experimental, transversal, descriptivo, cuantitativo. Se utilizó una población 10 Mypes el cuestionario estructurado es de 21 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: El 70% de los MYPES encuestados, tienen la edad entre 31 a 50 años, el problema que cuentan los colaboradores para la implementación de gestión de calidad son el 60%, el 90% de las MYPES investigados conocen la observación como técnica de medición del rendimiento del persona, el 100% de los encuestados declaran en su totalidad que la gestión de calidad sí contribuyen a optimar el rendimiento del negocio, el 100% de los encuestados testifican que a través de la gestión de calidad se consigue los objetivos y metas de la empresa, el 100% de los encuestados sí conocen lo que significa la atención al cliente, el 50% de los investigados reconocen que sí aplican en los servicios de atención al cliente la gestión de calidad, el 90% de las MYPES encuestados manejan la comunicación como herramienta para lograr un servicio de calidad, el 50% de los encuestados piensan que para ofrecer un servicio de calidad como principal elemento predominante es la atención personalizada, el 80% de los encuestados declararon que ofrecen una buena atención a sus clientes, el 60% de las MYPES investigados mediante la amabilidad han conseguido mejorar la atención al cliente, el 60% de los encuestados consideran mejorar la calidad del servicio con las estrategias que utiliza para la satisfacción del cliente dichos resultados, el 60% de los encuestados piensan haber logrado como ventaja la rentabilidad al ofrecer una buena atención al cliente. La mayoría de los representantes legales de las Mypes del rubro transporte el (70%) cuentan con edad de 31-50 años, el (70%) son masculinos, el (40%), tienen grado de instrucción de educación básica, el (80%) de los representantes de las Mypes son dueños de sus negocios y asumen funciones de administración, finalmente el (50%) tienen una permanencia en el cargo de 4 a 6 años.

Variable 2. Planeamiento estratégico.

Como afirma Ávila (2019) en su investigación *Planeación Estratégica y el Rendimiento Laboral en la municipalidad provincial de Ambo 2018*. Tuvo como objetivo general: Analizar de qué manera la Planeación Estratégica se relaciona con el Rendimiento Laboral en la Municipalidad Provincial de Ambo 2018. La presente investigación es de tipo Aplicada, dado que busca ampliar y profundizar la realidad de las variables tanto independiente como dependiente. Se utilizó una población 80 personales el cuestionario estructurado es de 21 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Entre los periodos de la última semana de agosto y tercera de setiembre- 63.33% fueron de administración, se puede observar en la tabla y Gráfico el 78% de los trabajadores de la Municipalidad no se identifican con la misión de la municipalidad porque no la conocen, que el 71.67% sostiene que no les motiva porque no conocen, así lo manifestó el 76.67% de encuestados, solo los que han participado en su formulación son los que comparten estos lineamientos en sus áreas cuando tienen la oportunidad o cuando hay alguna obligación de parte de las autoridades de la comuna, solo el 33.33% sostiene conocerlo, o haberlo visto en alguna instancia publica o medio digital, sin embargo, observar en los resultados es que ninguno de los lineamientos estratégicos es motivación necesaria para que los trabajadores puedan hacer su trabajo. En el caso específico de la visión el 33.33%, Plan de Desarrollo Concertado (PDC) entre otros. Se ha consultado a los trabajadores si estos son fáciles de cumplir, la respuesta sostiene que el 53.3%, el 66.67% menciona que en muchos casos la falta de recursos hace que no se pueda cumplir con los objetivos establecidos, el 58.33 % sostiene que son así los objetivos, por lo tanto, se busca su cumplimiento para poder beneficiar a los sectores de Ambo, el 56.67% sostiene que este si es difundido sobre todo por el área de sociales, quienes buscan fomentar los servicios de la municipalidad, los trabajadores de la comuna sostienen que este documento de gestión siempre fomenta el desarrollo de la provincia 8.33% dado que se considera objetivos para atender a toda la población, solo el 48.33% de trabajadores

sostienen que si cuentan con el presupuesto respectivo, solo el 28.33% de trabajadores sostiene que, si se promueve la participación del sector privado, hay un 18.33% de trabajadores que sostiene que no es importante esa participación, puesto que siempre están ausentes, de los entrevistados podemos observar que el 71.67% sostiene que a veces este documento incluye programas para mejorar las capacidades de los agentes sociales, de los encuestados han manifestado que si cumplen con estos objetivos el 20%, quienes ejercen la responsabilidad de dirección por lo general se guían del día a día. Los resultados confirman ello, solo el 50% de entrevistados sostiene que se evalúa con frecuencia los resultados, el 75% de los encuestado sostiene que no se llegan a cumplir las metas, puesto que no están bien definidos ni socializados en todos los niveles de las diferentes áreas de trabajo, las motivaciones a nivel de objetivos o metas hoy son de segundo plano, siendo los más importantes para ellos los monetarios, estabilidad laboral entre otros. Así lo sostienen el 78.33%, tan equipos y liderazgos que impulsan cumplir los objetivos. El 61.67% sostiene que la relación es buena, que hay apoyo entre todos, sostienen que siempre hay cordialidad 58.33%, indicando que siendo los ambientes pequeños suele haber dialogo constante, siendo muchos de los trabajadores del mismo Ambo, con quienes se conocen.

Según Rivera (2019) en su investigación *Planeación Estratégica y la Distribución Comercial de bebidas alcohólicas y no alcohólicas en la ciudad de tingo maría*. Tuvo como objetivo general: Determinar el grado de relación que existe entre la planeación estratégica y la distribución comercial de bebidas alcohólicas y no alcohólicas en la ciudad de Tingo María. La presente investigación es transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Se utilizó una población 20 individuos el cuestionario estructurado es de 12 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Los resultados sobre la planeación estratégica y sus dimensiones en los distribuidores de bebidas en Tingo María. Los empresarios encuestados otorgan una importancia relativa a la planeación estratégica ya que la media ($\bar{x} = 45.35$); sin

embargo, la variabilidad de las puntuaciones otorgadas por los encuestados es del 30.49% con valores máximo de 81 y mínimo de 3, Los encuestados no otorgan la importancia requerida a la formulación estratégica ya que la media ($\bar{x}= 12.00$); por ende, la variabilidad de las puntuaciones otorgadas por los encuestados es del 35.15%, los empresarios encuestados no otorgan la importancia suficiente a la implantación estratégica ya que la media ($\bar{x}= 21.25$); por ende, la variabilidad de las 0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% Bajo Regular Alto 60% 30% 10% 46 puntuaciones otorgadas por los encuestados es del 28.19%, Los empresarios encuestados apenas y dan importancia suficiente a la evaluación estratégica ya que la media ($\bar{x}= 12.10$); y deducimos, la variabilidad de las puntuaciones otorgadas por los encuestados es del 28.19% con valores máximo de 36 y mínimo de 15, Los distribuidores encuestados otorgan una importancia mínima a la distribución comercial ya que la media ($\bar{x}= 44.75$); sin embargo, la variabilidad de las puntuaciones otorgadas por los 0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% Bajo Regular Alto 60% 30% 10% 50 encuestados es del 32.89% con valores máximo de 80 y mínimo de 27; de las valoraciones generales que se hicieron en la variable teniendo en cuenta las dimensiones, se ubica casi en el valor medio de las puntuaciones de la escala empleada, los encuestados otorgan una baja importancia a la utilidad de forma ya que la media ($\bar{x}= 19.55$); sin embargo, la variabilidad de las puntuaciones otorgadas por los encuestados es del 29.29% con 51 valores máximo de 31 y mínimo de 11, analizamos los resultados en los distribuidores de bebidas en Tingo María. Los encuestados otorgan una importancia relativa a la utilidad temporal ya que la media ($\bar{x}= 11.10$); sin embargo, la variabilidad de las puntuaciones otorgadas por los encuestados es del 40.50% con valores máximo de 24 y mínimo de 6, los encuestados otorgan una importancia relativa a la utilidad de lugar ya que la media ($\bar{x}= 14.10$); sin embargo, la variabilidad de las puntuaciones otorgadas por los encuestados es del 0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% Bajo Regular Alto 70% 25% 5% 54 39.11% con valores máximo de 27 y mínimo de 8. Con un nivel de significancia de 0.05, un nivel de confianza del 95% (p

< .05), y un Rho de Spearman de 0.805, se halló que existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la distribución comercial de bebidas alcohólicas y no alcohólicas en la ciudad de Tingo María. Es decir, a un menor nivel de planeamiento estratégico, menor será el nivel de distribución comercial, la correlación 0.85 dentro de la escala de coeficiente Rho de Spearman se caracteriza por ser una muy buena correlación.

Según Torres (2017) en su investigación *Los procesos del Planeamiento Estratégico y su incidencia en la Gestión Administrativa en los gobiernos locales de la provincia de Huánuco periodo 2015*. Tuvo como objetivo general: De qué manera inciden los procesos del planeamiento estratégico en la gestión administrativa en los gobiernos locales de la provincia de Huánuco en el periodo 2015. La presente investigación es de carácter cuantitativo. Se utilizó una población 45 individuos el cuestionario estructurado es de 23 preguntas técnica que se utilizó para recolectar información, obteniendo los siguientes resultados: Se obtuvo que todas las municipalidades realizan la articulación de la visión, misión y objetivos, sin embargo, el 69% manifestaron que se hace de manera deficiente, solo para dar cumplimiento a la normatividad de planeamiento, la mayoría indicaron hacerlo, pero deficientemente; frente al 42% que manifestaron hacerlo eficientemente dicho proceso, principalmente en las municipalidades de mayor envergadura y urbana, se obtuvo como resultados que el 53% si tienen proyectos estratégicos formulados eficientemente, se determina en el Plan Operativo Institucional los objetivos y metas que se deberán alcanzar, el 78% indicaron que sí, se obtuvo como resultado que el 47% indicaron no monitorear el plan operativo institucional, se obtuvo como resultado la mayoría de los funcionarios coinciden que las municipalidades no evalúan el POI; frente al 27% que indicaron hacerlo algunas veces, la mayoría no lo hace (64%) el cual evidencia que la gestión administrativa municipal generalmente se hace a la deriva, primando las decisiones políticas más que técnicas y prioritarias en favor de la población, se obtuvo como resultado que el 47% manifestaron que no se evalúa, (73%), el cual denota que la eficiencia del cargo se evalúa

con relación a las funciones que tiene, más no en los resultados que alcanzó, los resultados indican que no se toman en cuenta las evaluaciones del año anterior (69%), los resultados denotan que la forma como se dirige la entidad es deficiente (42%), se obtuvo como resultado que las municipalidades de la provincia de Huánuco no cuentan con un proceso de control para medir la eficiencia y eficacia del proceso de desarrollo social (76%), Se obtuvo como resultado que las municipalidades de la provincia de Huánuco no cuentan con un proceso de control para medir la eficiencia y eficacia del proceso de desarrollo económico (67%), los resultados indican que no existe control para medir la eficiencia y eficacia del proceso de desarrollo institucional (71%), la eficiencia y eficacia del proceso de Desarrollo Ambiental en la entidad se obtuvo que el 80% no cuentan con tal propósito, se obtuvo como resultados que el 40% si realizan planeamiento estratégico eficientemente, además porque están inmersos en la exigencia legal de hacerlo, tanto por el Ministerio de Economía y Finanzas, el Consejo Municipal, entre otros. Se obtuvo como resultados que el 58% si articulan la visión y misión con el plan estratégico, pero deficientemente, el 64% indicaron hacerlo, pero deficientemente, sin tomar en cuenta los objetivos y las herramientas para tal fin, el cual ocasiona el desconocimiento de las líneas de base por el cual se orienta la mejora en los aspectos económicos, sociales, institucionales y ambientales, el 62% indicaron que no se debaten en talleres la información obtenida en el diagnostico, el 58% indicaron que no se expone el plan de desarrollo estratégico, razón por la cual en muchos casos hay deficiencias en el monitoreo y evaluación de las actividades, demora en la ejecución presupuestas, débil control de los planes de inversión, el 69% indicaron que si se toman en cuenta la estructura de gastos, en la ejecución y programación del Presupuesto participan los profesionales y técnicos idóneos se obtuvo como resultado que el 33% indicaron que sí, los resultados indican que en la ejecución del presupuesto en las municipalidades de la provincia de Huánuco se cuestiona su eficiencia, eficacia y economía (44%). La teoría indica que la gestión administrativa municipal esta diferenciada por la

planificación, organización, dirección y control, si estos elementos funcionan como un sistema, entonces, en este caso la gestión administrativa municipal, será eficiente, toda vez que la planificación basada en objetivos y metas permitirá alcanzar los resultados esperados sobre todo para el desarrollo económico y social. Bajo este contexto, los resultados del presente estudio permitieron establecer la relación de los procesos de planeamiento (del Plan Estratégico) con la gestión administrativa en las municipalidades de la provincia de Huánuco, vale decir que, si el planeamiento es llevado de manera deficiente, entonces la gestión administrativa también será deficiente, incumpléndose así las metas trazadas en desmedro de la población.

2.1. Bases teóricas

Variable 1. Gestión de calidad

Según Cortés (2017) nos manifiesta que la gestión de calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionen productos aceptables por el cliente y a mantener estos procesos bajo control, proporcionando así confianza tanto a la organización como a sus clientes de su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma consistente para que se mejore o realce la satisfacción de los clientes. (p.15).

Según afirma Calvo (2021) menciona que la gestión de calidad reúne conjunto de acciones y procedimientos que busca garantizar la calidad, no de los productos en sí, sino del proceso para el cual se obtienen estos productos. La gestión de calidad establece que el 90% de los efectos o problemas de calidad son generados por los propios procesos no por el personal. Se entiende que una vez que los procesos se han mejorado de acuerdo de los gerentes. Se profundiza en el producto competitivo.

Según Cuatrecasas & Gonzales (2017) nos afirman que la gestión de la calidad se entiende

a toda la empresa en su crecimiento conceptual y en sus objetivos. No se considera solo como una característica de los productos o servicios, sino que alcanza el nivel de estrategia global de una empresa. la calidad se convierte en calidad total, que acaba no solo con los productos sino a los recursos humanos, a los procesos, a los medios de producción, a los métodos, a la organización. En definitiva, se convierte en un concepto que engloba a toda la empresa y que involucra a todos los elementos y áreas de la misma, incluye a la alta dirección, cuyo papel de líder activa en la motivación de las personas y consecución de los objetivos de bastante fundamental. En este entorno surge la gestión de la calidad total como una nueva revolución o filosofía de gestión en busca de la ventaja competitiva y la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de los clientes. Se ponen en práctica aspectos como la mejora continua, círculos de calidad, el trabajo en equipo, la flexibilidad de procesos productos, auto mantenimiento ya que ello se convierte en uno de los factores estratégicos para la gestión de una empresa.

La gestión de calidad es una herramienta que los permite a las organizaciones plantear, ejecutar y controlar todas las actividades necesarias que se desarrollaran dentro de una misión; por el medio de prestación de servicio con altos estándares de calidad medidos a través de los indicadores de satisfacción y del mismo modo, mejorar la calidad para nuestros clientes al mismo tiempo que todos los procesos se facilitan durante el servicio o producto que se pueda ofrecer.

Dimensión 1. Satisfacción al cliente.

según Bruni (2017) nos manifiesta que medir la satisfacción al cliente significa tratar de entender, mediante el uso de juicios cuantitativos y cualitativos, el nivel de superposición entre la calidad percibida y la calidad prometida; para ser eficaces, los procesos de análisis de la satisfacción del cliente deben formar parte de sistemas de adquisición de datos capaces de alimentar la estrategia de mejora continua. El índice de satisfacción al cliente es solo uno

de los indicadores que la dirección debe considerar para tomar decisiones, o sea una de las fuentes de análisis para las decisiones de mejora. Para alcanzar cierta eficacia será necesario utilizar herramientas y técnicas para sacar la información de los clientes que no seríamos capaz de adquirir de otra forma.

Como afirma Lopez (2021) nos menciona que la satisfacción de las necesidades del cliente es uno de los objetivos principales de la logística. Cuando una empresa no puede ofrecer un producto a su cliente en el momento, lugar y cantidad deseada se produce una rotura de stock. A pesar de la importancia que tiene el servicio al cliente, esto no puede supeditar toda la actividad logística, y de ahí el segundo objetivo de la función logística que aparece en la definición; satisfacer las necesidades del cliente a mínimo coste. (p.15).

Según Cavacho (2018) nos menciona que en la actualidad las identidades se encuentran con clientes cada vez más informados y estrictos, que, al instante de satisfacer sus necesidades, muchos clientes ni siquiera se toman la molestia de quejarse por el producto o servicio, que no cumplen con sus expectativas, simplemente se cambian a la competencia, generando pérdidas en la renta de las organizaciones.

La satisfacción al cliente para el presente estudio, adopta un enfoque global considerando las perspectivas del cliente, beneficiario respecto a los programas y proyectos en los que haya participado. Estas expectativas mencionadas por los autores consideran un periodo de tiempo y el juicio calificativo del uso y cooperación en los proyectos. A propósito de la satisfacción, a continuación, se presentan los conceptos afines a la misma, cuya finalidad es tener una mejor evaluación y comprensión de este fenómeno y los elementos.

Indicador 1. Estrategias

Según Maciá (2018) nos indica que una estrategia de marketing es el proceso que permite que la empresa se centre en los recursos disponibles y los utilice de la mejor manera posible

para incrementar las ventas y obtener ventajas respecto de la competencia, las estrategias de marketing parten de la base de los objetivos de negocio de empresas. Para poder aplicar estos objetivos a la elaboración de un plan, se necesita concretarlo y definirlo mediante procedimientos digitales durante los próximos años a futuro.

Según Gorka (2019) nos manifiesta que el marketing estratégico es una metodología y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma más óptima y eficiente, que el resto o de otros competidores.

Según Tarziján (2018) nos manifiesta que la palabra estrategia se deriva del término griego *strategos*, que proviene del ámbito militar. en dicho mundo, *strategos* se asocia con la organización y planificación de campañas con el objetivo de lograr ciertas metas que generalmente están asociados con derrotar al enemigo. La estrategia empresarial, que representa el principal objeto de estudio adapta ideas estratégicas al establecer que una empresa debe especificar sus objetivos, desarrollar planes de acción y asignar sus recursos para cumplir con tales objetivos

Indicador 2. Toma de decisiones

Según indica Olaz (2018) nos afirma que dicen que no hay peor decisión que la que nunca se toma, en la mayoría de los casos hasta los posibles remordimientos por no haber tomado una decisión ya sea buena o mala es algo presumiblemente acompañara a la persona durante toda su vida por otro lado la toma de decisiones es el proceso en el cual un individuo o grupo de individuos deben elegir, este proceso se activa cuando hay que resolver un conflicto o situación de una acción en concreta. Las relaciones que mantienen con amigos influyen en tomar decisiones porque puede determinar tu elección teniendo en cuenta el poder del individuo

Según Manrique (2019) nos manifiesta que la toma de decisión genera efectos positivos para el desarrollo del país, a partir de la descripción, la comprensión y la explicación de los procesos de toma de decisiones con el fin de proponer una forma de análisis de procesos decisivos, un método para investigarlos, algunos aprendizajes del modo en que toman decisiones los directivos expertos, así como algunos asuntos metodológicos para la formación en la toma de decisiones (p. 15).

Según indica Horacio (2020) nos mencionan que las organizaciones toman decisiones usualmente en contextos de globalización. Se caracteriza como un fenómeno ocasionado por el amplio desarrollo de las tecnologías, en especial las relacionadas con los medios de comunicación y de transporte. Este desarrollo implica que el tiempo y el espacio se comprimen y así lograr una toma de decisión eficiente dentro de la empresa.

Indicador 3. Eficacia

Según Valencia(2017) nos indica que la eficacia y eficiencia son logros a cumplir; estas variables son independientes. La investigación propone la ortogonalidad de los conceptos mediante el diseño del juego, llamado Tres E, para evidenciar la independencia entre las variables. El juego propone la construcción de una torre por grupos, el resultado se logra en cualquiera de las tres, sin importar la relación entre ellas. Se concluye que la efectividad no es el resultado de la eficacia y la eficiencia, como se plantea frecuentemente.

Según Thornton (2020) nos manifiesta que los conceptos de eficacia y eficiencia son esenciales. Un buen director debe combinar en forma permanente eficacia y eficiencia para hacer lo que hace falta y hacerlo de la mejor manera posible para la productividad y efectividad de su negocio.

También las estrategias y la toma de decisiones van de la mano ya que ello nos permite crecer como empresa y poder mejorar día a día, además crear expectativas en los clientes

por cada cambio realizado durante el proceso y teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, del mismo modo crecer económicamente para mejorar la rentabilidad de la empresa. La eficacia es un factor relevante para todas las empresas ya que ello nos permite medir la capacidad para producir efectos deseados y determinar las actividades y aprovechar los medios o recursos de la mejor manera posible.

Según González, Alonso, & Berrocal (2017) nos menciona que la eficacia debe analizar en distintos puntos de vista, tratando de conocer las acciones formativas, en función de los objetivos. La comparación entre las exigencias de formación actuales y previsionales de los puestos y los perfiles de competencias de las personas que los ocupan permitirá obtener información sobre las carencias actuales y futuras que presentan los trabajadores para poder trabajar con eficacia y eficiencia y seguridad en sus puestos de trabajo para responder a los cambios que se introducirán en tal trabajo y de la organización. pág. 20.

Dimensión 2. Liderazgo

Según Delvecchio (2017) nos expresa que se aplica en cualquier organización empresarial. El liderazgo va primero, ya que sin él ninguna organización puede desarrollarse correctamente, y trabajar de manera efectiva. Para establecer ese fin que se ha de tener en mente cada uno debe manifestar su misión personal, en la que precisará los fines que persigue. Estas listas están marcadas por un centro que las determinará y que en cada individuo es diferente: la pareja, la familia, el dinero, o los principios a que hace referencia dinero, o los principios a que hace referencia Covey durante todo el libro. Son precisamente las personas centrales en éstos últimos las que más posibilidades tienen de llevar una vida estable y equilibrada en el plano personal y profesional.

Según Cosme (2018) nos manifiesta que para comenzar con el estudio de una competencia es clave e imprescindible entender claramente el concepto en el que vamos introducirnos.

Siendo frecuente encontraremos como situaciones en las que el lector llega con una idea prefijada a este contenido, y a medida que avanzamos en él, esa idea se va transformando en otra, no coincidiendo exactamente con el concepto previo que se tiene sobre ella. Esta situación es normal, ya que ese es uno de los motivos por los cuales nos introducimos en esta materia, aclarando y perfilando el significado del liderazgo. La condición de líder, nos indica claramente que a través de sus acciones influencia y coordina al grupo. Por lo tanto, es fundamental conocer con profundidad como es, como se siente, como se desenvuelve, en definitiva, como es la persona que tiene la capacidad de movilizar a otros, y si esta capacidad es innata o se puede desarrollar: en definitiva, todos los líderes poseen personalidades que pueden ser muy diferentes, tanto como personas que existen.

Según Hernández (2017) indica que el liderazgo en el ámbito laboral, la formación en conocimientos y habilidades que puede contribuir y conseguir el grado de liderazgo necesario para desarrollarlo con éxito dentro de la empresa en la conducción de equipos de trabajo, relación con compañeros demás manifestaciones en actuar como líder redundan en una mayor eficacia, pues el aprendizaje permite al individuo asimilar los conocimientos necesarios para el desarrollo de las funciones ejecutivas. En conciencia podemos calificar como error el considerar que el liderazgo es una habilidad natural que se da en las personas, o que es algo que se posee, que se hace, pues es la voluntad de uno mismo lo que hace que los deseos se cumplan no sola intervención de la naturaleza.

Se puede explicar que el liderazgo se entiende como un proceso o habilidad por el que una empresa puede influir en los demás para conseguir objetivos por el cual la idea es conseguir el máximo potencial de los trabajadores para poder satisfacerse sus necesidades de la empresa. También se puede decir que tradicionalmente el líder empresarial es aquel que este encargado de guiar a sus trabajadores hacia la consecución del éxito. La importancia del liderazgo se identifica como un fenómeno que desarrolla dentro de grupos al ser un echo

social que se observa como un conjunto de comportamientos que define el rol desarrollado por una persona o entidad. Este fenómeno ocurre cuando la situación que ocurre pueda coordinar las actividades de un grupo hacia la consecución de un objetivo común. Por lo tanto, se puede decir que el liderazgo es la capacidad que tiene una persona de influir motivar, organizar y llevar a cabo acciones para lograr sus fines que involucran a personas y grupos.

Indicador 1. Organizar

Según Isaza (2018) nos manifiesta que las organizaciones podrán utilizar la metodología que deseen para estandarizar los procesos una vez se logren los resultados esperados, lo cual deberá ser única para toda la institución y conocida por todos. Se debe recordar que estandarizar es la actividad sistemática de formalización documentación e implementación de procesos con el objetivo de lograr los resultados esperados.

Según Herrero (2018) nos indica que las organizaciones en sus actividades de apoyo administrativo tienen criterios de organización, coordinación, procedimientos de trabajo, indicadores de calidad de la organización, pautas para obtener resultados, los elementos estructurados, la clasificación y fases de comportamiento de trabajo en equipo; es decir, las normas del grupo, los papeles del grupo el poder y la cohesión del grupo y las ventajas; todo es para el desarrollo de la empresa.

Según Rincón (2019) nos precisa que el derecho de la organización administradora ha sido muy poco tratado en la ciencia de latinoamerica, y los reflejos o consecuencias son evidentes. La falta de una sistémica en las definiciones normativas del tipo de administraciones; la inadecuada conceptualización del organo funcional entre otros (p. 261).

La organización es una estructura donde el ser humano interactua para diversos roles y responsabilidades que se busca lograr un objetivo en común.

Indicador 2. Personal

Según Tabares (2021) nos manifiesta que para identificar el potencial de los empleados se emplean objetivos para una promoción interna y utilizar herramientas que hace evaluaciones de desempeño o por competencias. Para cumplir el plan estratégico será crucial identificar primero donde se necesitará crear o cubrir un nuevo puesto laboral en el futuro e ir centrándose en encontrar el mejor talento. Posteriormente se pongan las herramientas necesarias para la persona, en un periodo de tiempo determinado que adquiera conocimiento y competencias y así esté preparado para su nuevo puesto laboral. Toda esta planificación, bien comunicado, permitirá disminuir la rotación y la pérdida de talento

Según Charleux (2017) nos manifiesta que organizar el trabajo y responsabilizar a sus colaboradores, ofrecen las técnicas de gestión y sus impactos en la aplicación de los profesionales en el trabajo. Se abordan ideas de delegación, objetivo y evaluación bajo el ángulo concreto. También en la puesta en práctica de una gestión de los recursos humanos orientada especialmente a la prevención del desgaste profesional, obstáculo frente en el camino de la motivación.

Según indica Fernández (2018) nos manifiesta que en la masa global del tejido empresarial está creciendo el número de trabajadores de la sociedad del conocimiento; pero en una proporción muy pequeña desde la revolución industrial que ha ido aumentando, se define en tres características en la organización como: la predominancia de la dirección por objetivos, la responsabilidad inherente y la evolución de las empresas hacia la oferta de servicios y el trabajo cada vez menos manual y más especializado, que conlleva trabajar con conocimiento que están menos estructurados y son más intangibles en su gestión.

Indicador 3. Misión

Según Pallero (2017) nos afirma que la misión, visión y valores para quién no sabe a dónde

va nunca habrá vientos favorables, el tener claro es el ejercicio de establecer la misión y visión personal que requiere dedicación, esfuerzo y tiempo, ya que implica una complejidad máxima.

Según afirma García (2020) la misión es la razón de existir de una empresa, representa su filosofía e identidad. por eso su fundamento se mantiene en el tiempo a pesar de sufrir pequeños cambios fruto de la dinámica empresarial (p.68).

Según Maldonado (2018) manifiesta que la misión es ofrecer un servicio de calidad para el cuidado de los clientes haciendo uso de las bondades del negocio y logrando con ello satisfacer las necesidades de nuestros clientes aportando a su bienestar y al cuidado de sus expectativas (p.271).

Se puede de decir que las organizaciones es una entidad compuesta por individuos con la finalidad de cumplir metas y objetivos y del mismo modo agrupar las actividades para que se lleven a cabo y asignar los recursos necesarios. De igual manera el personal o trabajadores son indispensables dentro de una empresa, ya que dependen del talento humano la productividad de la empresa u organización; por el cual desempeñan las diferentes actividades prestando servicio a las empresas. La misión también aporta un papel muy importante ya que depende de ello se tomará mejores decisiones por que se identifica hasta donde podemos llegar y mejorar diariamente.

Variable 2. Planeamiento Estratégico

Según González (2019) nos menciona que es de conocimiento general el plan estratégico, pues a lo largo de la historia la planeación a echo parte del proceso administrativo, puesto que desde las generaciones ha tenido gran relevancia en los gobiernos, tanto así que se daba importancia a la administración por medio de prácticas de una buena administración pública y privada. El termino planeación se empezó a referenciar como: planeación corporativa

completa, planeación directa completa, planeación general total, planeación a largo plazo, planeación integrada completa y planeación estratégica. En relación a la planeación estratégica formal fue acogida por organizaciones empresariales hacia mediados de 1950, pero toma fuerza verdaderamente a mediados de la década de los setenta, ocasionada por el crecimiento industrial. Hasta nace de los estudios políticos y de estrategia inicial con el objetivo de afrontar los cambios en el ambiente. Desde entonces la planeación estratégica ha pasado por diferentes etapas y se constituido a base de nuevos elementos a lo largo de la historia, de tal forma que se ha ido perfeccionando a tal punto que en la actualidad la mayoría de las grandes empresas en el mundo cuentan con algún tipo de sistema para este fin y muchas empresas pequeñas están siguiendo este ejemplo. Partiendo la exposición realizada, y analizando la importancia de la planeación estratégica y atreves de la historia, evolución e inducción dentro de las empresas.

Según Ramirez (2017) nos sugiere que es uno de los aspectos fundamentales de la planeación estratégica lo constituye el análisis situacional, también conocido como análisis FODA (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas), el cual posibilita la recopilación y uso de datos que permiten conocer el perfil de operación de una empresa en un momento dado, y a partir de ello establecer un diagnóstico objetivo para el diseño e implementación de estrategias pendientes a mejorar la competitividad de una organización.

Según afirma Sainz (2017) el plan estratégico es uno de los términos mágicos de los directivos y la prensa económica echan la mano casi constantemente, aunque no siempre correctamente suele ser muy habitual confundir planificación con previsión, de la misma forma que es muy frecuente llamar a cualquier tipo de plan es decir plan estratégico.

Pues hablar del plan estratégico de la empresa, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado hoy en día, es decir en el momento que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de

dirección en referencia a lo que hará en los tres próximos años horizonte más habitual del plan estratégico, para lograr una empresa competitiva que le permite satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés: cuando se habla de planificación estratégica se dice que es un proceso que arranca con la aplicación de un método para obtener el plan estratégico y a partir de aquí, con un estilo de dirección que permite a la empresa mantener su posición competitiva dentro de un entorno en permanente y veloz cambio.

Se señala que la planeación estratégica no es una herramienta de predicción o de pronóstico sobre los eventos que suceden en la organización, la planeación estratégica se tiene en cuenta para pronósticos financieros, de producción entre otros. No solo involucra decisiones futuras sino también en la toma de decisiones actuales y diarias que afectan al futuro, además, proporciona un marco real como para que los líderes, miembros de la organización comprendan y evalúen la situación de la empresa. Esto ayuda a alinear al equipo con el fin de emplear la misma información, lo que ayudara a que surjan alternativas provechosas y de valor para la organización. Es decir, el plan estratégico de una empresa establece el que hacer de cada miembro, lo que garantiza que las acciones de cada uno estén direccionadas hacia el cumplimiento de las metas a futuro.

Dimensión 1. Planeación

Según indica Máttar & Cutervo (2017) nos manifiestan que la planificación contemporánea deriva del hecho de que su surgimiento no implica rechazar ni relegar los enfoques ni las herramientas desarrolladas durante las décadas previas. Hoy en día, la planificación y la gestión se entienden como piezas de un todo complejo. Dada una con su diversidad de órganos y enfoques, la distinción y separación que ambos preservan sentido. Cada uno de ellos reconoce los aportes de la otra e intenta tender puentes e interconexiones (p. 21).

Según Zuluaga (2020) nos especifica que todas las actividades que se realizan dentro de

cualquier empresa, sea manufacturera o de servicios, requieren de un proceso de planeación y administración, para definir en el presente las acciones que se deben emprender y ejecutar en el futuro, con el propósito de alcanzar satisfactoriamente los objetivos establecidos con anterioridad. Por lo tanto, la planeación puede definirse como un proceso anticipatorio para destinar recursos. Como por ejemplo dinero, máquinas, personas y tiempo para el logro de fines determinados. El proceso de planeación empresarial, puede ser dividido en tres grandes categorías planeación estratégica, planeación táctica y planeación operativa, también llamado control operacional. Esta división se realiza principalmente por el horizonte de tiempo que abarca el proceso de planeación, aunque también está relacionado con las personas responsables y el tipo de decisiones que se toman para el futuro.

Como afirma Guzmán (2017) nos expresa que la planeación didáctica es la elaboración y secuencia didáctica de tres o cinco sesiones, a partir de un aprendizaje esperando correspondientes al periodo en el cual presenta la evaluación ya que deberá incluir los siguientes aspectos.

- Elementos curriculares
- Estrategias didácticas
- Recursos es decir tiempo, espacio, materiales.
- Organización de grupo
- Estrategia de evaluación

También se puede señalar que la planeación es la determinación de lo vamos a hacer porque incluye decisiones de importancia, como el establecimiento de políticas, objetivos, redacción de programas, métodos específicos, procedimientos y el establecimiento de las células de trabajo, se puede decir también que es una función administrativa que comprende

los análisis de una situación, el establecimiento de los objetivos, la formulación de estrategias que permiten alcanzar dichos objetivos, y el desarrollo de planes de acción que señalen como implementar dicha estrategia, implica seleccionar las misiones y objetivos y hacerlo cumplir y requiere de la toma de decisiones y además, opta cursos diferentes de acción para el futuro. De este modo los planes se constituyen en un modo racional para el cumplimiento de objetivos preseleccionados

Indicador 1. Administración

Según Uribe (2021) nos señala que las organizaciones son abordadas e indagadas acerca del tema de la administración estratégica porque muchos manifiestan que su gestión se guía por esta teoría, pero al revisar a fondo, se encuentra que algunas solo tienen una matriz DOFA o formulado visión y misión ya que realiza el diagnóstico estratégico utilizando unas herramientas u otras, en fin no parece tener un consenso empresarial alrededor del proceso que debe seguirse para implantar en la empresa y optar por el modelo de la administración estratégica.

Según Tabares (2020) nos manifiesta que la administración pública es como el conjunto de servicios públicos destinados a concurrir a la ejecución del pensamiento del gobierno y a la aplicación de las leyes de interés general. La administración abraza una vasta de tareas, vigilar las necesidades de los administrados para satisfacerlas; y sostener el orden y la tranquilidad pública, mejorar los servicios y proponer las mayores comodidades posibles; proteger los derechos; exigir el cumplimiento de los deberes para su buena función (p. 33).

Indicador 2. Calidad

Según Sánchez (2019) nos especifica que la calidad es el objetivo de las actividades que se realizan en una empresa y es el cliente el que percibe el resultado global. La calidad desde esta perspectiva hace referencia a todas las actividades, que se realizan para alcanzar.

También se puede definir como el conjunto de prioridades o atributos que posee objetivamente un producto o servicio.

Según Mateos (2019) nos aclara que la calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en conciencia, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, y sorprendido con mayor valor a lo esperado, proporcionando mayores ingresos y menores costos para la organización.

Según Pablo (2019) nos especifica que la calidad es algo implícito en los genes de la humanidad; es la capacidad que tiene el ser humano de hacer bien las cosas. Porque permite la implantación de los sistemas de producción industrial, además, cuando llega la industrialización se tendió a separar, por un lado, a los que trabajan y por otros a los que controlan. Este es el fundamento del control de calidad que tiene como base estos principios; planificación de los procesos., inspeccionar todo lo producido, corregir los defectos del sistema (p.15).

Indicador 3. Importancia

Según Palmera (2017) nos menciona que la importancia de la comunicación eficaz en el desarrollo de los niños utilizar el tiempo adecuadamente concentrarse únicamente en las tareas estipuladas en el plan evitará que tu hijo se distraiga de las actividades esenciales para llegar al objetivo. Conocer anticipadamente qué es lo que se tiene que hacer paso tras paso, da pie a organizar y dar orden a la vida, mejorar los horarios y no perder tiempo de un momento a otro. Alcanzar más rápido la meta. Tener un plan permite aumentar la productividad al eliminar los distractores y enfocarse únicamente en las tareas que realmente acercarán a tu hijo hacia el cumplimiento de su meta. Autodisciplina y

motivación.

Según Ntx 360 (2019) nos indica que la importancia de administrar una empresa contribuye a la efectividad de los procesos que se realicen. Tiene como finalidad ayudar a la optimización de recursos y tener la capacidad de poder resolver cualquier imprevisto que se presente en el momento.

Se puede explicar que la administración es un proceso que busca planificar una organización para ejecutar los recursos y materiales para darle un uso eficiente y alcanzar los objetivos, además se encarga de hacer el uso coordinada de los recursos humanos, materiales y tecnológicos. De la misma manera la calidad es una de los aspectos más importantes dentro de una empresa ya que depende de eso la satisfacción al cliente y son los valores deseados por una empresa ya sea un bien o servicio teniendo en cuenta las necesidades del cliente, además, tomar importancia a los acontecimientos suscitados para el mejoramiento adecuado de la organización.

Dimensión 2. Competitividad

Según Bermeo (2018) nos menciona que la proliférica literatura teórica y metodológica desarrollada acerca del comercio internacional constituye una de los paradigmas más empleados por la ciencia económica para explicar la competitividad de las naciones. Esto obedece que tradicionalmente el comercio internacional ha estado profundamente unido al devenir de las civilizaciones dominando la actividad económica y generando un impacto significativo en el crecimiento, eficiencia económica, procesos de desarrollo y distribución de los ingresos en todas las naciones.

Según Garrell (2021) nos destaca que la importancia determinante es el diseño por lo que respecta a la obtención de productos diferenciales y actualmente innovadoras al ser utilizado simbióticamente con los avances científicos y tecnológicos. No debería olvidarse

que el potencial es el diseño que aporta al proceso innovador, la innovación no es suficiente para competir en la economía del conocimiento sino aplicarla con una finalidad clara, que es la mejora continua en un entorno complejo, asimétrico, cambiante y desregularizado donde la clave del éxito reside en la competitividad. La competitividad no puede ignorar la importancia de ser altamente productivos ni despreciar el potencial de la globalización.

Según Figueroa (2019) nos señala que la competitividad es, sin duda, uno de los conceptos más importantes de la ciencia económica. La competencia en los mercados mundiales está aumentando, lo que alienta a las empresas y las economías nacionales a ser lo más competitivo posible. Sin embargo, el concepto de competitividad es usada frecuentemente por los gobiernos, empresas y los medios de comunicación como un concepto. La competitividad es un término que asume un significado cada vez más amplio en el mundo contemporáneo. La noción de competitividad se utiliza en reacción de las naciones, las regiones, las industrias y las empresas según su nivel de análisis aplicado por los investigadores; por ello, la competitividad es una de las principales características y fuerzas impulsoras de la economía mundial actual.

En la actualidad la competitividad es un elemento importante ya que se lleva a cabo bajo la mano de obra, terrenos, capital, administración y tecnología. Cuando una empresa es eficiente en términos de insumos significa que está realizando la asignación de los mismos al mínimo costo por unidad producida, ello hace que logre la eficiencia, los insumos se deben utilizar en la forma más productiva posible ya que ello se deriva a los componentes más importantes para la mayoría de las compañías, usualmente tendrá los menores costos de producción, es decir tendrá ventaja competitiva con base en sus costos. También se define como la capacidad de un negocio para producir y vender productos y servicios que cumplan con la calidad de los mercados, al mismo precio o con precios más bajos y maximizando los rendimientos de los recursos consumidos para producirlos.

Indicador 1. Economía

Según Trivelli, Ñopo, & Ghezzi (2020) nos mencionan que la economía en el Perú más de 70% de la población económicamente activa es informal, y casi el 65% del empleo este concentrado en empresas que pertenecen al sector no trazable. La formalidad y el tamaño implica diferencias de productividad en grandes cantidades. (p. 8).

Según Físico (2020) nos expresa que la economía estudia como asignar correctamente los escasos recursos existentes para satisfacer las necesidades de los agentes. Dado que la conciencia de la economía es la escasez, y los diferentes agentes de las empresas, se ven continuamente obligados a elegir entre las distintas alternativas.

Según Freire (2020) nos destaca que la economía estudia el comportamiento humano es decir el comportamiento del hombre implica que la economía es una ciencia social, porque ellos toman decisiones desde el punto de vista concreto que es lo económico, en este sentido coincidirá con otras ciencias como la psicología o la sociología, que también estudia el comportamiento del hombre, pero desde otras perspectivas; el individuo es racional y coherente en el momento de tomar una decisión.

Indicador 2. Tecnología

Según Pere (2020) nos menciona que la tecnología es importante para la sociedad y para la economía. Los ayudara y acompañara siempre; el cambio tecnológico es el motor del avance económico y social. Los cambios tecnológicos son como explosiones, son latidos que proporcionan el impulso necesario para la evolución. Cambios acelerados en tiempo recientes y es la variedad y complejidad crecientes de la tecnología.

Según Fernández (2019) nos resalta que la tecnología de información y su adopción en las organizaciones modernas, han pasado de ser un instrumento operativo para convertirse en una herramienta estratégica. La tecnología, de manera aislada e independiente, es una

herramienta que hace aportes parciales para alcanzar el logro estratégico institucional, pero no constituye una solución por sí misma para lograr los objetivos de desempeño, competitividad, retención y aumento de clientes o incremento de la cobertura de una organización. Es fundamental las responsabilidades básicas de toda la organización para el establecimiento de estrategias, gestión de riesgo y mejoramiento continuo, para obtener un excelente resultado.

Según Philip (2021) nos señala que la capacidad tecnológica del marketing se define como el uso de tecnologías que imitan al ser humano para crear, comunicar, ofrecer y mejorar el valor de la experiencia global del cliente. Comienza por trazar el recorrido del cliente e identificar los puntos donde las tecnologías de marketing pueden añadir valor y mejorar el rendimiento de los profesionales del marketing humano ya que en las empresas se aplican diariamente.

Indicador 3. Innovación

Según Agudelo (2018) nos señala que las innovaciones tecnológicas son constantes, el problema de la seguridad de los sistemas informáticos es un factor importante para considerar la constante necesidad de innovar en los procesos que surgen de la interacción humana ya que por medio de la innovación los aparatos eléctricos son cada vez más especializados e inteligentes. (p. 8).

Según Seclen & Barrutia (2019) nos afirma que actualmente el enfoque de innovación que goza de grandes aceptaciones es de la innovación abierta, que destaca que no hay una única salida para llegar al mercado. Ya que, bajo este planteamiento, la innovación es un proceso altamente interactivo e interdisciplinario que cada vez más involucra la cooperación y asociación entre diversas personas y organizaciones. Por lo tanto, se puede aprovechar las ideas, los talentos, las tecnologías y los recursos que se encuentran al exterior de las

empresas. Luego nos centramos en el proceso de la innovación y constatamos que no existe un único modelo generalmente aceptado. Ya que las empresas son heterogéneas y poseen diferentes rutinas, competencias, capacidades y objetivos estratégicos (p. 7).

Según Bree (2018) nos determina que las métricas de innovación incluyen pedir presupuestos de innovación, crecimientos en ingresos por nuevos productos y servicios que satisfagan al cliente con nuevas expectativas, número de ideas en el embudo de ideación, gasto en I+D como porcentaje de las ventas, porcentaje de las ventas proveniente de nuevos productos y servicios en un periodo de tiempo determinado, número de nuevos productos y servicios lanzados, retornando la inversión de la empresa (p. 39).

Se puede decir que la economía es una ciencia que estudia a todos es decir a empresas, gobiernos porque organiza los recursos que suelen ser escasos por lo general para satisfacer las diferentes necesidades y así tener un mayor bienestar. También se puede recalcar que la tecnología es parte de ello por eso ha impulsado la transformación de la economía global impactando en los estándares de la vida, como preferencias del consumidor y permitir la evolución de la industrialización. Así mismo las innovaciones se aplican con la intención de ser útil para el crecimiento de la productividad y la competitividad para tener una organización exitosa.

Marco conceptual

Gestión de calidad

Según González (2017) nos indica que la gestión de calidad es planificar, asignar recursos y planes de calidad para sus evaluaciones. También son técnicas y actividades para el control de proceso y eliminar las causas que generen comportamientos insatisfactorios en la etapa del ciclo de calidad (p. 10).

Es el ejercicio e instrumental que posee a modo neutral obvia posibles faltas o extravíos en

el juicio de elaboración de los bienes o servicios logrando la satisfacción. Se trata de evitar errores antes que lo ocurran. La jerarquía adentro de la técnica de gestión de una empresa; se aprende de los errores y corregirlos de forma continua y anticiparnos a su aparición.

Satisfacción al cliente

Según Thompson (2019) nos menciona que, en la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y en el mercado meta. Por ello; el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente hasta traspasar las fronteras de mercadotecnia para construirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales como producción, finanzas, y recursos humanos.

Ahora por la realidad actual la satisfacción al cliente es esencial para todas las empresas sin importar el rubro al que se desempeña o pertenezca, ya no basta con llegar al mercado. En la actualidad todo ha cambiado y con ello la forma en la que los consumidores piensan, y esto lleva a la modificación de los hábitos de compra. Del mismo modo para lograr la satisfacción anhelada se verificará paso a paso lo que sucede con el producto o servicio desde que se encuentra dentro de la empresa hasta que llegue al consumidor.

Planeamiento estratégico

Según Camiper (2019) nos manifiesta que un plan estratégico es, básicamente un plan de actuación y acción que define los objetivos para seguir dentro de una empresa, es decir a mediano, largo y corto plazo.

Es una herramienta de gestión que permite establecer el que hacer y el camino que debe recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. Se puede decir que la planeación estratégica no es una herramienta de predicción o de propósito dentro de los eventos que sucederá dentro de la empresa, con más claridad se tiene en cuenta los pronósticos financieros para

su ejecución.

Planeación

Según Custodio (2020) nos manifiesta que la planeación comprende la definición de misiones, objetivos y la definición de las acciones necesarias para lograrlas; requiere tomar decisiones que sean posibles de ejecutar, lo cual consiste en elegir líneas de acción. Los planes proporcionan un enfoque racional para la consecución de los objetivos preseleccionados. Planear exige innovación administrativa; la planeación cubre la brecha que va, donde estamos en la actualidad y hasta donde queremos llegar en un plazo de tiempo determinado. Planeación y control son inseparables, cualquier intento por ejercer un control sin planeación, está condenado al fracaso, se dice que si la gente no sabe a dónde se dirige, no tiene posibilidad de saber si está haciendo bien las cosas, lo cual será posible controlar la pertenencia de su actuación; resultando evidente, que la función de la planeación es proporcionar, las normas de control (p. 8).

Como ya se conoce la planeación es la fase del proceso administrativo en donde se establece la misión, visión, objetivos y estrategias de una organización, la cual es un elemento muy importante para un mejor funcionamiento de las organizaciones porque nos ayuda a fijar prioridades adecuadas.

III. HIPÓTESIS

Según Ñaupas (2019) nos mencina que la hipótesis es una proposición tentativa que pretende ser la respuesta a un problema precisando su solución o explicándolo, además la hipótesis permite interrelacionar la teoría con la práctica. Combina la experiencia y la razón para buscar la verdad. Toda hipótesis se basa en conjeturas prudente de la experiencia, de los resultados de otros estudios o de teorías existentes en la relación al tema.

- En el presente estudio de investigación titulado: *Propuesta de mejora de Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021*; no se planteará una hipótesis por ser una investigación de nivel descriptiva.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo de propuesta.

Según Hernández (2018) nos indica que la investigación no experimental: Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

- Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a las variables Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ninguna modificación.

Según Rodríguez (2020) nos manifiesta que la investigación transversal también conocida transeccional, reúne datos en un momento único del tiempo con la finalidad de describir variables, estudiar su incidencia e interrelación. Los diseños de la investigación transversal se pueden dividir en tres tipos: trasversales exploratorios, trasversales descriptivos y trasversales correlacionales – causales (p. 30)

- Fue transversal porque el estudio de investigación es la propuesta de mejora de la Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2021.

Según Torres (2018) nos manifiesta que los estudios descriptivos pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos,

objetivos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis. Es decir, miden o recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar. En un estudio descriptivo el investigador selecciona una serie de cuestiones (que recordemos denominamos variables) y después recaba información sobre cada una de ellas, para así representar lo que se investiga (describirlo o caracterizarlo)

- Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables la Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Ortega, García & De Juanas (2021) ellos mencionan que es describir algo que no se ha estudiado previamente, establecer comparativos, ver posibles carencias existentes en áreas de conocimiento, hacer una propuesta de mejora y estudiar su viabilidad entre otros. Los objetivos han de ser claros y concisos. Se debe evitar el planteamiento de objetivos compuestos y optar por redactarlos de forma independiente (p. 35).

- Fue de propuesta porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados de la investigación denominada: Propuesta de mejora de Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

4.2. Población y muestra

Población

Según Sánchez & Solís(2021) ellos manifiestan que es un conjunto de personas animales u objetivos que se someta a un estudio estadístico se llama población; se considera más oportuno estudiar la población al completo o utilizar una muestra que justifique nuestra respuesta. También nos manifiesta que se utiliza frecuencias estadísticas para medir la

población y de la misma lograr el objetivo del resultado.

- Se utilizó una población de 6 trabajadores de la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Para ambas variables en estudio, Gestión de calidad y Planeamiento estratégico.

Muestra

Según Hernández(2017) nos indica que la muestra (es un subgrupo de la población o universo), se utiliza por economía de tiempo y recursos además implica definir la unidad de muestreo y de análisis y requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros.

- Se utilizó una muestra de 6 trabajadores de la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Para ambas variables en estudio, Gestión de calidad y Planeamiento estratégico.

Criterios de inclusión

- a. Dueño
- b. Contador
- c. Administrador
- d. Recepcionistas

Criterios de exclusión

- a. clientes
- b. proveedores

4.3. Definición y operacionalización de variable

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacionalización	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Gestión de calidad	Según Cortés (2017) nos manifiesta que la gestión de calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionen productos aceptables por el cliente y a mantener estos procesos bajo control,	Satisfacción al cliente	según Bruni (2017) nos manifiesta que medir la satisfacción al cliente significa tratar de entender, mediante el uso de juicios cuantitativos y cualitativos, el nivel de superposición entre la calidad percibida y la calidad prometida; para ser eficaces, los procesos de análisis de la satisfacción del cliente deben formar parte de sistemas de adquisición de datos capaces de alimentar la estrategia de mejora continua. El índice de satisfacción al cliente es solo uno de los indicadores que la dirección debe considerar para tomar decisiones, o sea una de las fuentes de análisis para las decisiones de mejora. Para alcanzar cierta eficacia será necesario utilizar herramientas y técnicas para sacar la información	Estrategias	¿Con cuanta frecuencia usted realiza nuevas estrategias en la empresa hotel Kiswar?	Escala de Likert
					¿Con cuanta frecuencia cree usted que es importante las estrategias en la empresa?	
				Toma decisiones	¿Con cuanta frecuencia el administrador decide mejorar las habitaciones en la empresa Hotel Kiswar?	
					¿Con cuanta frecuencia usted decide trabajar en equipo en la empresa Hotel Kiswar?	
				Eficacia	¿Con cuanta frecuencia usted les brinda la dirección exacta y un servicio eficaz a los clientes de la empresa Hotel Kiswar?	

<p>proporcionando así confianza tanto a la organización como a sus clientes de su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma consistente para que se mejore o realce la satisfacción de los clientes.</p>		de los clientes que no seríamos capaz de adquirir de otra forma.		
	Liderazgo	<p>Según Delvecchio (2017) nos expresa que se aplica en cualquier organización empresarial. El liderazgo va primero, ya que sin él ninguna organización puede desarrollarse correctamente, y trabajar de manera efectiva. Para establecer ese fin que se ha de tener en mente cada uno debe manifestar su misión personal, en la que precisará los fines que persigue. Estas listas están marcadas por un centro que las determinará y que en cada individuo es diferente: la pareja, la familia, el dinero, o los principios a que hace referencia dinero, o los principios a que hace referencia Covey durante todo el libro. Son precisamente las personas centrales en éstos últimos las que más posibilidades tienen de llevar una vida estable y equilibrada en el plano personal y profesional.</p>	Organizar	<p>¿Usted con cuanta frecuencia se organiza para brindar una mejor atención a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?</p> <p>¿Usted con cuanta frecuencia recibió capacitación en esta organización?</p>
			Personal	<p>¿Con cuanta frecuencia los personales se sienten satisfechos con el salario que perciben en la empresa Hotel Kiswar?</p> <p>¿Con cuanta frecuencia considera usted que los trabajadores son productivos en la empresa?</p>
			Misión	<p>¿Con cuanta frecuencia el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión propuesta por la empresa Hotel Kiswar?</p>

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacionalización	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Planeamiento estratégico	Según González (2019) nos menciona que es de conocimiento general el plan estratégico, pues a lo largo de la historia la planeación a echo parte del proceso administrativo, puesto que desde las	Planeación	Según Zuluaga (2020) nos especifica que todas las actividades que se realizan dentro de cualquier empresa, sea manufacturera o de servicios, requieren de un proceso de planeación y administración, para definir en el presente las acciones que se deben emprender y ejecutar en el futuro, con el propósito de alcanzar satisfactoriamente los objetivos establecidos con anterioridad. Según indica Máttar & Cutervo (2017) nos manifiestan que la planificación contemporánea deriva del hecho de que su surgimiento no implica rechazar ni relegar los enfoques ni las herramientas	Administración	¿Con cuanta frecuencia el administrador plantea mejoras en sus habitaciones para satisfacer las necesidades de los clientes?	Escala de Likert
					¿Con cuanta frecuencia considera usted que la administración es importante dentro de la empresa?	
				Calidad	¿Usted con cuanta frecuencia brinda un servicio de calidad a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	
					¿Usted con cuanta frecuencia realiza propuestas para ofrecer un servicio de calidad a los clientes?	

	generaciones ha tenido gran relevancia en los gobiernos, tanto así que se daba importancia a la administración por medio de prácticas de una buena administración pública y privada.		desarrolladas durante las décadas previas. Hoy en día, la planificación y la gestión se entienden como piezas de un todo complejo. Dada una con su diversidad de órganos y enfoques, la distinción y separación que ambos preservan sentido. Cada uno de ellos reconoce los aportes de la otra e intenta tender puentes e interconexiones.	Importancia	¿Con cuanta frecuencia cree usted que es importante la limpieza en la empresa Hotel Kiswar?
		Competitividad	Según Bermeo (2018) nos menciona que la proliférica literatura teórica y metodológica desarrollada acerca del comercio internacional constituye una de los paradigmas más empleados por la ciencia económica para explicar la competitividad de las naciones. Esto obedece que tradicionalmente el comercio internacional ha estado profundamente unido al devenir de las civilizaciones dominando la actividad económica y generando un impacto significativo en el crecimiento, eficiencia económica, procesos de	Economía	¿Usted con cuanta frecuencia aporta como trabajador a la economía por medio de la empresa Hotel Kiswar?
				Tecnología	¿Usted con cuanta frecuencia les brinda información a los clientes sobre la tecnología en la empresa Hotel Kiswar?
					¿Con cuanta frecuencia cree usted que la tecnología es importante para la empresa?
Innovación	¿Con cuanta frecuencia usted realiza propuestas para ofrecer un valor agregado a los clientes?				

			<p>desarrollo y distribución de los ingresos en todas las naciones.</p> <p>Según Garrell (2021) nos destaca que la importancia determinante es el diseño por lo que respecta a la obtención de productos diferenciales y actualmente innovadoras al ser utilizado simbióticamente con los avances científicos y tecnológicos. No debería olvidarse que el potencial es el diseño que aporta al proceso innovador, la innovación no es suficiente para competir en la economía del conocimiento sino aplicarla con una finalidad clara, que es la mejora continua en un entorno complejo, asimétrico, cambiante y desregularizado donde la clave del éxito reside en la competitividad. La competitividad no puede ignorar la importancia de ser altamente productivos ni despreciar el potencial de la globalización.</p>		<p>¿Usted con cuanta frecuencia realiza cambios innovadores para mejorar las habitaciones de la empresa Hotel Kiswar?</p>	
--	--	--	---	--	---	--

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Según Maream & Díaz(2021) Nos dice analizar e interpretar la pluralidad de las perspectivas que nos muestran los puntos de vista coincidentes y contrapuestos entre el investigador y los sujetos, siendo paradójicamente uno de los aspectos que enriquece y nutre de complejidad y diversidad de técnicas e instrumentos de recolección de información en el análisis y procesamiento de la investigación

- La técnica que se utilizó para el recojo de la información fue la encuesta, lo cual estuvo direccionado a los 6 trabajadores de la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Instrumento

Según Avila & Mendoza (2020) nos menciona que el instrumento incorpora el recurso o medio que ayuda a realizar la investigación, además el uso de técnicas de recolección de información es una etapa donde se inspecciona y se transforman los datos con el objetivo de resaltar información útil, lo que sugiere conclusiones y apoyo a la toma de decisiones.

- El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, elaborado con 20 preguntas; las 10 primeras estuvieron direccionado a las características de Gestión de calidad y las 10 ultimas sobre las características de Planeamiento Estratégico de la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

4.5. Plan de análisis

Según Survey (2021) nos indica que un plan de análisis de datos es un mapa de ruta sobre cómo organizar y analizar los datos de tu encuesta. Este plan debería ayudarte a lograr tres objetivos relacionados con el propósito que se estableció antes de comenzar la encuesta.

- Se utilizó los siguientes programas informáticos para el desarrollo de la

investigación: Microsoft Excel para realizar las tablas y figuras estadísticas. Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación. También se empleó el programa PDF para la presentación final de investigación. Además, se hizo uso el Microsoft Power Point para la elaboración de las diapositivas que se utilizaron en la ponencia y sustentación de la investigación. Asimismo, se usó el programa Turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios. Se utilizó el programa normas APA para realizar las referencias bibliográficas de la investigación.

4.6. Matriz de consistencia

Título	Variabes	Enunciado	Objetivos		Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
Propuesta de mejora de Gestión de Calidad y Planeamiento Estratégico en la micro empresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021	Variable 1: Gestión de calidad	¿La mejora de gestión de calidad y planeamiento estratégico permite un funcionamiento óptimo en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021?	Objetivo general Determinar si la mejora de gestión de calidad y planeamiento estratégico permite un funcionamiento óptimo dentro de la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.	Objetivo específico Analizar las características de satisfacción al cliente en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Determinar las características de liderazgo en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Determinar las características de la planeación en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de	Diseño de la investigación El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo de propuesta Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a las variables Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ninguna modificación. Fue transversal porque el estudio de investigación es la propuesta de mejora de la Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Se desarrolló en un espacio de	Se utilizó una población de 6 trabajador es de la microempr esa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Para ambas variables en estudio, Gestión de calidad y Planeamiento estratégico .	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Plan de análisis Se utilizó los siguientes programas informáticos para el desarrollo de la investigación: Microsoft Excel para realizar las tablas y figuras estadísticas. Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación. También se empleó el programa PDF para la presentación final de investigación.
	Variable 2: Planeamiento estratégico						

				<p>Huánuco, 2021.</p> <p>Definir las características de la competitividad en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y planeamiento estratégico en la empresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.</p>	<p>tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2021.</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables la Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.</p> <p>Fue de propuesta porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados de la investigación denominada: Propuesta de mejora de Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.</p>	<p>Se utilizó una muestra de 6 trabajadores de la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021. Para ambas variables en estudio, Gestión de calidad y Planeamiento estratégico .</p>	<p>Además, se hizo uso el Microsoft Power Point para la elaboración de las diapositivas que se utilizaron en la ponencia y sustentación de la investigación. Asimismo, se usó el programa Tuirnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios. Se utilizó el programa normas APA para realizar las referencias bibliográficas de la investigación.</p>
--	--	--	--	---	---	--	--

4.7. Principios éticos

La presente investigación se realizó bajo los principios éticos del Código de ética para la investigación de la Uladech católica los ángeles de Chimbote, (2021):

Protección a las personas

Se protegió a las personas, puesto que solo se hizo público la información obtenida voluntariamente de la situación que se encuentran en la empresa, mas no la información personal de los trabajadores debido a que no hubo una autorización por parte de ellos para ser publico sus datos personales, razón por lo cual se mantuvo el respeto a su privacidad dentro de la investigación.

Libre participación y derechos a estar informado

El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, contemplado en el consentimiento informado. Además de la petición de participación hacia los trabajadores y el dueño, lectura del documento, su aceptación y firma en dicho consentimiento. También se aclararon las dudas de los encargados de la empresa relacionada a la información brindada con el fin de otorgarles mayor seguridad en su investigación.

Beneficencia y no maleficencia

Porque la información obtenida fue de uso para fines académicos, respetando el bienestar en todo momento de las personas voluntarias que participaron en la investigación. Además, beneficiará a la empresa brindando información para mejorar su gestión y ayudará a lograr sus objetivos propuestos.

Cuidado de medio ambiente y biodiversidad

Se respetó el uso adecuado de las energías elécticas y protegió con el uso responsable del papel para el cuidado del medio ambiente que va más allá de los fines científicos. Nos corresponde tomar acciones para prevenir daños, minimizar los efectos no

deseados. En esta investigación se respetó el ambiente no contaminado y siempre difundiendo las buenas prácticas para la mejora del clima de nuestra región.

Justicia

Porque el trabajo de investigación se realizó bajo el cumplimiento de las normas y reglamentos de la universidad, y haciendo uso de las buenas prácticas académicas teniendo en cuenta el trato equitativo con las personas que participaron el proceso de la investigación. También se indicó que, si deseaban conocer los resultados de la investigación, se les haría llegar una copia de la información al representante de la empresa.

Integridad científica

La investigación se realizó con datos reales los cuales fueron obtenidos a través de la técnica de la encuesta. Asimismo, se consideró este principio ético toma como referencia a los diferentes autores para las bases de esta investigación sin manipular sus afirmaciones. Consentimiento informado y expreso: La información publicada se hizo con el consentimiento de las personas involucradas en la investigación.

V. RESULTADOS

5.1.Resultado

Tabla 1

Características de Satisfacción al cliente en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Características de satisfacción al cliente	N	%
Realiza nuevas estrategias en la empresa		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	3	50.00
Casi nunca	1	17.00
Nunca	1	17.00
Total	6	100.00
Son importantes las estrategias		
Siempre	2	33.00
Casi siempre	2	33.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	1	17.00
Total	6	100.00
El administrador decide mejorar las habitaciones		
Siempre	2	33.00
Casi siempre	2	33.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	1	17.00
Total	6	100.00
Trabajo en equipo		
Siempre	3	50.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	1	17.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
Brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes		
Siempre	5	83.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores y dueño de la empresa Hotel Kiswar, 2022

Tabla 2

Características de liderazgo en la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Características de liderazgo	N	%
Organización para una mejor atención		
Siempre	3	50.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	2	33.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
Recibió capacitación		
Siempre	1	17.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	3	50.00
Total	6	100.00
los trabajadores se sienten satisfecho con el salario		
Siempre	1	17.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	4	67.00
Total	6	100.00
Los trabajadores son productivos		
Siempre	4	67.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
El dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión		
Siempre	1	17.00
Casi siempre	4	67.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores y dueño de la empresa Hotel Kiswar, 2022.

Tabla 3

Características de la planeación en la Microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Características de la planeación	N	%
El administrador plantea mejoras en sus habitaciones		
Siempre	1	17.00
Casi siempre	2	33.00
A veces	2	33.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	1	17.00
Total	6	100.00
La administración es importante dentro de la empresa		
Siempre	6	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
Brinda un servicio de calidad a los clientes		
Siempre	3	50.00
Casi siempre	2	33.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
Realiza propuestas para ofrecer un servicio de calidad		
Siempre	2	33.00
Casi siempre	2	33.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	1	17.00
Total	6	100.00
Es importante la limpieza en la empresa		
Siempre	5	83.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores y dueño de la empresa Hotel Kiswar, 2022.

Tabla 4

Características de la competitividad en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Características de la competitividad	N	%
Aporta como trabajador a la economía		
Siempre	3	50.00
Casi siempre	2	33.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
Brinda información a los clientes sobre la tecnología		
Siempre	5	83.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
La tecnología es importante para la empresa		
Siempre	6	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
Realizar propuestas para ofrecer un valor agregado		
Siempre	2	33.00
Casi siempre	2	33.00
A veces	2	33.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	6	100.00
Realizar cambios innovadores para mejorar las habitaciones		
Siempre	1	17.00
Casi siempre	1	17.00
A veces	1	17.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	3	50.00
Total	6	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores y dueño de la empresa Hotel Kiswar, 2022.

Tabla 5

Propuesta de mejora de gestión de calidad y planeamiento estratégico en la empresa

Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Problemas encontramos-Resultados	Surgimiento del Problema	Acción de mejora Problema	Responsable
Dificultad para realizar nuevas estrategias en la empresa	Solo a, veces realizan estrategias porque no cuentan con expertos y no se sienten motivados por falta de comunicación con el administrador y no cuentan con conocimiento para realizar las estrategias adecuadas.	<p>Los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben implementar los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en visión, misión y valores también en estrategias de marketing para impulsar la publicidad online en las redes sociales como Instagram, Facebook, Tic Tok entre otros. - Comunicación adecuada para poder identificar los propósitos y objetivos de la empresa para lograr una gestión de calidad favorable y también para brindar una información correcta a los clientes y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos - Capacitación en temas de gestión, en estrategias empresariales y servicio para evitar pérdidas y recursos económicos. - Habilitar espacio para el trabajo en equipo y delegar funciones para una mejor gestión y presentación de la empresa Hotel Kiswar 	El dueño
Los trabajadores no recibieron capacitación	La mayoría de los trabajadores nunca recibieron capacitación por falta de conocimiento, no cuentan con especialistas y tampoco realizan talleres por falta de recursos	<p>Los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben capacitarse para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para poder brindar un servicio de calidad a los clientes y tener información correcta para satisfacer las expectativas de los clientes. - Les dará a conocer las herramientas y habilidades necesarias para interactuar en el entorno laboral y así cumplir con el trabajo que se les encomienda y cumplir con las expectativas del cliente. - Tendrán un mejor conocimiento sobre 	El dueño

	económicos.	<p>técnicas, herramientas y actitudes para cumplir las tareas con mayor facilidad, además estarán preparados para nuevos retos que se puedan suscitar con el transcurso del tiempo y tendrán mayor rendimiento en las labores que desempeñan cada uno de ellos, para el beneficio de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los especialistas en talleres les proporcionarán conocimientos sobre valores y pautas para trabajar en equipo, información adecuada para una mejor gestión. También ayudará a los trabajadores ser creativos y tener control emocional, reduciendo los niveles de ansiedad y estrés. 	
El personal no se siente satisfechos con el salario.	Los trabajadores nunca se sienten satisfechos con el salario por falta de comunicación con el administrador y además se sienten desmotivados porque no lo toman importancia la situación emocional de cada uno de ellos, no trabajan con compromiso por falta de incentivos.	<p>El administrador de la empresa Hotel Kiswar deben tomar en cuenta lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los trabajadores deben estar motivados para mejorar la comunicación entre ellos, y en la empresa aprenderán a tratarse con respeto, tendrán herramientas necesarias para cumplir sus funciones, tendrán oportunidades de crecimiento, sentirán que en puesto que desempeña es correcto y trabajan con autonomía. Así mismo ayudará el crecimiento de la empresa Hotel Kiswar. - Clima laboral ayudará a reconocer los logros de los trabajadores, flexibilidad en el lugar del trabajo y darles autonomía en la labor que desempeña. Además, se sugiere programar actividades fuera del trabajo para salir de la rutina diaria y ser capaces de lograr el éxito. <p>Incentivos económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Premiar al personal económicamente por sus habilidades y destrezas y así se sentirá comprometido con la empresa. <p>Incentivos no económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - flexibilidad en los horarios y dar oportunidades a los que aún siguen realizando sus estudios académicos. - Ofrecer días de descanso porque será uno de 	El dueño

		<p>los incentivos más valorados para los trabajadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconocimientos por su trabajo eficaz que realiza dentro de la empresa, este gesto marcará la diferencia y creará la conexión entre trabajador y empleador. 	
<p>No realizan cambios innovadores para mejorar las habitaciones.</p>	<p>Nunca realizan cambios innovadores en las habitaciones por falta de recursos económicos, también por falta de conocimientos adecuados y no cuentan con expertos en la materia para su buen funcionamiento de las habitaciones.</p>	<p>El administrador y los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben implementar los siguiente como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decoración para un ambiente acogedor y permita a los clientes tener una buena impresión y se sientan satisfechos. Además, se logrará que vuelvan a elegir a Hotel Kiswar por un espacio acogedor y práctico contando con la comodidad por encima de todo. - Implementación de muebles, es decir armario con perchas que permita a los huéspedes acomodar sus prendas en los armarios durante la estancia. - Mesas de escritorio para que los huéspedes puedan sentirse cómodo al momento de realizar algún tipo de documentación. - Servicios higiénicos con implementación de agua temperada y servicios básicos. - Implementación de todo tipo de bebidas en cada habitación debidamente refrigeradas ya que esto ayudará a vender bebidas de manera rápida sin tener la necesidad de ofrecerlos con ello se obtendrá recursos económicos favorables diariamente. 	<p>El dueño</p>

PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA HOTEL KISWAR DEL DISTRITO, HUÁNUCO.

1. Datos generales

- **Nombre o razón social:** Hotel Kiswar Ruc: 1022500487
- **Giro de la empresa:** Servicio
- **Dirección:** Jirón Huánuco N° 613
- **Nombre del representante:** Walter Antonio Rojas Ponce (Dueño)
- **Historia:**

La microempresa Hotel Kiswar del distrito de Huánuco surgió el año 2019 lo cual se construyó con la finalidad de brindar servicios hoteleros a los clientes las 24 horas del día; tiene una infraestructura de 10 pisos lo cual tiene 28 cuartos habilitados hasta el momento.

2. Misión

Brindar un servicio hotelero de excelencia ofrecer a los huéspedes hospitalidad, por medio de un trabajador o personal altamente motivado lo cual permita superar las expectativas de los clientes.

3. Visión

Convertirnos en una empresa de prestigio hotelero a nivel local, nacional e internacional provocando el desarrollo empresarial y turismo de la ciudad de Huánuco; ofreciendo un servicio personalizado que permita la satisfacción a nuestros clientes. Siempre comprometidos con la mejora continua de nuestras habitaciones y con nuestra cultura.

4. Objetivos estratégicos

Compromiso: Trabajamos en equipo, para alcanzar las metas y objetivos de la empresa.

Marketing: Realizar un estudio de mercado y así evaluar la posibilidad de la empresa también realizando publicidad y promoción.

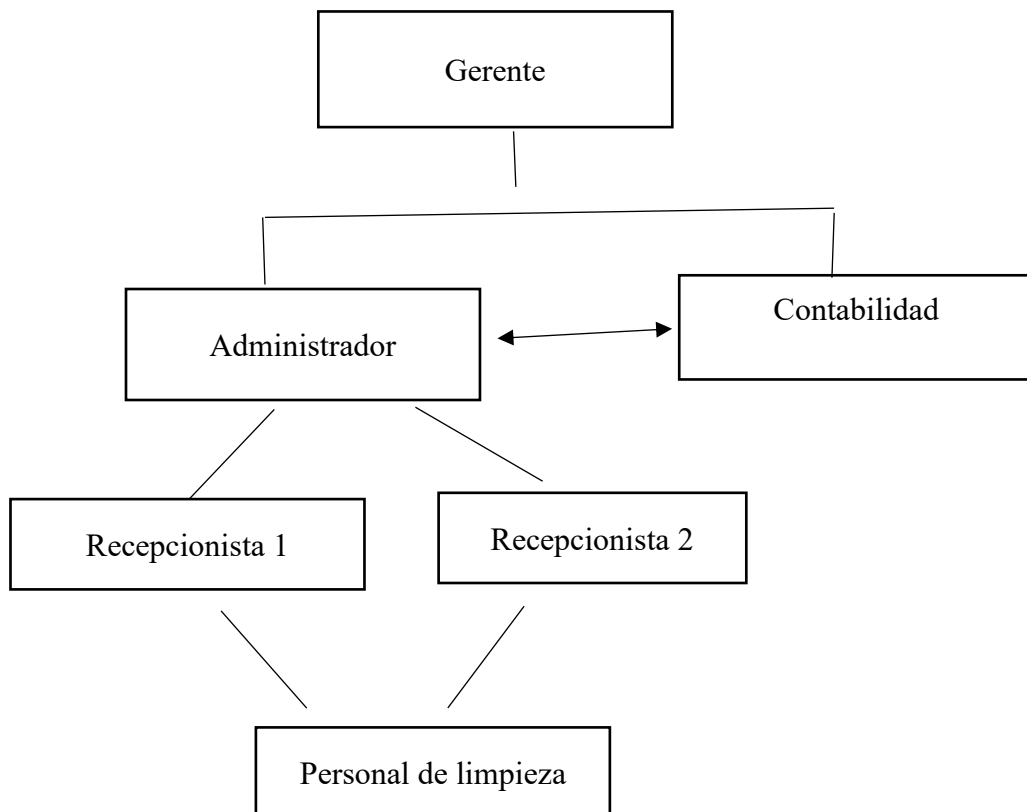
Personal: formar métodos de reclutamiento con capacidad aptos para la empresa que permita fortalecer cada área generalizado el servicio y la motivación.

Servicio: trabajar especialmente dedicado a la satisfacción y que sea de calidad por intermedio de cada función que desempeña.

5. Productos y/o servicios

- La empresa Hotel Kiswar se dedica a la venta de servicios de hotelero como hospedaje las 24 horas del día que ofrece por días, horas, semanas, etc.

6. Organigrama



6.1 Descripción de funciones

Gerencia	
Cargo	Gerente
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Experiencia de 5 años - Licenciado en administración - Conocimiento en administración de empresas - Capacitación constate para adaptarse a los cambios que se suscitan.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Planificar -Organizar -Evaluar al administrador -Reuniones con el contador

Administrador	
Cargo	Administrador
Perfil	n administración <ul style="list-style-type: none"> -Experiencia 2 años -Superior -Conocimiento practico
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Administrador -Planificar -Organizar -Evaluar a los trabajadores -Reuniones con el contador y gerente

--	--

Contabilidad	
Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Licenciado en contabilidad -Experiencia 5 años -Habilitación profesional -Conocimiento en normas legales
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborar los estados financieros -Realiza auditoria -Proporciona asesoría financiera -Analiza los registros contables

Recepcionista 1 (turno día)	
Cargo	Recepcionista
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Experiencia 1 año - Bachiller en turismo y hotelería -Conocimiento teórico

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Habilitar habitaciones en programa Excel - Recepcionar clientes - Identificar los datos de los clientes -Caja chica -Verificar las habitaciones
-----------	---

Recepcionista 1 (turno día)	
Cargo	Recepcionista
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Experiencia 1 año - Bachiller en turismo y hotelería -Conocimiento teórico
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Habilitar habitaciones en programa Excel - Recepcionar clientes - Identificar los datos de los clientes -Caja chica -Verificar las habitaciones

Personal de limpieza	
Cargo	Limpieza
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Experiencia 2 años -Secundaria completa -Conocimiento practico
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Habilitar habitaciones para la venta -limpieza de calidad -lavandería

7. Diagnostico general

<p>Análisis FODA</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Posibilidad a expandirse a otras ciudades. ❖ Ubicación ideal para facilitar a los clientes. ❖ Crecimiento en el mercado ❖ Alianzas estratégicas ❖ Clientes satisfechos 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Competencias ❖ La inseguridad ciudadana ❖ Rotación del personal ❖ comentarios negativos de los clientes ❖ cambios de autoridades políticos. ❖ Pandemia
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Tiene una ventaja competitiva con respecto a los precios ya que son flexibles. ❖ Trabajo en equipo dentro del hotel. ❖ Estándares establecidos por cada nivel. ❖ Experiencia para competir con los demás hoteles de la región. ❖ Limpieza de calidad ❖ habilidades tecnológicas 	<p>F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementar nuevas estrategias para seguir con la vanguardia. ❖ Establecer estándares de estudio de mercado para seguir en las cadenas de uno de los mejores. ❖ Trabajar con personas capaces de trabajar en equipo y con compromiso. ❖ Ofrecer servicio de calidad e innovar para sorprender a la clientela. 	<p>F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Trabajar en el perfeccionamiento de la capacidad utilizando técnicas administrativas que permita que la empresa tenga un rendimiento continuo frente a los demás competidores. ❖ Establecer mejoras para lograr una buena gestión empresarial. ❖ Establecer técnicas para adaptación de nuevos trabajadores. ❖ Estar preparados para los nuevos cambios.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ El área donde está ubicado no se encuentra con plaza de estacionamiento. ❖ El costo de las habitaciones puede estar a un precio elevado. ❖ No cuentan con ascensor eléctrico. ❖ El dueño no tiene conocimientos sobre hotelería. ❖ Trabajadores sin experiencia 	<p>D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Mejorar la infraestructura ❖ El local requiere de pintado y limpieza ❖ Apertura reciente del hotel Kiswar ❖ Implementar talleres de capacitación ❖ Mantener un clima laboral adecuado. ❖ El ambiente de las habitaciones debe estar aromatizado para un descanso placentero. 	<p>D-A</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Se busca brindar un servicio de calidad de la empresa ya que ello permitirá que los clientes se fidelicen y así se posicione en el mercado y en la mente de los clientes para lograr ser reconocido; del mismo modo poder adquirir financiamientos o créditos de los bancos para contar con respaldo económico y mejorar la calidad de la infraestructura.

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación dentro de la empresa Hotel Kiswar
Dificultad para realizar nuevas estrategias en la empresa	La mayoría de los trabajadores solo a, veces realizan estrategias porque no cuentan con expertos y no se sienten motivados por falta de comunicación con el administrador y no cuentan con conocimiento para realizar las estrategias adecuadas. Esto quiere decir que es por el escaso conocimiento que tienen y falta de comunicación y falta de capacitación y trabajo en equipo.
Los trabajadores no recibieron capacitación	La mayoría de los trabajadores nunca recibieron capacitación por falta de conocimiento, no cuentan con especialistas y tampoco realizan talleres por falta de recursos económicos y por eso ellos se sienten cansados y desmotivados además se puede decir que les falta conocer la visión, misión y valores, técnicas, herramientas para el beneficio de la empresa.
El personal no se siente satisfechos con el salario.	La mayoría de los trabajadores nunca se sienten satisfechos con el salario por falta de comunicación con el administrador y además se sienten desmotivados, no trabajan con compromiso por falta de incentivos y no tienen clima laboral adecuada.
No realizan cambios innovadores para mejorar las habitaciones.	La mayoría de los trabajadores dicen que nunca realizan cambios innovadores en las habitaciones por falta de recursos económicos, también por falta de conocimientos adecuados y no cuentan con expertos en la materia para su buen funcionamiento de las habitaciones. También falta decoraciones, falta de implementación de muebles, falta mesas de escritorio para que los huéspedes puedan sentirse cómodo al momento de realizar algún tipo de documentación, implementación de agua temperada en los servicios higiénicos y falta de implementación de bebidas refrigeradas

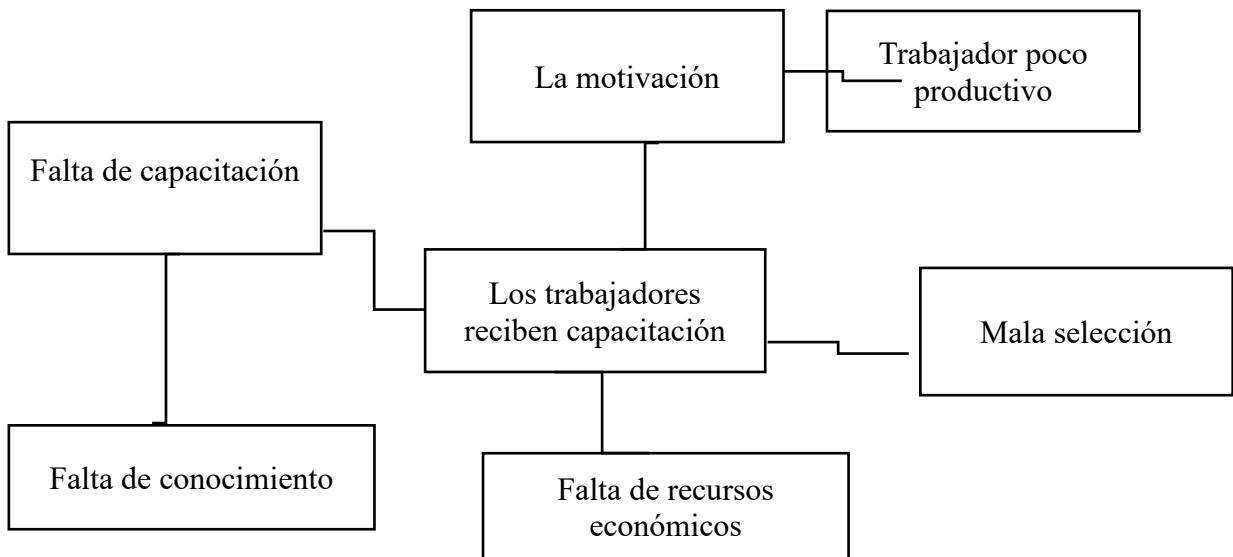
	en cada uno de las habitaciones.
--	----------------------------------

9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del Problema
Dificultad para realizar nuevas estrategias en la empresa	Solo a, veces realizan estrategias porque no cuentan con expertos y no se sienten motivados por falta de comunicación con el administrador y no cuentan con conocimiento para realizar las estrategias adecuadas.	La mayoría de los trabajadores solo a, veces realizan estrategias porque no cuentan con expertos y no se sienten motivados por falta de comunicación con el administrador y no cuentan con conocimiento para realizar las estrategias adecuadas. Esto quiere decir que es por el escaso conocimiento que tienen y falta de comunicación y falta de capacitación y trabajo en equipo.
Los trabajadores no recibieron capacitación	La mayoría de los trabajadores nunca recibieron capacitación por falta de conocimiento, no cuentan con especialistas y tampoco realizan talleres por falta de recursos económicos.	La mayoría de los trabajadores nunca recibieron capacitación por falta de conocimiento, no cuentan con especialistas y tampoco realizan talleres por falta de recursos económicos y por eso ellos se sienten cansados y desmotivados además se puede decir que les falta conocer la visión, misión y valores, técnicas, herramientas para el beneficio de la empresa.
El personal no se siente satisfechos con el salario.	Los trabajadores nunca se sienten satisfechos con el salario por falta de comunicación con el administrador y además se sienten desmotivados porque no lo toman importancia la situación emocional de cada uno de ellos, no trabajan con compromiso por falta de	La mayoría de los trabajadores nunca se sienten satisfechos con el salario por falta de comunicación con el administrador y además se sienten desmotivados, no trabajan con compromiso por falta de incentivos y no tienen clima laboral adecuada.

	incentivos.	
No realizan cambios innovadores para mejorar las habitaciones.	Nunca realizan cambios innovadores en las habitaciones por falta de recursos económicos, también por falta de conocimientos adecuados y no cuentan con expertos en la materia para su buen funcionamiento de las habitaciones.	La mayoría de los trabajadores dicen que nunca realizan cambios innovadores en las habitaciones por falta de recursos económicos, también por falta de conocimientos adecuados y no cuentan con expertos en la materia para su buen funcionamiento de las habitaciones. También falta decoraciones, falta de implementación de muebles, falta mesas de escritorio para que los huéspedes puedan sentirse cómodo al momento de realizar algún tipo de documentación, implementación de agua temperada en los servicios higiénicos y falta de implementación de bebidas refrigeradas en cada uno de las habitaciones.

10. Causas



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Dificultad para realizar nuevas estrategias en la empresa	Solo a, veces realizan estrategias porque no cuentan con expertos y no se sienten motivados por falta de comunicación con el administrador y no cuentan con conocimiento para realizar las estrategias adecuadas.	<p>Los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben implementar los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en visión, misión y valores también en estrategias de marketing para impulsar la publicidad online en las redes sociales como Instagram, Facebook, Tic Tok entre otros. - Comunicación adecuada para poder identificar los propósitos y objetivos de la empresa para lograr una gestión de calidad favorable y también para brindar una información correcta a los clientes y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos - Capacitación en temas de gestión, en estrategias empresariales y servicio para evitar pérdidas y recursos económicos. - Habilitar espacio para el trabajo en equipo y delegar funciones para una mejor gestión y presentación de la empresa Hotel Kiswar.
Los trabajadores no recibieron capacitación	La mayoría de los trabajadores nunca recibieron capacitación por falta de conocimiento, no cuentan con especialistas y tampoco realizan talleres por falta de recursos económicos.	<p>Los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben capacitarse para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para poder brindar un servicio de calidad a los clientes y tener información correcta para satisfacer las expectativas de los clientes. - Les dará a conocer las herramientas y habilidades necesarias para interactuar en el entorno laboral y así cumplir con el trabajo que se les encomienda y cumplir con las expectativas del cliente. - Tendrán un mejor conocimiento sobre técnicas, herramientas y actitudes para cumplir las tareas con mayor facilidad,

		<p>además estarán preparados para nuevos retos que se puedan suscitar con el transcurso del tiempo y tendrán mayor rendimiento en las labores que desempeñan cada uno de ellos, para el beneficio de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los especialistas en talleres les proporcionaran conocimientos sobre valores y pautas para trabajar en equipo, información adecuada para una mejor gestión. También ayudará a los trabajadores ser creativos y tener control emocional, reduciendo los niveles de ansiedad y estrés.
<p>El personal no se siente satisfechos con el salario.</p>	<p>Los trabajadores nunca se sienten satisfechos con el salario por falta de comunicación con el administrador y además se sienten desmotivados porque no lo toman importancia la situación emocional de cada uno de ellos, no trabajan con compromiso por falta de incentivos.</p>	<p>El administrador de la empresa Hotel Kiswar deben tomar en cuenta lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los trabajadores deben estar motivados para mejorar la comunicación entre ellos, y dentro de la empresa aprenderán a tratarse con respeto, tendrán herramientas necesarias para cumplir sus funciones, tendrán oportunidades de crecimiento, sentirán que en puesto que desempeña es correcto y trabajan con autonomía. Así mismo ayudará el crecimiento de la empresa Hotel Kiswar. - Clima laboral ayudará a reconocer los logros de los trabajadores, flexibilidad en el lugar del trabajo y darles autonomía en la labor que desempeña. Además, se sugiere programar actividades fuera del trabajo para salir de la rutina diaria y ser capaces de lograr el éxito. <p>Incentivos económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Premiar al personal económicamente por sus habilidades y destrezas y así se sentirá comprometido con la empresa. <p>Incentivos no económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - flexibilidad en los horarios y dar oportunidades a los que aún siguen realizando sus estudios académicos.

		<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer días de descanso porque será uno de los incentivos más valorados para los trabajadores. <p>Reconocimientos por su trabajo eficaz que realiza dentro de la empresa, este gesto marcará la diferencia y creará la conexión entre trabajador y empleador.</p>
No realizan cambios innovadores para mejorar las habitaciones.	Nunca realizan cambios innovadores en las habitaciones por falta de recursos económicos, también por falta de conocimientos adecuados y no cuentan con expertos en la materia para su buen funcionamiento de las habitaciones.	<p>El administrador y los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben implementar los siguiente como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decoración para un ambiente acogedor y permita a los clientes tener una buena impresión y se sientan satisfechos. Además, se logrará que vuelvan a elegir a Hotel Kiswar por un espacio acogedor y práctico contando con la comodidad por encima de todo. - implementación de muebles, es decir armario con perchas que permita a los huéspedes acomodar sus prendas en los armarios durante la estancia. - Mesas de escritorio para que los huéspedes puedan sentirse cómodo al momento de realizar algún tipo de documentación. - Servicios higiénicos con implementación de agua temperada y servicios básicos. - Implementación de todo tipo de bebidas en cada habitación debidamente refrigeradas ya que esto ayudará a vender bebidas de manera rápida sin tener la necesidad de ofrecerlos con ello se obtendrá recursos económicos favorables diariamente.

12. Recursos para la implantación de las estrategias

N	Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo

1	<p>Los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben implementar los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en visión, misión y valores también en estrategias de marketing para impulsar la publicidad online en las redes sociales como Instagram, Facebook, Tic Tok entre otros. - Comunicación adecuada para poder identificar los propósitos y objetivos de la empresa para lograr una gestión de calidad favorable y también para brindar una información correcta a los clientes y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos - Capacitación en temas de gestión, en estrategias empresariales y servicio para evitar pérdidas y recursos económicos. <p>Habilitar espacio para el trabajo en equipo y delegar funciones para una</p>	Los trabajadores, y el administrador	3,000	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Impresora 	3 meses
---	---	--------------------------------------	-------	--	---------

	mejor gestión y presentación de la empresa Hotel Kiswar.				
2	<p>Los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben capacitarse para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para poder brindar un servicio de calidad a los clientes y tener información correcta para satisfacer las expectativas de los clientes. - Les dará a conocer las herramientas y habilidades necesarias para interactuar en el entorno laboral y así cumplir con el trabajo que se les encomienda y cumplir con las expectativas del cliente. - Tendrán un mejor conocimiento sobre técnicas, herramientas y actitudes para cumplir las tareas con mayor facilidad, además estarán preparados para nuevos retos que se puedan suscitar con el transcurso del 	Los trabajadores, y el administrador	1000	<ul style="list-style-type: none"> - Pos máquina para cobrar con tarjeta. - Computadora - Internet. 	2 semanas

	<p>tiempo y tendrán mayor rendimiento en las labores que desempeñan cada uno de ellos, para el beneficio de la empresa.</p> <p>Los especialistas en talleres les proporcionarán conocimientos sobre valores y pautas para trabajar en equipo, información adecuada para una mejor gestión. También ayudará a los trabajadores ser creativos y tener control emocional, reduciendo los niveles de ansiedad y estrés.</p>				
3	<p>El administrador de la empresa Hotel Kiswar deben tomar en cuenta lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los trabajadores deben estar motivados para mejorar la comunicación entre ellos, y dentro de la 	Los trabajadores, el administrador	7.000	Internet computadora	Mensual

	<p>empresa aprenderán a tratarse con respeto, tendrán herramientas necesarias para cumplir sus funciones, tendrán oportunidades de crecimiento, sentirán que en puesto que desempeña es correcto y trabajan con autonomía. Así mismo ayudará el crecimiento de la empresa Hotel Kiswar.</p> <p>- Clima laboral ayudará a reconocer los logros de los trabajadores, flexibilidad en el lugar del trabajo y darles autonomía en la labor que desempeña. Además, se sugiere programar actividades fuera del trabajo para salir de la rutina diaria y ser capaces de lograr el éxito.</p> <p>Incentivos económicos</p> <p>- Premiar al personal económicamente por sus habilidades y</p>				
--	--	--	--	--	--

	<p>destrezas y así se sentirá comprometido con la empresa.</p> <p>Incentivos no económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - flexibilidad en los horarios y dar oportunidades a los que aún siguen realizando sus estudios académicos. - Ofrecer días de descanso porque será uno de los incentivos más valorados para los trabajadores. <p>Reconocimientos por su trabajo eficaz que realiza dentro de la empresa, este gesto marcará la diferencia y creará la conexión entre trabajador y empleador.</p>				
4	<p>El administrador y los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben implementar los siguiente como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decoración para un ambiente acogedor y permita a los clientes tener una buena impresión y se sientan satisfechos. Además, se 	El dueño y administrador	20.000	<ul style="list-style-type: none"> - Computadora - Internet 	3 meses

	<p>logrará que vuelvan a elegir a Hotel Kiswar por un espacio acogedor y práctico contando con la comodidad por encima de todo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - implementación de muebles, es decir armario con perchas que permita a los huéspedes acomodar sus prendas en los armarios durante la estancia. - Mesas de escritorio para que los huéspedes puedan sentirse cómodo al momento de realizar algún tipo de documentación. - Servicios higiénicos con implementación de agua templada y servicios básicos. - Implementación de todo tipo de bebidas en cada habitación debidamente refrigeradas ya que esto ayudará a vender bebidas de manera rápida sin tener la necesidad de 				
--	---	--	--	--	--

	ofrecerlos con ello se obtendrá recursos económicos favorables diariamente.				
--	---	--	--	--	--

Cronograma de actividades

N	Estrategias	Inicio	Termino	Marzo				Abril				Mayo			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<p>Los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben implementar los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en visión, misión y valores también en estrategias de marketing para impulsar la publicidad online en las redes sociales como Instagram, Facebook, Tic Tok entre otros. - Comunicación adecuada para poder identificar los propósitos y objetivos de la empresa para lograr una gestión de calidad favorable y también para brindar una información correcta a los clientes y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos 	01/03/2022	30/06/2022	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación en temas de gestión, en estrategias empresariales y servicio para evitar pérdidas y recursos económicos. - Habilitar espacio para el trabajo en equipo y delegar funciones para una mejor gestión y presentación de la empresa Hotel Kiswar. 																	
2	<p>Los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben capacitarse para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para poder brindar un servicio de calidad a los clientes y tener información correcta para satisfacer las expectativas de los clientes. - Les dará a conocer las herramientas y habilidades necesarias para interactuar en el entorno laboral y así cumplir con el trabajo que se les encomienda y cumplir con las expectativas del cliente. - Tendrán un mejor conocimiento 	01/03/2022	30/06/2022	x	x													

	<p>sobre técnicas, herramientas y actitudes para cumplir las tareas con mayor facilidad, además estarán preparados para nuevos retos que se puedan suscitar con el transcurso del tiempo y tendrán mayor rendimiento en las labores que desempeñan cada uno de ellos, para el beneficio de la empresa.</p> <p>- Los especialistas en talleres les proporcionaran conocimientos sobre valores y pautas para trabajar en equipo, información adecuada para una mejor gestión. También ayudará a los trabajadores ser creativos y tener control emocional, reduciendo los niveles de ansiedad y estrés.</p>														
3	<p>El administrador de la empresa Hotel Kiswar deben tomar en cuenta lo siguiente:</p> <p>- Los trabajadores deben estar</p>	01/03/2022	30/06/2022				x					x			x

	<p>motivados para mejorar la comunicación entre ellos, y dentro de la empresa aprenderán a tratarse con respeto, tendrán herramientas necesarias para cumplir sus funciones, tendrán oportunidades de crecimiento, sentirán que en puesto que desempeña es correcto y trabajan con autonomía. Así mismo ayudará el crecimiento de la empresa Hotel Kiswar.</p> <p>- Clima laboral ayudará a reconocer los logros de los trabajadores, flexibilidad en el lugar del trabajo y darles autonomía en la labor que desempeña. Además, se sugiere programar actividades fuera del trabajo para salir de la rutina diaria y ser capaces de lograr el éxito.</p> <p>Incentivos económicos</p>								
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Premiar al personal económicamente por sus habilidades y destrezas y así se sentirá comprometido con la empresa. <p>Incentivos no económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - flexibilidad en los horarios y dar oportunidades a los que aún siguen realizando sus estudios académicos. - Ofrecer días de descanso porque será uno de los incentivos más valorados para los trabajadores. - Reconocimientos por su trabajo eficaz que realiza dentro de la empresa, este gesto marcará la diferencia y creará la conexión entre trabajador y empleador. 															
4	<p>El administrador y los trabajadores de la empresa Hotel Kiswar deben implementar los siguiente como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decoración para un ambiente acogedor y 	01/03/2022	30/06/2022	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

<p> permita a los clientes tener una buena impresión y se sientan satisfechos. Además, se logrará que vuelvan a elegir a Hotel Kiswar por un espacio acogedor y práctico contando con la comodidad por encima de todo. </p> <ul style="list-style-type: none"> - implementación de muebles, es decir armario con perchas que permita a los huéspedes acomodar sus prendas en los armarios durante la estancia. - Mesas de escritorio para que los huéspedes puedan sentirse cómodo al momento de realizar algún tipo de documentación. - Servicios higiénicos con implementación de agua templada y servicios básicos. - Implementación de todo tipo de bebidas en cada habitación debidamente 								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

	refrigeradas ya que esto ayudará a vender bebidas de manera rápida sin tener la necesidad de ofrecerlos con ello se obtendrá recursos económicos favorables diariamente.														
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características de Satisfacción al cliente en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021

Realizan nuevas estrategias en la empresa: El 50 % de los trabajadores manifestaron que a veces realizan nuevas estrategias en la empresa (tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Arenas (2020) quien en su estudio manifestó que el 60% de los encuestados consideran mejorar la calidad del servicio con las estrategias que utiliza para la satisfacción del cliente. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores indican que a veces realizan nuevas estrategias en la empresa. Esto representa que la estrategia es un indicador necesario para la empresa y aplicarla con técnicas producirá ganancia y beneficiará a corto y largo plazo al negocio.

Son importantes las estrategias: El 33% de los trabajadores manifestaron que siempre el administrador decide mejorar las habitaciones (tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación Calle (2018) quien manifestó que el 55% de los encuestados respondieron que si consideran importante el velar por la estructura de la empresa en la planeación estratégica. Esto demuestra que la minoría de los trabajadores indicaron que siempre son importantes las estrategias. Esto representa que la estrategia se debe plantear cada cierto tiempo para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

El administrador decide mejorar las habitaciones: El 33% de los trabajadores manifestaron que casi siempre el administrador decide mejorar las habitaciones (tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Glicerio (2018) quien nos señaló que el 42,86% de los representantes casi siempre formulan y se implementan planes de mejora. Esto demuestra que la minoría de los

trabajadores mencionaron que casi siempre el administrador decide mejorar las habitaciones. Esto significa que es sustancial mejorar las habitaciones para satisfacer las necesidades a los clientes, asimismo mejorar la infraestructura del Hotel Kiswar. Trabajan en equipo: El 50% de los trabajadores manifestaron que siempre trabajan en equipo (tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Hernández (2017) quien indicó en las bases teóricas que el liderazgo son habilidades que puede contribuir el grado de liderazgo necesario para desarrollarlo con éxito dentro de la empresa y la conducción de equipos de trabajo. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores siempre trabajan en equipo. Esto indica que el trabajo en equipo se realiza para mejorar los recursos económicos de la empresa.

Brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes: El 83% de los trabajadores manifestaron que siempre brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes (tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de González, Alonso, & Berrocal (2017) quien nos mencionó en las bases teóricas que la eficacia de la información se debe analizar en distintos puntos de vista, tratando de conocer el punto de las acciones formativas, en función de los objetivos. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores siempre brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes. Esto quiere decir, que la eficacia en una empresa es de suma importancia para fidelizar a los clientes y generar ganancia para la organización.

Tabla 2

Características de liderazgo en la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021

Organización para una mejor atención: El 50% de los trabajadores manifestaron que

siempre se organizan para una mejor atención (tabla 2). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Calle (2018) que muestra el 42% de los encuestados consideraron que el factor fundamental en una empresa es la atención personalizada. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores siempre se organizan para una mejor atención. La atención al cliente se basa mayormente a la satisfacción a sus necesidades de los clientes y que el servicio sea de calidad para lograr resultados favorables.

Recibió capacitación: El 50% de los trabajadores manifestaron que nunca recibieron capacitación (tabla 2). Estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación de Claudio (2021) quien observó que el 32.5% manifiesta que casi siempre recibe capacitaciones en cuanto a las labores de control y el cumplimiento de los objetivos. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores nunca recibieron capacitación. Se resalta que la capacitación en la empresa se debe realizar contantemente ya que por este medio los trabajadores se sentirán comprometidos y motivados para el beneficio de la empresa a corto y largo plazo.

Los trabajadores se sienten satisfecho con el salario: El 67% de los trabajadores manifestaron que nunca los trabajadores se sienten satisfecho con el salario el 17% siempre y el otro 17% a veces (tabla 2). Esto significa que la mayoría de los trabajadores nunca se sienten satisfecho con el salario. Se destaca que los trabajadores es pieza clave para el desarrollo de una empresa porque por intermedio de ellos se genera productividad para el recurso económico de la empresa. También se debe tomar importancia a los recursos humanos para medir sus capacidades de cada uno de ellos y analizar sus habilidades y destrezas para el crecimiento de la empresa.

Los trabajadores son productivos: El 67% de los trabajadores manifestaron que

siempre los trabajadores son productivos y el otro 17% consideran que casi siempre y el otro 17% a veces los trabajadores son productivos (tabla 2). Esto resalta que la mayoría de los trabajadores siempre son productivos. Esto significa que los trabajadores son importantes para la empresa porque son colaboradores capaces de brindar una atención de calidad y tienen contacto directo con el cliente.

El dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión: El 67 % de los trabajadores manifestaron que casi siempre el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión (tabla 2) y estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Rubina (2019) quien en su observación indicó que 100% de los encuestados determinaron que si la empresa tiene definida la misión. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de la empresa determinan que casi siempre el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión de la empresa. Esto significa que la empresa está concentrada en mejorar a largo y mediano plazo para alcanzar los objetivos propuestos y las metas planteadas para el crecimiento de la empresa.

Tabla 3

Características de la planeación en la Microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

El administrador plantea mejoras en sus habitaciones: El 33% de los trabajadores mencionaron que casi siempre el administrador plantea mejoras en sus habitaciones (tabla 3). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Calle(2018) quien mostró que el 12% de los encuestados siempre desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar. Esto demuestra que la minoría de los trabajadores indicaron que casi siempre el administrador plantea mejoras en sus habitaciones. Por el cual es importante para satisfacer las expectativas de los clientes y de la misma para mejorar la infraestructura del Hotel Kiswar teniendo en cuenta las sugerencias

de los clientes y los colaboradores de la empresa.

La administración es importante dentro de la empresa: El 100% de los trabajadores manifestaron que siempre la administración es importante dentro de la empresa (tabla 3). Estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación de Ávila (2020) quien indicó que el 75% de los encuestados respondieron que su empresa no se enfoca al control administrativo. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores manifestaron que siempre la administración es importante dentro de la empresa. La administración es importante porque es parte fundamental de la empresa porque sin ello no se puede ejecutar los objetivos propuestos por la empresa. Ya que por medio de la administración se plantea los procesos de la administración; organizar, planear, controlar y direccionar para que la empresa marche de una manera correcta para lograr los objetivos y la meta propuesta.

Brinda un servicio de calidad a los clientes: El 50 % de los trabajadores mencionaron que siempre brindan un servicio de calidad a los clientes (tabla 3). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Suárez (2021) quien manifestó que el 100% de trabajadores encuestados se enfocan primero en el bienestar de brindar un buen servicio al cliente. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores de la empresa siempre brindan un servicio de calidad a los clientes, lo cual permite reconocer las técnicas correctas dentro la organización; y esto indica que los clientes están satisfechos con el servicio percibido.

Realiza propuestas para ofrecer un servicio de calidad: El 33% de los trabajadores manifestaron que siempre realizan propuestas para ofrecen un servicio de calidad (tabla 3). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Calle (2018) quien mencionó que 91% de encuestados si consideran conveniente mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad. Quiere

decir que la minoría de los trabajadores manifestaron que siempre realizan propuestas para ofrecer un servicio de calidad. Además, es de suma importante en las microempresas. También es una forma de llegar a los clientes y fidelizarlos.

Es importante la limpieza en la empresa: El 83% de los trabajadores mencionaron que siempre es importante la limpieza en la empresa, y el 17% indican que casi siempre es importante la limpieza en la empresa (tabla 3). Esto significa que la mayoría de los trabajadores manifestaron que siempre es importante la limpieza en la empresa. Asimismo, se expresa que la limpieza es fundamental dentro de una empresa porque los clientes se llevan las mejores expectativas y también impresionarse con el servicio eficiente que está brindando al negocio.

Tabla 4

Características de la competitividad en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Aporta como trabajador a la economía: El 50% de los trabajadores indicaron que siempre aportan como trabajador a la economía (tabla 4). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Rubina (2019) que muestra 50% respondió que está totalmente de acuerdo que una gestión de calidad ayuda a la sostenibilidad económica de la empresa. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores siempre aportan como trabajador a la economía. Se determina que la aportación a la economía es una responsabilidad para todos y así lograr la sostenibilidad de nuestro país.

Brinda información a los clientes sobre la tecnología: El 83% de los trabajadores manifestaron que siempre brindan información a los clientes sobre la tecnología (tabla 4). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Avila (2020) que el 25% de los encuestados respondieron que su empresa de servicios si

posee equipos aparentemente modernos. Esto resalta que la mayoría de los trabajadores y el dueño siempre brindan información a los clientes sobre la tecnología. También se puede decir que la tecnología cada día se vuelve más fundamental porque los cambios se suscitan a menudo y es necesario para la empresa. Tecnología es importante para la empresa: El 100% de los trabajadores mencionaron que siempre la tecnología es importante para la empresa (tabla 4). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Fernández (2019) nos resalta que la tecnología de información y su adopción en las organizaciones modernas, han pasado de ser un instrumento operativo para convertirse en una herramienta estratégica. Esto significa que la mayoría de los trabajadores indicaron que siempre la tecnología es importante para la empresa. En la actualidad es necesario contar con la tecnología actualizada para satisfacer las necesidades de los clientes ya por intermedio de ello se puede realizar distintas actualizaciones o trabajar de cualquier distancia o entregar informes de manera virtual.

Realizar propuestas para ofrecer un valor agregado: el 33% de los trabajadores manifestaron que siempre realizan propuestas para ofrecer un valor agregado (tabla 4). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Salazar (2017) quien manifestó que el 93.8% de las empresas sostiene que si describen los productos que ofrecen, y cada uno de ellos incluye términos como valor agregado. Esto demuestra que la minoría de los trabajadores mencionaron que siempre realizan propuestas para ofrecer un valor agregado. Esto representa que el valor agredo motiva a los clientes adquirir el producto o servicio que permite a la empresa hacerse conocidos por el marketing planteado y genera ganancias constantes para el beneficio de la empresa.

Realizar cambios innovadores para mejorar las habitaciones: El 50% de los

trabajadores manifestaron que nunca realizan cambios innovadores para mejorar las habitaciones (tabla 4). Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Agudelo (2018) quien nos señaló en las bases teoricas que las innovaciones tecnológicas son constantes, el problema de la seguridad de los sistemas informáticas, además sigue siendo un factor importante a considerar ante la constante necesidad de innovar en los procesos que surgen de la interacción humana ya que por medio de la innovación los aparatos electicos son cada vez más especializados e inteligentes. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores nunca realizan cambios innovadores para mejorar las habitaciones. Los cambios en una empresa son necesario porque en la actualidad todo se tiene que mejorar para lograr el crecimiento económico de la empresa y de la misma generar rentabilidad y el benéfico de dicha empresa.

VI. CONCLUSIONES

La totalidad de los trabajadores no tienen conocimiento de la gestión de calidad y de planeamiento estratégico por lo tanto se utilizó técnicas y herramientas para dar a conocer las estrategias y así plantear su ejecución para mejorar su gestión y solucionar los problemas que tiene la microempresa Hotel Kiswar.

La totalidad de los trabajadores manifestaron que son importantes las estrategias y del mismo modo el administrador decide mejorar las habitaciones, el personal trabaja en equipo para ofrecer un servicio de calidad y brindar la dirección exacta y servicio eficaz a los clientes. Por lo tanto, la empresa considera que es importante las estrategias, además cada cierto tiempo el administrador decide mejorar las habitaciones y el personal trabaja en equipo de manera constante también se brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes. Pero la mayoría dicen solo a veces realizan nuevas estrategias esto significa que les falta recursos y conocimiento para plantear las estrategias para mejorar el servicio de hotelería a corto plazo. Ya que los constantes cambios son necesarios para el crecimiento económico de la empresa.

La totalidad de los trabajadores nos mencionaron que se organizan para una mejor atención y satisfacer a los clientes, los trabajadores son productivos porque es pieza clave dentro del negocio del mismo modo el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión. La mayoría no recibieron capacitación y tiene dificultad de expresarse para brindar información necesario a los clientes no se sienten motivados y requieren de un clima laboral adecuado; además no se sienten satisfecho con el salario por falta de motivación, incentivos económicos, no cuentan con días libres, requieren de reconocimientos por sus habilidades y destrezas, así poder lograr una productividad eficiente y brindar un servicio

satisfactorio para los clientes y generar recursos económicos constantes.

La totalidad de los trabajadores manifestaron que el administrador plantea mejoras en sus habitaciones porque siente que es necesario y la administración es importante dentro de la empresa porque mediante ello se realizará la gestión, además brinda un servicio de calidad a los clientes para atraer las expectativas de los clientes, asimismo realiza propuestas para ofrecer un servicio de calidad y es importante la limpieza en la empresa para una buena presentación. La mayoría de los trabajadores siempre plantean mejoras, realizan propuestas, brindan servicio de calidad. Esto representa que la empresa tiene conocimiento de dichas actividades porque ayuda a alcanzar las metas y objetivos propuestos por la empresa y tener una gestión adecuada para Hotel Kiswar.

La totalidad de los trabajadores mencionaron que aportan como trabajador a la economía porque es necesario para el desarrollo de nuestro país del mismo modo brindan información a los clientes sobre la tecnología ya que en la actualidad es una necesidad también indican que la tecnología es importante para la empresa, además realizan propuestas para ofrecer un valor agregado. Pero la mayoría manifiestan que nunca realizan cambios innovadores para mejorar las habitaciones del hotel, por lo tanto, les falta hacer cambios innovadores por falta de recursos económicos, conocimientos prácticos, teóricos y presupuestos y posee una pésima gestión dentro del negocio. Para plantear mejoras se tiene que seguir un procedimiento adecuado y técnico porque es necesario coordinar con profesionales que tienen capacidades en la materia; asimismo contar con recursos económicos y recursos humanos para una gestión adecuada dentro de la empresa. En base a los resultados obtenidos en la investigación se elaboró un plan de mejora con la finalidad de brindar herramientas, técnicas y estrategias administrativas que

permitan lograr la gestión de la microempresa, para que tengan un mayor impacto ante el mercado competitivo y de la misma brinden un servicio de calidad y cumplan con las expectativas de los clientes y así fidelizarlas, obtener rentabilidad económica porque permitirá el crecimiento y el desarrollo a corto, mediano y largo plazo de la empresa Hotel Kiswar.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Realizar nuevas estrategias para mejorar la infraestructura y así poder satisfacer las necesidades de los clientes y ser competitivo ante la competencia de los demás hoteles. También adquiriendo recursos para implementarla, trabajando con especialistas que conozcan sobre estrategias de marketing y habilitando espacios para trabajar en equipo y así lograr las metas y objetivos planteados por la empresa.

Implementar capacitaciones para los trabajadores porque ellos tienen contacto directo con el cliente; la capacitación ayudará a ofrecer un servicio de calidad a los clientes, los trabajadores tendrán un mejor conocimiento sobre técnicas y herramientas que beneficiara a la empresa y trabajaran con compromiso, responsabilidad y esto generará mayor impacto económico para la empresa.

Establecer propuestas para satisfacer las necesidades de los trabajadores ya que por medio de ellos se obtiene productividad. Brindarles un sueldo razonable, que tengan comisiones, vacaciones y un clima laboral adecuado y de esa manera tener trabajadores eficientes y comprometidos con la empresa.

Efectuar cambios innovadores en las habitaciones del hotel para satisfacer las necesidades de los clientes. Implementando decoraciones para mayor resalte, muebles para comodidad del cliente, mesas de escritorio para el uso tecnológico de los clientes, y la infraestructura bien implementada con todas las necesidades básicas. así alcanzar las expectativas de los clientes y de la misma fidelizarlos para el bienestar de la empresa y tener más recursos económicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agudelo, G. D. (2018). *Humanismo, tecnologías e innovación*. Santiago de Cali, Colombia.
- Alvarado, M. ., (2020). *Análisis de la Calidad de los servicios del hotel sol de oriente para el diseño de un Plan de Gestión de Calidad*. GUAQUIL- ECUADOR.
- Arenas, C. F. (2020). *Atención al Cliente como factor relevante en la Gestión de Calidad y plan de mejora en las mypes del sector servicio, rubro transporte interprovincial del distrito de amarilis-Huánuco, 2020*. Huánuco.
- Avila, A. W. (2020). *Propuesta de mejora de los procesos administrativos como factor relevante para la Gestión de la calidad de las mypes sector servicio rubro inmobiliaria del distrito Huánuco 2020*. Huánuco.
- Ávila, F. L. (2019). *La Planeación Estratégica y el Rendimiento Laboral en la municipalidad provincial de ambo 2018*. Huánuco.
- Avila, H. s., & Mendoza, D. D. (2020). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*.
- Balcázar, C. S. (2017). *Gestión de Calidad con el uso del Planeamiento Estratégico y Propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en la urbanización Nicolás garatea del distrito nuevo Chimbote, 2017*. Chimbote.
- Barboza, G. F., & Huaman, L. S. (2020). *Factores que Limitan el Crecimiento de las MYPES de Lima Metropolitana en el 2019*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Beltrán, L. R., Gómez, G., & Sansores, G. E. (2020). *Reflexiones sobre la gestión de la micro, pequeña y mediana en América Latina*. México: Universidad Nacionalde México.
- Bermeo, M. J. (2018). *El sentido de la competitividad: Episteme y perspectivas*.

Universidad del Cauca.

Bree, P. (2018). *100 Conceptos de Innovación Empresarial*. España: Printed in Spain.

Bruni, P. (2017). *La Satisfacción del cliente*. Italia: Thema.

Calle, G. L. (2018). *Caracterización de la Gestión de calidad y el Planeamiento estratégico en las mypes hoteleras del centro de Piura en el año 2018*. Piura: uladech.

Calvo, d. M.-L. (2021). *Gestión de Calidad*. Piramide.

Camiper, E. d. (2019). *Planeamiento Estratégico: ¿Qué es? ¿Para qué sirve?* Tiempo Minero.

Catalina, J. J. (2016). *Planeamiento Estratégico del Sector Gastronómico en Colombia*. BOGOTA.

Cavacho, R. L. (2018). *La satisfacción del individuo y la fidelidad del mismo y la rentabilidad*. España.

Charleux, F. J.-R. (2017). *Motivar y animar equipos en trabajo social: Guía muy práctica*. Madrid.

Claudio, C. J. (2021). *Planeación Estratégica y su incidencia en el Cumplimiento de labores de control en la oficina del órgano de control institucional del g.r.h. – 2020*. Huánuco.

ComexPerú. (18 de Junio de 2021). *El número de las mypes Peruanas se Redujo un 48.8% en 2020 y la Informalidad pasó al 85% como consecuencia de la Pandemia*.

Obtenido de comexperu- sociedad de comercio:

<https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-numero-de-mypes-peruanas-se-redujo-un-488-en-2020-y-la-informalidad-paso-al-85-como-consecuencia-de-la-pandemia#:~:text=A%20ra%C3%ADz%20de%20la%20crisis,las%20mypes%20fueron%20severamente%20afectadas.&text=En%20202>

- Condori, S. C. (2018). *Diseño del sistema integrado de Gestión de Calidad en el laboratorio central de la administradora boliviana de carreteras (ABC)*. La Paz-Bolivia.
- Cortés, S. J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)*. España: ICB, S.L. (Interconsulting Bureau S.L.
- Cosme, V. J. (2018). *Liderazgo*. España: Elearning S.L.
- Cuatrecasas, A. L., & Gonzales, B. J. (2017). *gestión integral de la Calidad*. España: 5° Edición.
- Custodio, C. C. (2020). *Planeación: concepto y modalidades*.
- Delvecchio, H. R. (2017). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*.
- Fernández, F. F. (2018). *Trabajadores de la sociedad del conocimiento y productividad (en red)*. Sanz Y Torres S.l.
- Fernández, M. A. (2019). *Gobierno de las tecnologías de la información*. Colombia: Univercidad de Cauca.
- Figuroa Morán, G. L., Figuroa Morán, J., Paladines Morán, P., Paladines Morán, J. N., Caicedo Plúa, C. R., & Romero Castro, M. I. (2017). *Modelo de Plan Estratégico de Sistemas para la Gestión y Organización a través de una Plataforma Informática*. España: Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Figuroa, G. (2019). *La competitividad como estrategia de crecimiento en las organizaciones*. México, Michoacán.
- Figuroa, G. E., Góngora, T. A., & García, A. M. (2020). *Gestión de las organizaciones: Nuevos enfoques y aplicaciones*. México.
- Físico, M. M. (2020). *Economía de la Empresa*. Editex.
- Freire, R. M. (2020). *Análisis del entorno económico*. España : Hescic.
- Galeano, M. E. (2020). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín:

Univercidad.

García, P. E. (2020). *Empresa y Administración*. Madrid: Ediciones Paraninfo SA.

Garrell, G. A. (2021). *La competitividad y sus claves*. Barcelona: MARGE BOOKS.

Geronimo, A. G. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad en la Mype sector comercio caso: Mueblería Maylin- Huánuco 2019*. Huánuco.

Glicerio, C. S. (2018). *Gestión de calidad con el uso del Planeamiento Estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro agencias de viaje y guías turísticos, Huaraz, 2017*. Huaraz: ULADECH.

Gómez, M. I. (2020). *Plan Estratégico para la Exportación de tomate de árbol cultivados en Santa rosa de Osos Antioquia*. Bogotá.

González, M. J. (2019). *Manual práctico de planeación estratégica*. Madrid.

González, M. J. (2019). *Manual Práctico de Planeación Estratégica*. MADRID: DIAZ DE SANTOS.

González, M. J., & Rodriguez, D. M. (2019). *Manual Práctico de Planeación Estratégica*. MADRID: DIAZ DE SANTOS.

González, M. P. (2017). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo. UF0049*. Tutor Formación.

González, O. d., Alonso, G. M., & Berrocal, B. F. (2017). *Evaluación de la eficacia de la formación en la administración pública: la transferencia al puesto de trabajo*. Madrid: Univercidad Nacional de Administración publica.

Gorka, Z. A. (2019). *Marketing Estratégico*. España: Elearning S.L.

Guerrero, J. A. (2020). *Diseño de un Plan Estratégico de movilidad para el Programa de Economía de la Universidad de Pamplona*. Bogotá.

Guzmán, M. J. (2017). *Planeación Didáctica Argumentada*.

Hernández, E. A. (2018). *Metodología de la investigación Científica*. Área de Innovación

- y Desarrollo, S.L.
- Hernández, F. C. (2017). *Los 100 errores del Liderazgo*. MADRID: Avda. de Valdigrates, s/n 28223 Pozuelo de Alrcón.
- Hernández, S. (2017). *Selección de la muestra*. México: Espacio de Formación Multimodal.
- Herrera, G. (2020). *Caracterización de la Gestión de calidad en Atención al cliente y Plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro de hoteles en la zona céntrica de la ciudad de Tacna, año 2018*. Tacna: ULADECH.
- Herrero, D. R. (2018). *Organización empresarial y de recursos humanos*. España: Paraninfo, S.A.
- Horacio, M. T. (2020). *La Toma de Decisiones: entre la Intuición y la Deliberación*. Medellin: Univercidad el Norte.
- Ingunza, N. S. (2021). *la Planeación Estratégica institucional y la Toma de decisiones de los funcionarios en la municipalidad provincial de Huánuco 2019*. Huánuco.
- Isaza, S. A. (2018). *Garantía de la calidad en salud. Cómo organizar una empresa del sector salud*. Colombia: Bogotá.
- Logreira, C. y. (2017). *Financiamiento Privado en las Microempresas del Sector Textil - Confecciones en Barranquilla - Colombia*. Barranquilla - colombia: Universidad de la Costa.
- Lopez, F. R. (2021). *Logística de aprovisionamiento 2ª edición 2021*. España: Ediciones Nobel.
- Lucero, N. J. (2020). *Gestión de calidad en micro y pequeñas empresas de servicio automotriz ecuatoriano*. QUITO- ECUADOR.
- Maciá, D. F. (2018). *Estrategias de marketing digital*. Anaya Multimedia.
- Maldonado, P. E. (2018). *Metodología de la investigación social: Paradigmas:*

- cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Bogota: Ediciones de la U.
- Manrique, T. H. (2019). *La toma de decisiones: entre la intuición y la deliberación*. Colombia: Universidad del Norte.
- Maream, M., & Díaz, J. (2021). *Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo*. UISRAEL Revista Científica.
- Mateos, d. P. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. COMM002PO. IC Editorial.
- Máttar, J., & Cutervo, L. M. (2017). *Planificación para el desarrollo en América Latina y el Caribe: Enfoques, Experiencias, y Perspectivas*. Santiago.
- Napan, J. E. (2020). *Propuesta de mejora del Marketing mix para la Gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, caso: empresa de servicios generales R.F.R. s.a., san Vicente de cañete, 2019*. Cañete-Perú: uladech.
- Ntx Administrativo, & C. (15 de 03 de 2019). <https://www.ntxpro.net/>. Obtenido de La importancia de una correcta administración de empresas y sus áreas funcionales: <https://www.ntxpro.net/erp/la-importancia-de-una-correcta-administracion-de-empresas-y-sus-areas-de-funcionales/>
- Ñaupas, P. H. (2019). *Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. México: ediciones de la U.
- OECD, C.-B. d. (2019). *América Latina y el Caribe 2019 Políticas para PYMEs competitivas en la alianza del pacífico y países de américa del sur*. México: Banco de Desarrollo.
- Olaz, C. Á. (2018). *Guía para el análisis de problemas y toma de decisiones*. Madrid: Avda. de Valdenigrales, s/n.28223 Pozuelo de Alarcón.

- Ortega, N. M., García, C. F., & De Juanas, O. Á. (2021). *Guía para la elaboración de trabajos fin de máster de investigación educativa*. Barcelona: OCTAEDRO, S.L.
- Pablo, A. s. (2019). *Calidad Funcamentos, herramientas y gestión de calidad para pymes*. Lima: Maria José López Raso.
- Pallero, G. C. (2017). *PNL y Educación: Claves para ser el profesor que siempre quisiste tener*. MADRID: Universitaria Ramón Areces.
- Palmera, P. (2017). *La importancia de planificar para lograr los objetivos*. Univercidad Panamericana.
- Peñafiel, L. J., Pibaque, P. M., & Pin, S. J. (2019). *La importancia de la planificación estratégica para las pequeñas y medianas*. Ecuador : POCAIP.
- Pere, C.-V. (2020). *Ciencia, tecnología y startups*. Barcelona: Univercidad de Barcelona.
- Philip, K. H. (2021). *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. Asia.
- Pumarica, M. M. (2019). *Planeamiento Estratégico como factor relevante en la Gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el distrito huallanca, provincia de huaylas, ancash 2019*. Trujillo: ULADECH.
- Ramirez, R. j. (2017). *Procedimiento para la Elaboración de un analisis FODA como una Herramienta de planeación estrategica en la empresa*. Univercidad de Guadalajara.
- Rincón, C. J. (2019). *La teoría de la organización administrativa en Colombia*. Colombia.
- Rivera, D. d. (2019). *La Planeación Estratégica y la Distribución Comercial de bebidas alcohólicas y no alcohólicas en la ciudad de tingo maría*. Tingo María.
- Rodríguez, S. Y. (2020). *Metodología de la investigación*. México: Luis Enrique Pereyra.
- Rojas, C. L. (2021). *Propuesta de mejora del Proceso Administrativo para la Gestión de*

- calidad en las mypes, sector comercio, rubro librerías del distrito de molinos, provincia de pachitea-huánuco, 2021. Huánuco.*
- Rubina, R. P. (2019). *Gestión de calidad y su influencia en la Rentabilidad de las mypes ferreteras en la ciudad de tingo maria - huánuco, 2019. TINGO MARIA.*
- Sainz, d. V. (2017). *El Plan Estratégico en la práctica . MADRID: 5° EDICIÓN.*
- Salazar, D. A. (2017). *Influencia de los Lineamientos Estratégicos en la Cultura Organizacional en las MYPES agroindustriales de la Provincia de Huánuco del 2016. Huánuco.*
- Sánchez, L. F. (2019). *Calidad Total. España: Elearning S.L.*
- Sánchez, R. M., & Solís, F. R. (2021). *Ámbito científico y matemático .*
- Seclen, L. J., & Barrutia, G. J. (2019). *Gestión de la innovación empresarial: conceptos, modelos y sistemas. Lima Perú: Univercidad Católica.*
- Suárez, J. I. (2021). *Gestión de Calidad y Satisfacción al Cliente en las Mypes Rubro Hoteles en el Centro de Piura AV. Loreto año 2021. Piura: ULADECH.*
- Survey , M. (2021). *Crear un plan de análisis de datos. ACCREDITED BUSINESS.*
- Tabares, N. L. (2020). *Administración Pública: conceptos y realidades. Cuba: Habana Univercitaria.*
- Tabares, R. N. (2021). *Cómo mantener la motivación del personal . España: Grupo Asís Biomedia SL.*
- Tarziján, M. J. (2018). *Fundamentos de estrategia empresarial. Santiago, Chile: Univercidad Católica de Chile.*
- Thompson, I. (2019). *La Satisfacción del Cliente. promonegocioS.net.*
- Thornton, G. (2020). *Eficacia y eficiencia: herramientas básicas en época de crisis.*
- Torres, B. M. (2017). *Los procesos del Planeamiento Estratégico y su incidencia en la Gestión Administrativa en los gobiernos locales de la provincia de Huánuco*

periodo 2015. Huánuco.

Torres, H. S. (2018). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

Trivelli, C., Ñopo, H., & Ghezzi, P. (2020). *Coronashock: ¿Cómo reactivar la economía?*

Perú: Penguin Random House.

Uribe, M. M. (2021). *Administración estratégica: Modelo de aplicación para organizaciones*. Bogotá: Ediciones de la U-Carrera 27 #27-43.

Valencia, R. J. (2017). *Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo*.

Verastegui, S. J. (2019). *la Rentabilidad y su influencia en la Gestion de calidad, en mypes de la galería super, de Huánuco, 2019*. Huánuco.

Zuluaga, A. C. (2020). *Planeación de la Producción*. Medellín, Colombia: Universidad EAFIT.

ANEXOS:

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2021								Año 2022							
		Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
		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	x	x	x											
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación					x											
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación o docente tutor							x									
5	Mejora del marco teórico							x									
6	Redacción de la revisión de la literatura								x								
7	Elaboración del consentimiento informado (*)								x								
8	Ejecución de la metodología									x							
9	Resultados de la investigación									x	x						

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	25.00		25.00
• Fotocopias	10.00		10.00
• Empastado	14.00		14.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	10.00		10.00
• Lapiceros	1.00	2	2.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
• Uso de internet (4 meses)	240		240.00
Sub total			401.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	50.00		50.00
Sub total			50.00
Total, de presupuesto desembolsable			451.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00		120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00		70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00		160.00
• Publicación de artículo en repositorium	50.00		50.00

institucional			
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00		252.00
Sub total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			652.00

Anexo 3. Documento de la municipalidad o consulta SUNAT

Información General del Contribuyente	
Código y descripción de Tipo de Contribuyente	02 PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Fecha de Inscripción	23/12/2015
Fecha de Inicio de Actividades	23/12/2015
Estado del Contribuyente	ACTIVO
Dependencia SUNAT	0193 - O.Z. HUANUCO-MEPECO
Condición del Domicilio Fiscal	HABIDO
Emisor electrónico desde	26/12/2015
Comprobantes electrónicos	RECIBO POR HONORARIO (desde 26/12/2015), BOLETA (desde 02/01/2022), FACTURA (desde 03/01/2022)
Datos del Contribuyente	
Nombre Comercial	-
Tipo de Representación	-
Actividad Económica Principal	5510 - ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS
Actividad Económica Secundaria 1	8411 - ACTIVIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN GENERAL
Actividad Económica Secundaria 2	- - -
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	MANUAL
Sistema de Contabilidad	MANUAL
Código de Profesión / Oficio	PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Actividad de Comercio Exterior	SIN ACTIVIDAD
Número Fax	-
Teléfono Fijo 1	-
Teléfono Fijo 2	-
Teléfono Móvil 1	62 - 982334501

Teléfono Móvil 2	-
Correo Electrónico 1	megapluzsr1@gmail.com
Correo Electrónico 2	kiwar_73@hotmail.com
Domicilio Fiscal	
Actividad Económica Principal	5510 - ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS
Departamento	HUANUCO
Provincia	HUANUCO
Distrito	HUANUCO
Tipo y Nombre Zona	---- HUANUCO
Tipo y Nombre Vía	JR. HUANUCO
Nro	613A

Anexo 4. Cuadro de sondeo

N°	Razón social	Dirección
1	Hotel Kiswar Ruc 10225050487	Jirón: Huánuco #613
2	Dueño Walter Antonio Rojas Ponce	Jirón: Huánuco #613
3	Administrador Elva Chávez Aguirre	Distrito de Yarowilca Chavinillo
4	Contador Paul Arcenio Inocente Chamorro	Fonavi ii – Amarilis
5	Recepcionista 1 Helen Huamani Rosado	Paucarbambilla
6	Recepcionista 2 Angelica Soledad Nieto Encarnación	Pilco Marca
7	Limpieza Violeta Luz Trujillo Nuñez	Amarilis

Anexo 5. Consentimiento informando

PROTOCOLO DE CONSTEMIENTO 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 Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021, y es dirigido por Adivencia Atachagua Javier, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: conocer las características de la Gestión de calidad y Planeamiento estratégico para luego proporcionar un plan de mejora que ayude a la empresa corregir posibles dificultades que pueda tener en su gestión, por medio de la utilización del plan de mejora que le proporcionará.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minuto 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 del celular 999385708. Si desea, también podrá escribir al correo adiatachagua.javier@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: Walter Antonio Rojas Ponce

Fecha: 19/01/22

Correo electrónico: kiswpr@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 6. Instrumento de recopilación de datos

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Reciba mis saludos. El presente cuestionario fue elaborado con la finalidad de desarrollar la investigación titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA MICROEMPRESA HOTEL KISWAR, DISTRITO DE HUÁNUCO, 2021, para obtener el título profesional de licenciada en administración. Solicito su colaboración, ratificando que los datos proporcionados serán utilizados con fines meramente académicos. Se pide conteste todas las interrogantes con la mayor honestidad posible.

Variable

Donde:

Siempre (5); Casi siempre (4); A veces (3); Casi nunca (2); Nunca (1)

N°	GESTIÓN DE CALIDAD	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN AL CLIENTE (Estrategias, Toma de decisiones, Dirección)						
1	¿Con cuanta frecuencia usted realiza nuevas estrategias en la empresa hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
2	¿Con cuanta frecuencia cree usted que es importante las estrategias en la empresa?	1	2	3	4	5
3	¿Con cuanta frecuencia el administrador decide mejorar las habitaciones en la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
4	¿Con cuanta frecuencia usted decide trabajar en equipo en la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
5	¿Con cuanta frecuencia usted les brinda la dirección exacta y servicio eficaz a los clientes de la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 2: LIDERAZGO (Organizar, Personal, Misión)						

6	¿Usted con cuanta frecuencia se organiza para brindar una mejor atención a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
7	¿Usted con cuanta frecuencia recibió capacitación en esta organización?	1	2	3	4	5
8	¿Con cuanta frecuencia los personales se sienten satisfechos con el salario que perciben en la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
9	¿Con cuanta frecuencia considera usted que los trabajadores son productivos en la empresa?	1	2	3	4	5
10	¿Con cuanta frecuencia el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión propuesta por la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.						
DIMENSIÓN 1: PLANEACIÓN (Administración, Calidad, Importancia)						
11	¿Con cuanta frecuencia el administrador plantea mejoras en sus habitaciones para satisfacer las necesidades de los clientes?	1	2	3	4	5
12	¿Con cuanta frecuencia considera usted que la administración es importante dentro de la empresa?	1	2	3	4	5
13	¿Usted con cuanta frecuencia brinda un servicio de calidad a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
14	¿Usted con cuanta frecuencia realiza propuestas para ofrecer un servicio de calidad a los clientes?	1	2	3	4	5
15	¿Con cuanta frecuencia cree usted que es importante la limpieza en la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 2: COMPETITIVIDAD (Economía, Tecnología, Innovación)						
16	¿Usted con cuanta frecuencia aporta como trabajador a la economía por medido de la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
17	¿Usted con cuanta frecuencia les brinda información a los clientes sobre la tecnología en la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5
18	Con cuanta frecuencia cree usted que la tecnología es importante para la empresa	1	2	3	4	5
19	¿Con cuanta frecuencia usted realiza propuestas para ofrecer un valor agregado a los clientes?	1	2	3	4	5
20	¿Usted con cuanta frecuencia realiza cambios innovadores para mejorar las habitaciones de la empresa Hotel Kiswar?	1	2	3	4	5

Anexo 7. Validación del instrumento

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): De: Alan Manuel Rubín Pobler

1.2. Grado Académico: Doctor

1.3. Profesión: Lic. Administración

1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional Hermilio Valdizola

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Denominación del instrumento:

PROPUESTA DE MEJORA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y PLANEAMIENTO
ESTRATÉGICO EN LA MICROEMPRESA HOTEL KISWAR, DISTRITO DE
HUÁNUCO, 2021.

1.7. Autor del instrumento: ADIVENCIA ATACHAGUA JAVIER

1.8. Carrera: ADMINISTRACIÓN

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Gestión de calidad

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: SATISFACCIÓN AL CLIENTE (Estrategias, Toma de decisiones, Dirección)							
1. ¿Con cuánta frecuencia usted realiza nuevas estrategias en la empresa hotel Kiswar??	X		X		X		
2. ¿Con cuánta frecuencia cree usted que es importante las estrategias en la empresa?	X		X		X		
3. ¿Con cuánta frecuencia el administrador decide mejorar las	X		X		X		

habitaciones en la empresa Hotel Kiswar?							
4. ¿Con cuanta frecuencia usted decide trabajar en equipo en la empresa Hotel Kiswar?	4		3			2	
5. ¿Con cuanta frecuencia usted les brinda la dirección exacta y servicio eficaz a los clientes de la empresa Hotel Kiswar?	3		2			1	
DIMENSIÓN 2: LIDERAZGO (Organizar, Personal, Misión)							
6. ¿Usted con cuanta frecuencia se organiza para brindar una mejor atención a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	2		1			0	
7. ¿Usted con cuanta frecuencia recibió capacitación en esta organización?	1		0			0	
8. ¿Con cuanta frecuencia los personales se sienten satisfechos con el salario que perciben en la empresa Hotel Kiswar?	3		2			1	
9. ¿Con cuanta frecuencia considera usted que los trabajadores son productivos en la empresa?	1		0			0	

10. ¿Con cuanta frecuencia el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión propuesta por la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
---	---	--	---	--	---	--	--

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Variable planeamiento estratégico

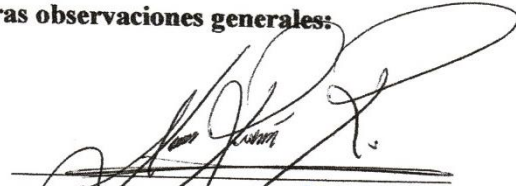
N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

DIMENCIÓN 1: PLANEACIÓN (Administración, Calidad, Importancia)

1. ¿Con cuanta frecuencia el administrador plantea mejoras en sus habitaciones para satisfacer las necesidades de los clientes?	X		X		X		
2. ¿Con cuanta frecuencia considera usted que la administración es importante dentro de la empresa?	X		X		X		
3. ¿Usted con cuanta frecuencia brinda un servicio de calidad a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
4. ¿Usted con cuanta frecuencia realiza propuestas de mejora para ofrecer un servicio de	X		X		X		

calidad a los clientes?							
5. ¿Con cuánta frecuencia cree usted que es importante la limpieza en la empresa Hotel Kiswar?	X		o		X		
DIMENSIÓN 2: COMPETITIVIDAD (Economía, Tecnología, Innovación)							
6. ¿Usted con cuánta frecuencia aporta como trabajador a la economía por medio de la empresa Hotel Kiswar?	X		o		X		
7. ¿Usted con cuánta frecuencia les brinda información a los clientes sobre la tecnología en la empresa Hotel Kiswar?	o		o		o		
8. ¿Con cuánta frecuencia cree usted que la tecnología es importante para la empresa Hotel Kiswar?	X		o		o		
9. ¿Con cuánta frecuencia usted realiza propuestas para ofrecer un valor agregado a los clientes?	o		o		X		
10. ¿Usted con cuánta frecuencia realiza cambios innovadores para mejorar las habitaciones de la empresa Hotel Kiswar?	o		o		X		

Otras observaciones generales:


Firma

Mg. Alan Manuel Rabin Robles
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 15227

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 43425609

CLAD: 15227

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *José Luis Claudio Pérez*

1.2. Grado Académico: *Magister*

1.3. Profesión: *Administrador*

1.4. Institución donde labora: *Municipalidad de Huánuco, UNHEVAL, UDA*

1.5. Cargo que desempeña: *Gerente de desarrollo Económico, Docente*

1.6. Denominación del instrumento: **Denominación del instrumento:**

PROPUESTA DE MEJORA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y PLANEAMIENTO
ESTRATÉGICO EN LA MICROEMPRESA HOTEL KISWAR, DISTRITO DE
HUÁNUCO, 2021.

1.7. Autor del instrumento: ADIVENCIA ATACHAGUA JAVIER

1.8. Carrera: ADMINISTRACIÓN

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Gestión de calidad

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: SATISFACCIÓN AL CLIENTE (Estrategias, Toma de decisiones, Dirección)							
1. ¿Con cuanta frecuencia usted realiza nuevas estrategias en la empresa hotel Kiswar??	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
2. ¿Con cuanta frecuencia cree usted que es importante las estrategias en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
3. ¿Con cuanta frecuencia el administrador decide mejorar las	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

habitaciones en la empresa Hotel Kiswar?							
4. ¿Con cuanta frecuencia usted decide trabajar en equipo en la empresa Hotel Kiswar?	X		X			X	
5. ¿Con cuanta frecuencia usted les brinda la dirección exacta y servicio eficaz a los clientes de la empresa Hotel Kiswar?	X		X			X	
DIMENCIÓN 2: LIDERAZGO (Organizar, Personal, Misión)							
6. ¿Usted con cuanta frecuencia se organiza para brindar una mejor atención a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	X		X			X	
7. ¿Usted con cuanta frecuencia recibió capacitación en esta organización?	X		X			X	
8. ¿Con cuanta frecuencia los personales se sienten satisfechos con el salario que perciben en la empresa Hotel Kiswar?	X		X			X	
9. ¿Con cuanta frecuencia considera usted que los trabajadores son productivos en la empresa?	X		X			X	

10. ¿Con cuanta frecuencia el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión propuesta por la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
---	---	--	---	--	---	--	--

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Variable planeamiento estratégico


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: PLANEACIÓN (Administración, Calidad, Importancia)

1. ¿Con cuanta frecuencia el administrador plantea mejoras en sus habitaciones para satisfacer las necesidades de los clientes?	X		X		X		
2. ¿Con cuanta frecuencia considera usted que la administración es importante dentro de la empresa?	X		X		X		
3. ¿Usted con cuanta frecuencia brinda un servicio de calidad a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
4. ¿Usted con cuanta frecuencia realiza propuestas de mejora para ofrecer un servicio de	X		X		X		

calidad a los clientes?							
5. ¿Con cuanta frecuencia cree usted que es importante la limpieza en la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
DIMENCIÓN 2: COMPETITIVIDAD (Economía, Tecnología, Innovación)							
6. ¿Usted con cuanta frecuencia aporta como trabajador a la economía por medido de la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
7. ¿Usted con cuanta frecuencia les brinda información a los clientes sobre la tecnología en la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
8. ¿Con cuanta frecuencia cree usted que la tecnología es importante para la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
9. ¿Con cuanta frecuencia usted realiza propuestas para ofrecer un valor agregado a los clientes?	X		X		X		
10. ¿Usted con cuanta frecuencia realiza cambios innovadores para mejorar las habitaciones de la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

 MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUÁNUCO


Mg. José Luis Claudio Pérez
GERENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO
Firma

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 22520272

CLAD: 08975

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): FERNANDO ANTONIO BERROSPÍ

1.2. Grado Académico: MAGISTER

1.3. Profesión: ADMINISTRADOR

1.4. Institución donde labora: ESSALUD

1.5. Cargo que desempeña: Jefe DE LA UNIDAD DE ADQUISICIONES, INGENIERIA HOSPITALARIA Y RED ASISTENCIAL HUANUCO

1.6. Denominación del instrumento: **Denominación del instrumento:**

PROPUESTA DE MEJORA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA MICROEMPRESA HOTEL KISWAR, DISTRITO DE HUÁNUCO, 2021.

1.7. Autor del instrumento: ADIVENCIA ATACHAGUA JAVIER

1.8. Carrera: ADMINISTRACIÓN

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable Gestión de calidad

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: SATISFACCIÓN AL CLIENTE (Estrategias, Toma de decisiones, Dirección)							
1. ¿Con cuanta frecuencia usted realiza nuevas estrategias en la empresa hotel Kiswar??	X		X		X		
2. ¿Con cuanta frecuencia cree usted que es importante las estrategias en la empresa?	X		X		X		
3. ¿Con cuanta frecuencia el administrador decide mejorar las	X		X		X		

habitaciones en la empresa Hotel Kiswar?							
4. ¿Con cuanta frecuencia usted decide trabajar en equipo en la empresa Hotel Kiswar?	X		Y			X	
5. ¿Con cuanta frecuencia usted les brinda la dirección exacta y servicio eficaz a los clientes de la empresa Hotel Kiswar?	X		X			X	
DIMENCIÓN 2: LIDERAZGO (Organizar, Personal, Misión)							
6. ¿Usted con cuanta frecuencia se organiza para brindar una mejor atención a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	X		X			X	
7. ¿Usted con cuanta frecuencia recibió capacitación en esta organización?	X		X			X	
8. ¿Con cuanta frecuencia los personales se sienten satisfechos con el salario que perciben en la empresa Hotel Kiswar?	X		X			X	
9. ¿Con cuanta frecuencia considera usted que los trabajadores son productivos en la empresa?	X		X			X	

10. ¿Con cuanta frecuencia el dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión propuesta por la empresa Hotel Kiswar?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
---	-------------------------------------	--	-------------------------------------	--	-------------------------------------	--	--

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Variable planeamiento estratégico

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: PLANEACIÓN (Administración, Calidad, Importancia)

1. ¿Con cuanta frecuencia el administrador plantea mejoras en sus habitaciones para satisfacer las necesidades de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2. ¿Con cuanta frecuencia considera usted que la administración es importante dentro de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
3. ¿Usted con cuanta frecuencia brinda un servicio de calidad a los clientes en la empresa Hotel Kiswar?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
4. ¿Usted con cuanta frecuencia realiza propuestas de mejora para ofrecer un servicio de	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

calidad a los clientes?							
5. ¿Con cuánta frecuencia cree usted que es importante la limpieza en la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: COMPETITIVIDAD (Economía, Tecnología, Innovación)							
6. ¿Usted con cuánta frecuencia aporta como trabajador a la economía por medio de la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
7. ¿Usted con cuánta frecuencia les brinda información a los clientes sobre la tecnología en la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
8. ¿Con cuánta frecuencia cree usted que la tecnología es importante para la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		
9. ¿Con cuánta frecuencia usted realiza propuestas para ofrecer un valor agregado a los clientes?	X		X		X		
10. ¿Usted con cuánta frecuencia realiza cambios innovadores para mejorar las habitaciones de la empresa Hotel Kiswar?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


Fernando Noria
JEFE (s) DE LA UNIDAD DE ADQUISICIONES,
INGENIERIA EN SISTEMAS Y SERVICIOS
MEDASIST. TECNOLÓGICO

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 22424617

CLAD: 1154

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

Anexo 8. Hoja de tabulación

Características de Satisfacción al cliente en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Realizan nuevas estrategias en la empresa	Siempre	-	0	0.00
	Casi siempre	I	1	17.00
	A, veces	III	3	50.00
	Casi nunca	I	1	17.00
	Nunca	I	1	17.00
	Total	IIIII	6	100.00
Son importantes las estrategias	Siempre	II	2	33.00
	Casi siempre	II	2	33.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	I	1	17.00
	Total	IIIII	6	100.00
El administrador decide mejorar las habitaciones	Siempre	II	2	33.00
	Casi siempre	II	2	33.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	I	1	17.00
	Total	IIIII	6	100.00
Trabajan en equipo	Siempre	III	3	50.00
	Casi siempre	I	1	17.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	I	1	17.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	IIIII	6	100.00
Brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes	Siempre	IIIII	5	83.000
	Casi siempre	I	1	17.00
	A, veces	-	0	0.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	IIIII	6	100.00

Características de liderazgo en la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Organización para una mejor atención	Siempre	III	3	50.00
	Casi siempre	I	1	17.00

	A, veces	II	2	33.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	IIIII	6	100.00
Recibió capacitación	Siempre	I	1	17.00
	Casi siempre	I	1	17.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	III	3	50.00
	Total	IIIII	6	100.00
Los trabajadores se sienten satisfecho con el salario	Siempre	I	1	17.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	IIII	4	67.00
	Total	6	6	100.00
Los trabajadores son productivos	Siempre	IIII	4	67.00
	Casi siempre	I	1	17.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	IIIII	6	100.00
El dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión	Siempre	I	1	17.00
	Casi siempre	IIII	4	67.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	IIIII	6	100.00

Características de la planeación en la Microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
El administrador plantea mejoras en sus habitaciones	Siempre	I	1	17.00
	Casi siempre	II	2	33.00
	A, veces	II	2	33.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	I	1	17.00
	Total	IIIII	6	100.00
La administración es	Siempre	IIIII	6	100.00

importante dentro de la empresa	Casi siempre	-	0	0.00
	A, veces	-	0	0.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	IIIIII	6	100.00
Brinda un servicio de calidad a los clientes	Siempre	III	3	50.00
	Casi siempre	II	2	33.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	IIIIII	6	100.00
Realiza propuestas para ofrecer un servicio de calidad	Siempre	II	2	33.00
	Casi siempre	II	2	33.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	I	1	17.00
	Total	IIIIII	6	100.00
Es importante la limpieza en la empresa	Siempre	IIIIII	5	83.00
	Casi siempre	I	1	17.00
	A, veces	-	0	0.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	IIIIII	6	100.00

Características de la competitividad en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Aporta como trabajador a la economía	Siempre	III	3	50.00
	Casi siempre	II	2	33.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total			
Brinda información a los clientes sobre la tecnología	Siempre	IIIIII	5	83.00
	Casi siempre	I	1	17.00
	A, veces	-	0	0.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total		6	100.00

Tecnología es importante para la empresa	Siempre	IIIIII	6	100.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	A, veces	-	0	0.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total		6	100.00
Realizar propuestas para ofrecer un valor agregado	Siempre	II	2	33.00
	Casi siempre	II	2	33.00
	A, veces	II	2	33.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	6	6	100.00
Realizar cambios innovadores para mejorar las habitaciones	Siempre	I	1	17.00
	Casi siempre	I	1	17.00
	A, veces	I	1	17.00
	Casi nunca	-	0	0.00
	Nunca	III	3	50.00
	Total	IIIIII	6	100.00

Anexo 9. Figuras

Características de Satisfacción al cliente en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

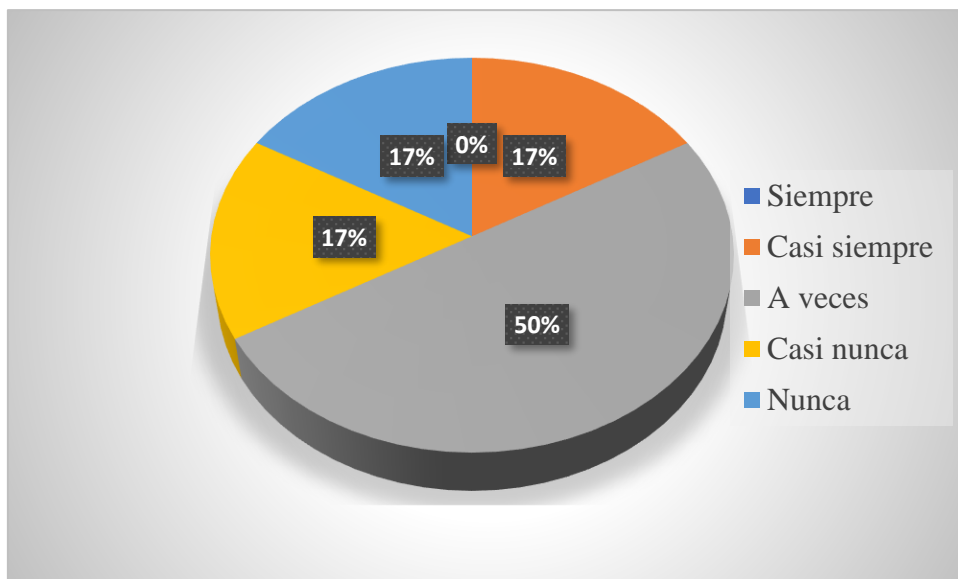


Figura 1. Realizar nuevas estrategias en la empresa
Fuente. Tabla 1

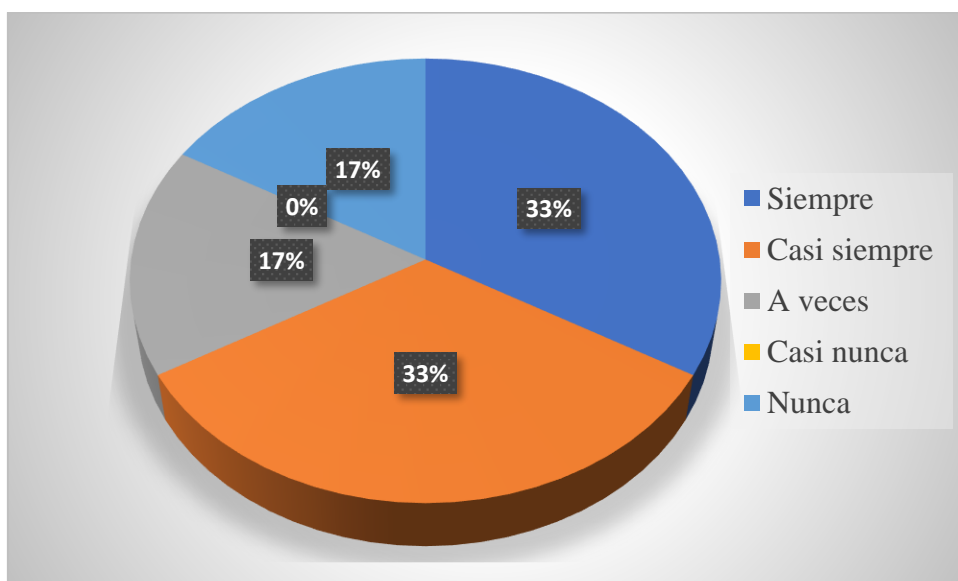


Figura 2. Son importantes las estrategias
Fuente. Tabla 1

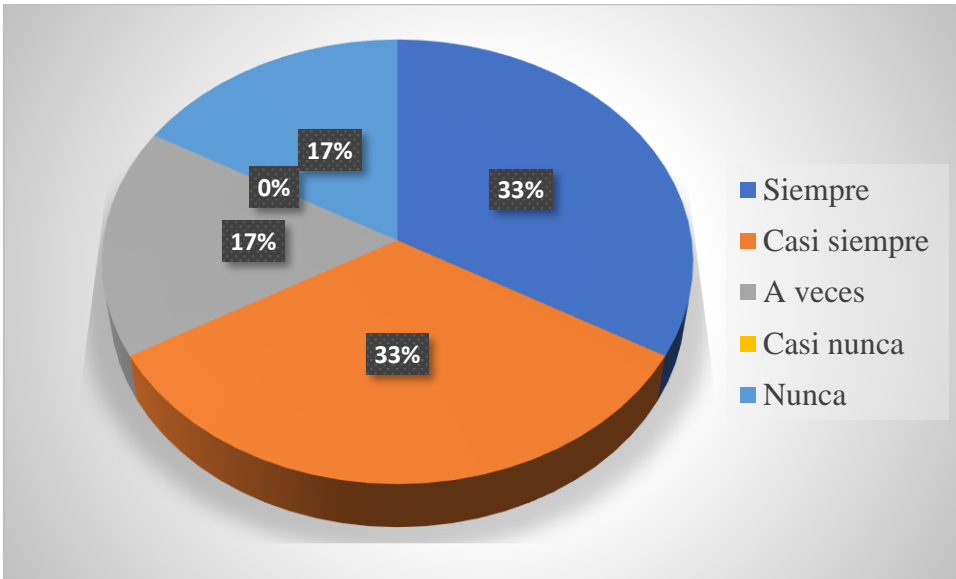


Figura 3. El administrador decide mejorar las habitaciones
Fuente. Tabla 1

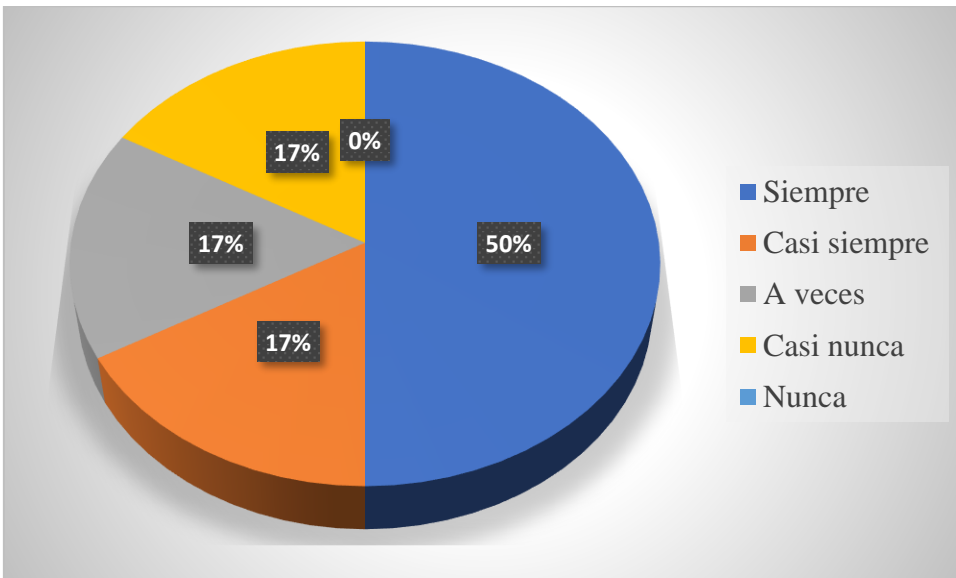


Figura 4. Trabajan en equipo
Fuente. Tabla 1

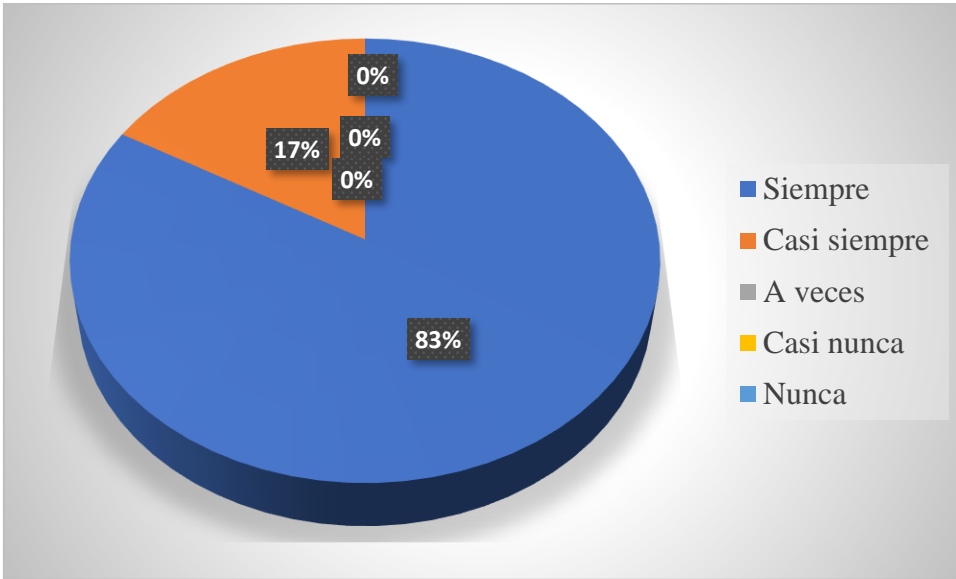


Figura 5. Brindan dirección exacta y servicio eficaz a los clientes
Fuente. Tabla 1

Características del liderazgo en la microempresa hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

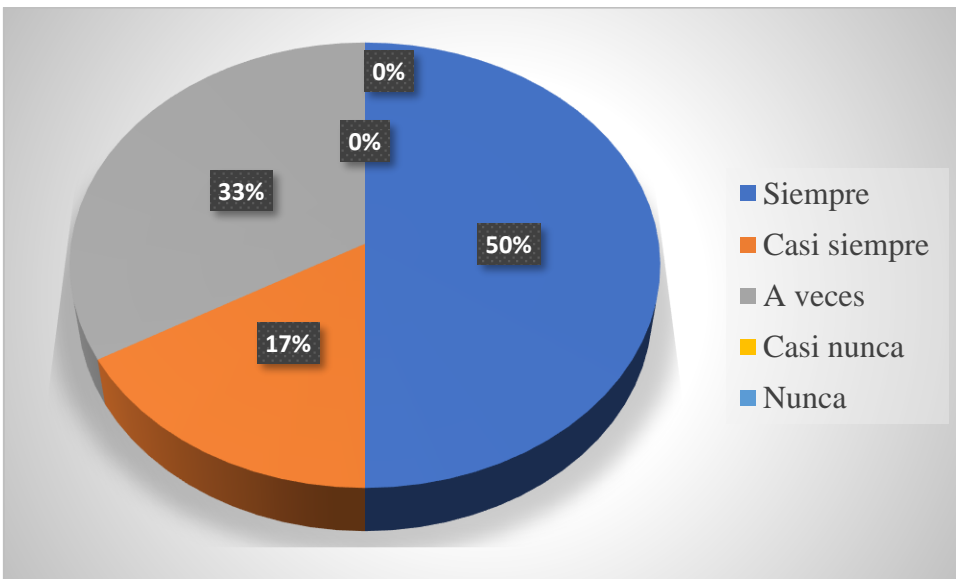


Figura 6. Organización para una mejor atención
Fuente. Tabla 2

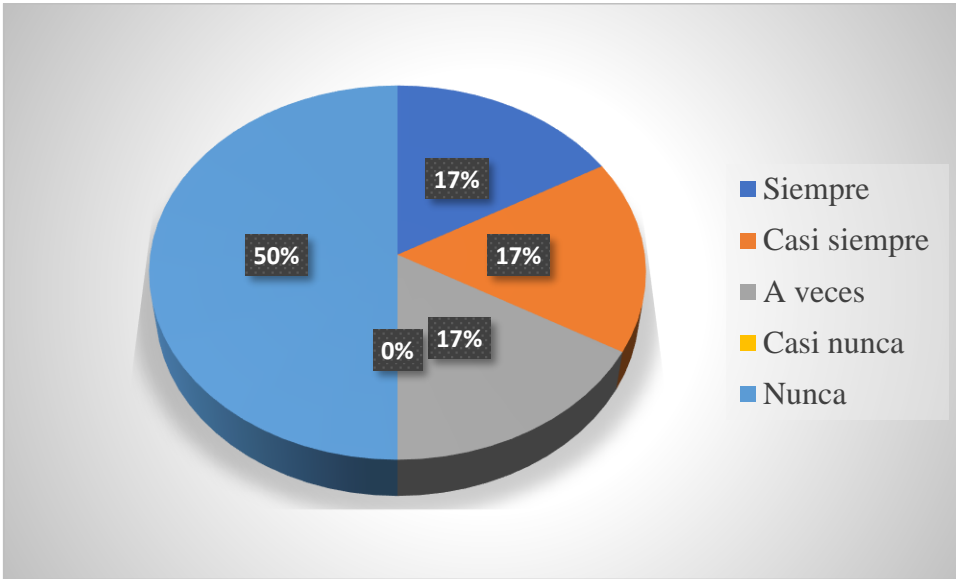


Figura 7. Recibió capacitación
Fuente. Tabla 2

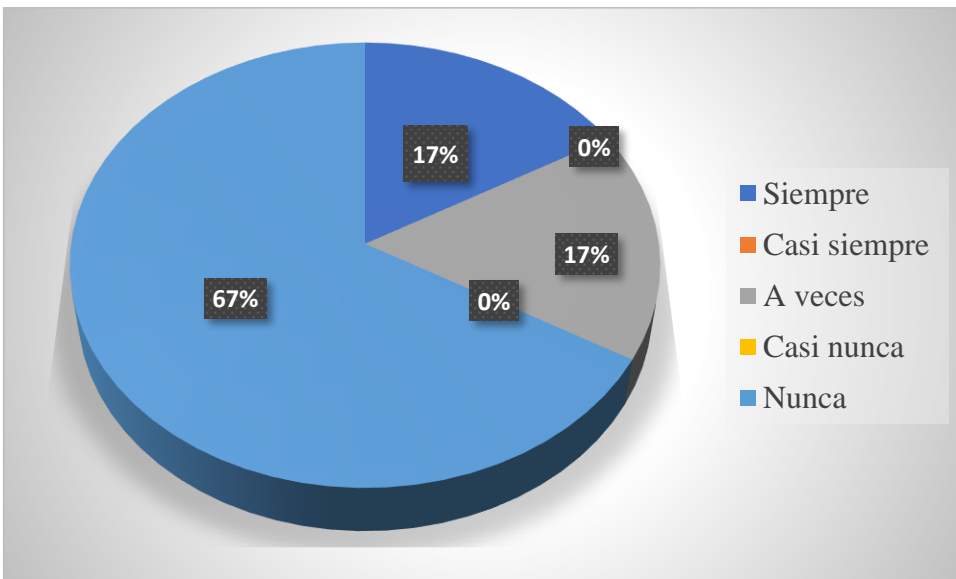


Figura 8. los trabajadores se sienten satisfecho con el salario
Fuente. Tabla 2

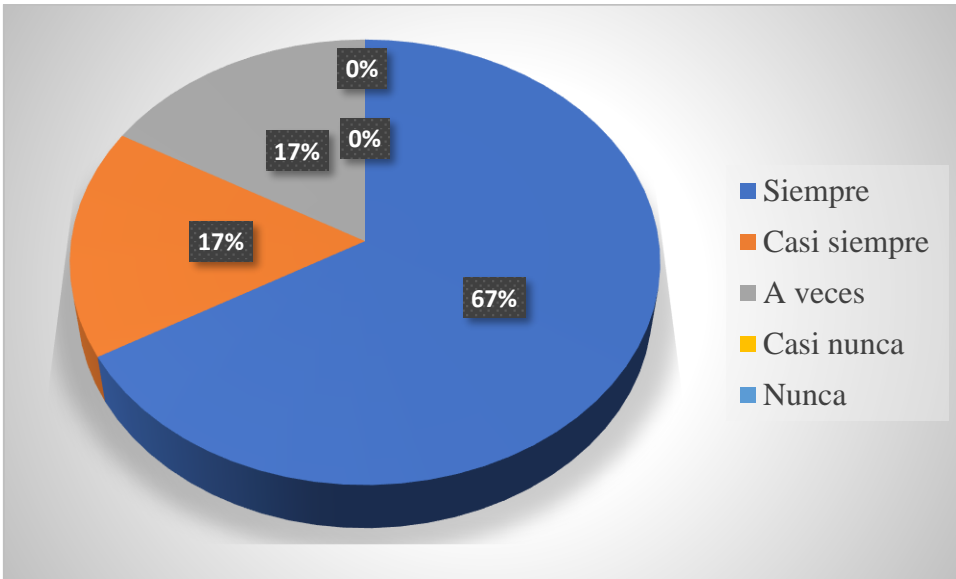


Figura 9. Los trabajadores son productivos
Fuente. Tabla 2

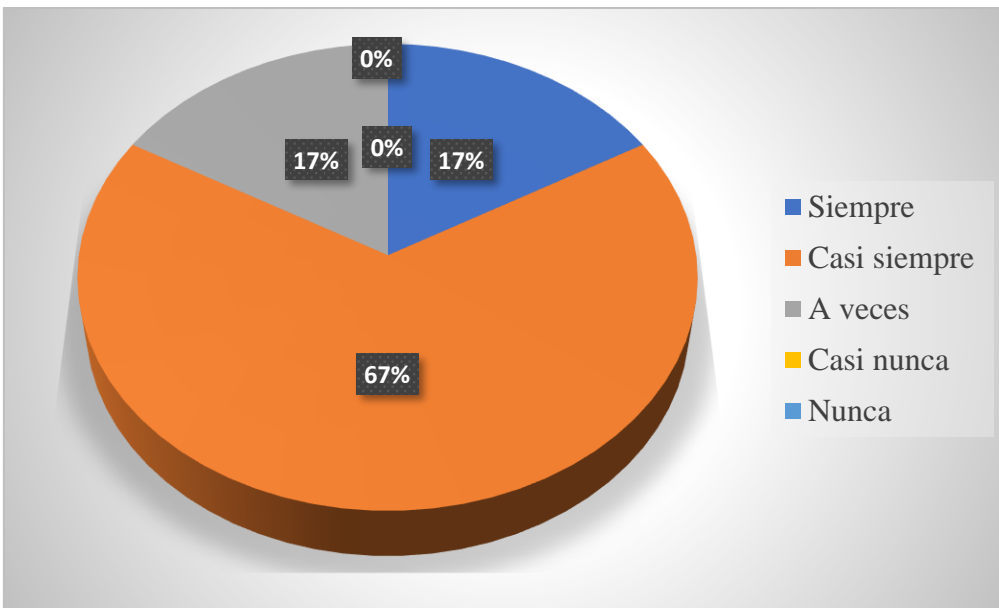


Figura 10. El dueño realiza cambios y mejoras para cumplir la misión
Fuente. Tabla 2

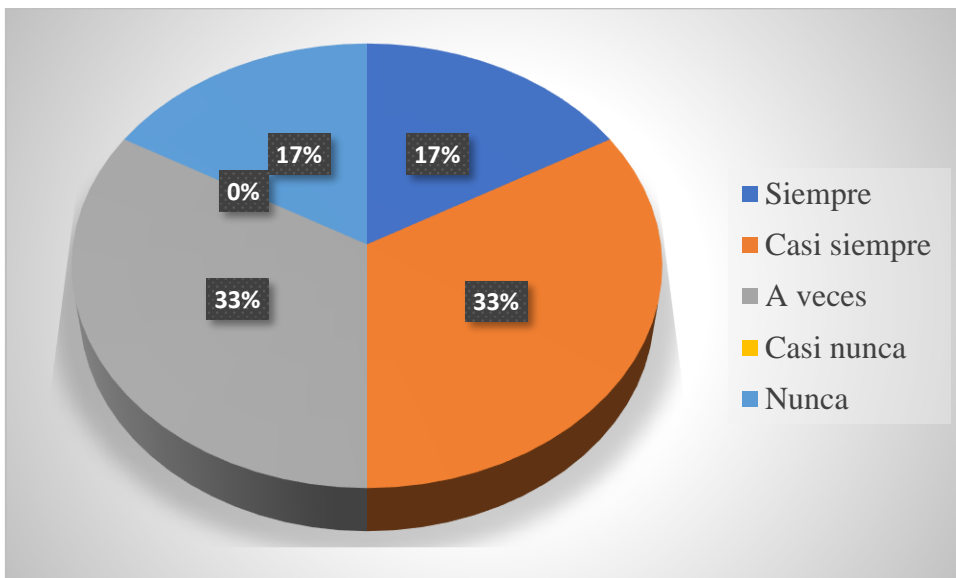


Figura 11. El administrador plantea mejoras en sus habitaciones
Fuente. Tabla 3

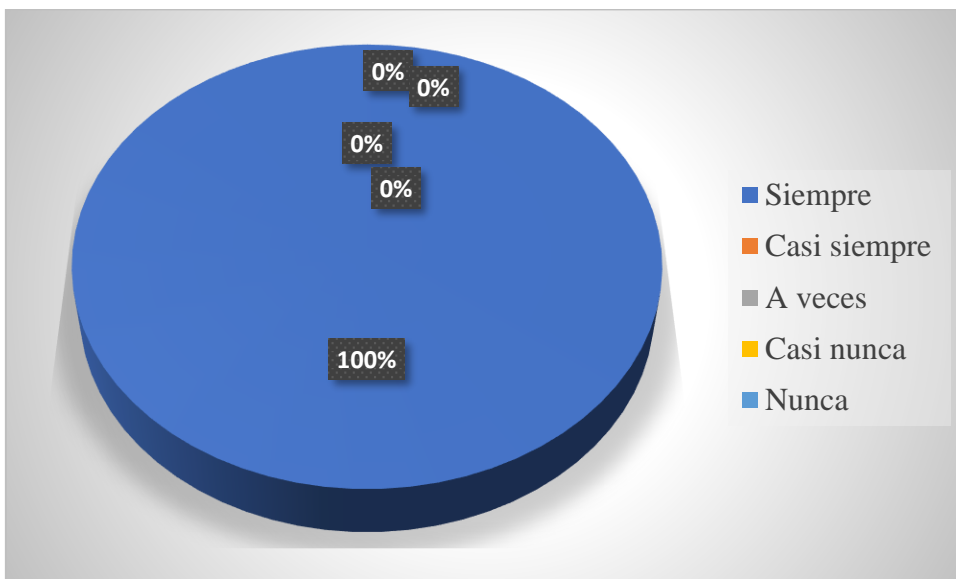


Figura 12. La administración es importante dentro de la empresa
Fuente. Tabla 3

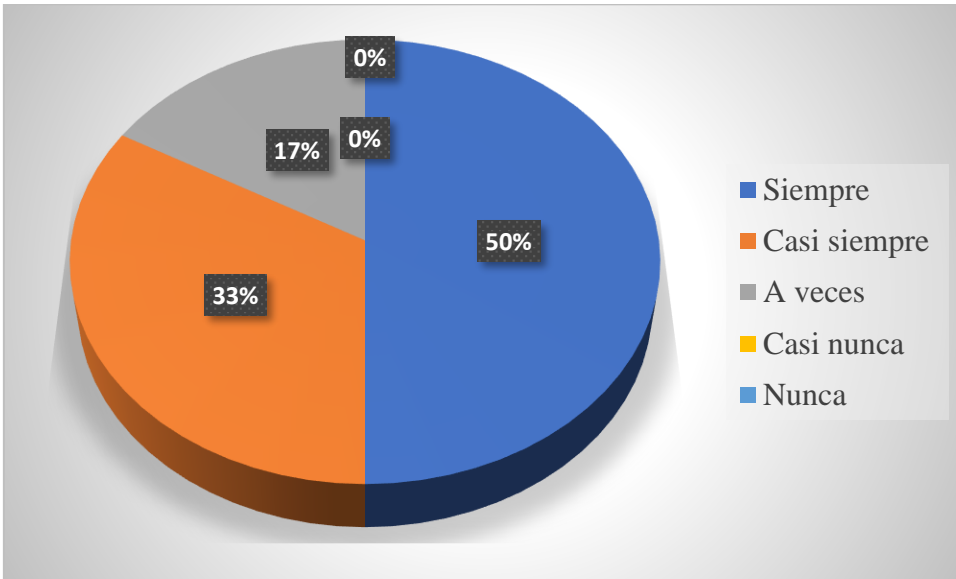


Figura 13. Brinda un servicio de calidad a los clientes
Fuente. Tabla 3

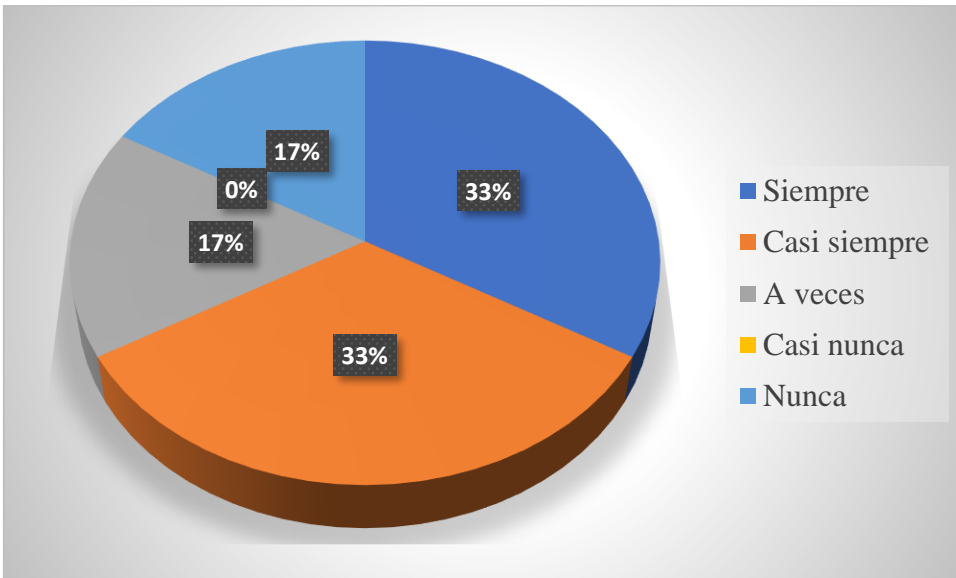


Figura 14. Realiza propuestas para ofrecer un servicio de calidad
Fuente. Tabla 3

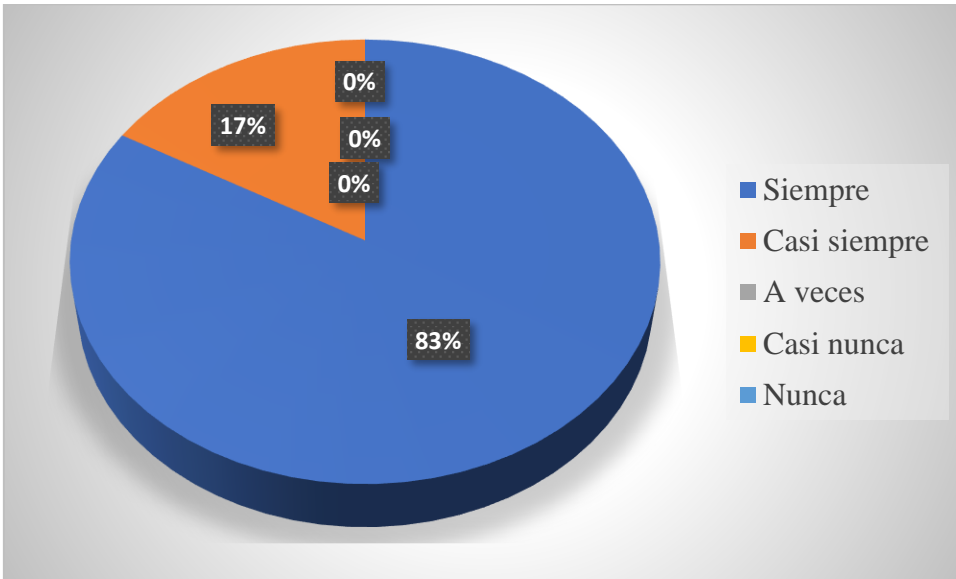


Figura 15. Es importante la limpieza en la empresa
Fuente. Tabla 3

Características de la competitividad en la microempresa Hotel Kiswar, distrito de Huánuco, 2021.

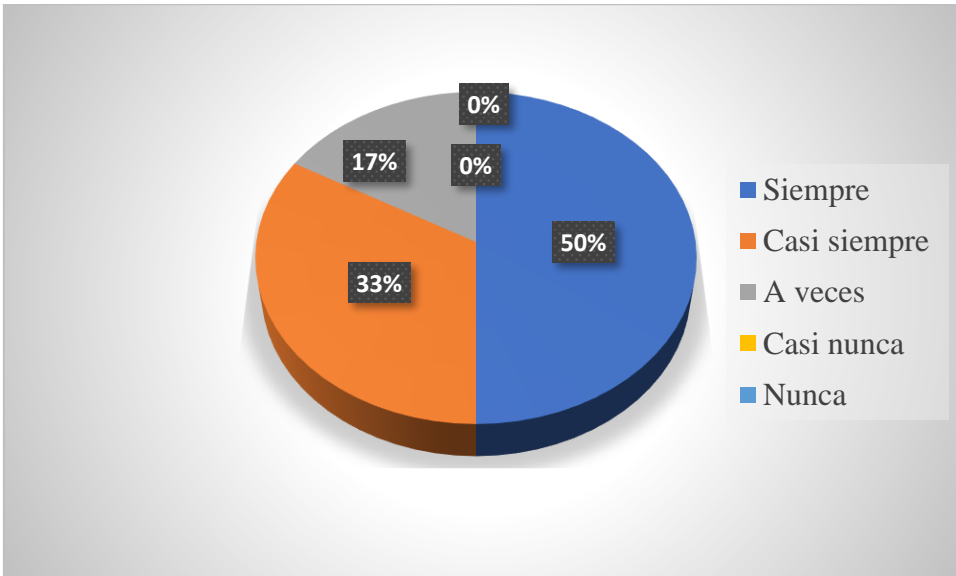


Figura 16. Aporta como trabajador a la economía
Fuente. Tabla 4

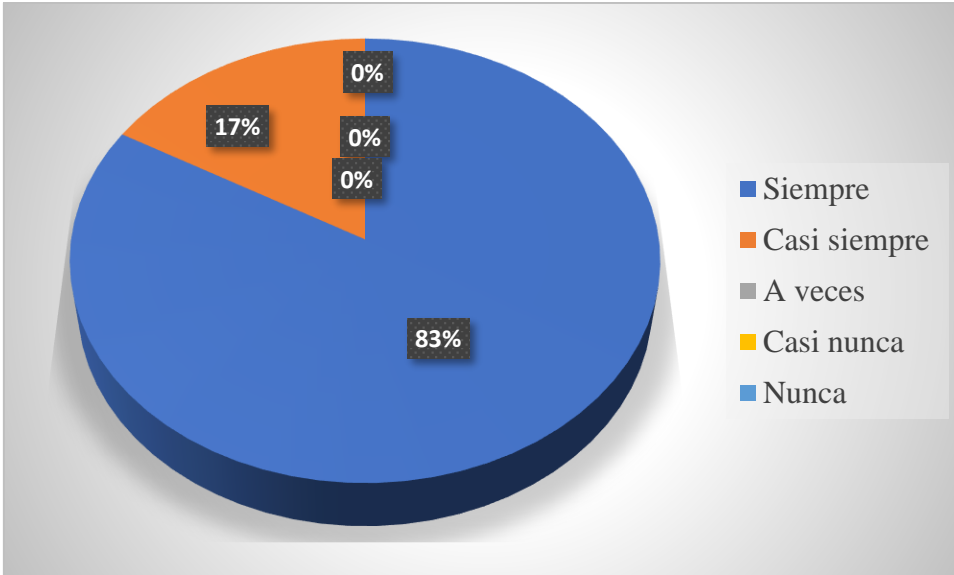


Figura 17. Brinda información a los clientes sobre la tecnología
Fuente. Tabla 4

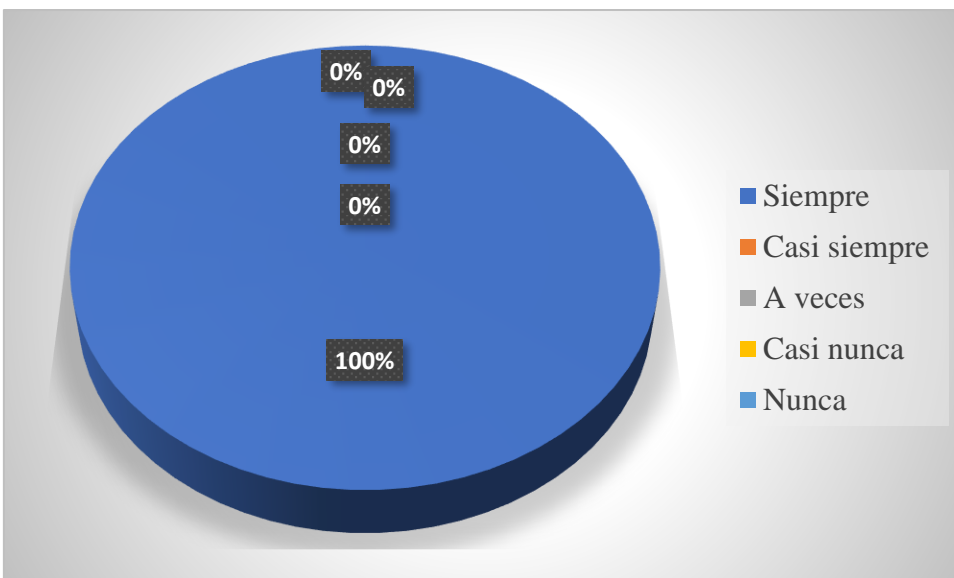


Figura 18. La tecnología es importante para la empresa
Fuente. Tabla 4

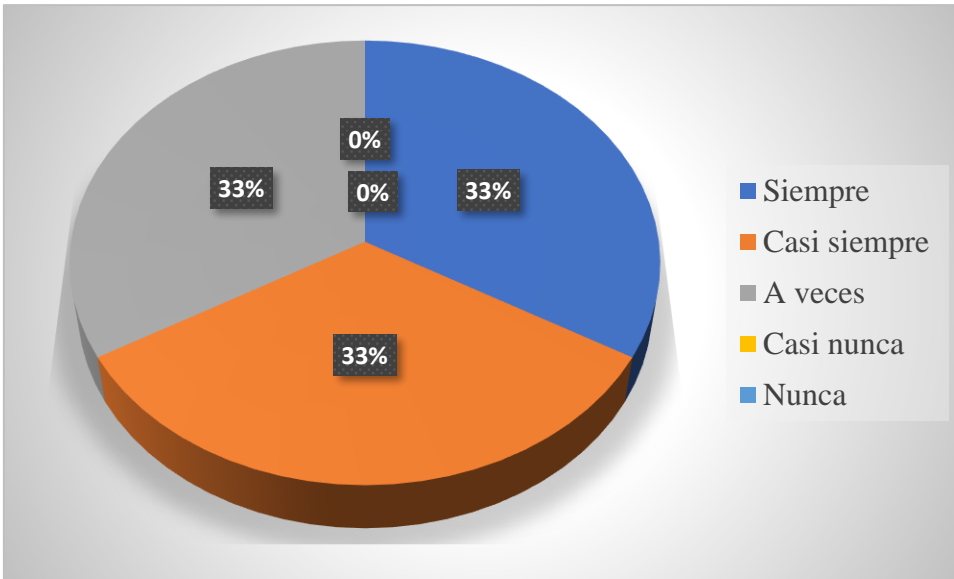


Figura 19. Realizar propuestas para ofrecer un valor agregado
Fuente. Tabla 4

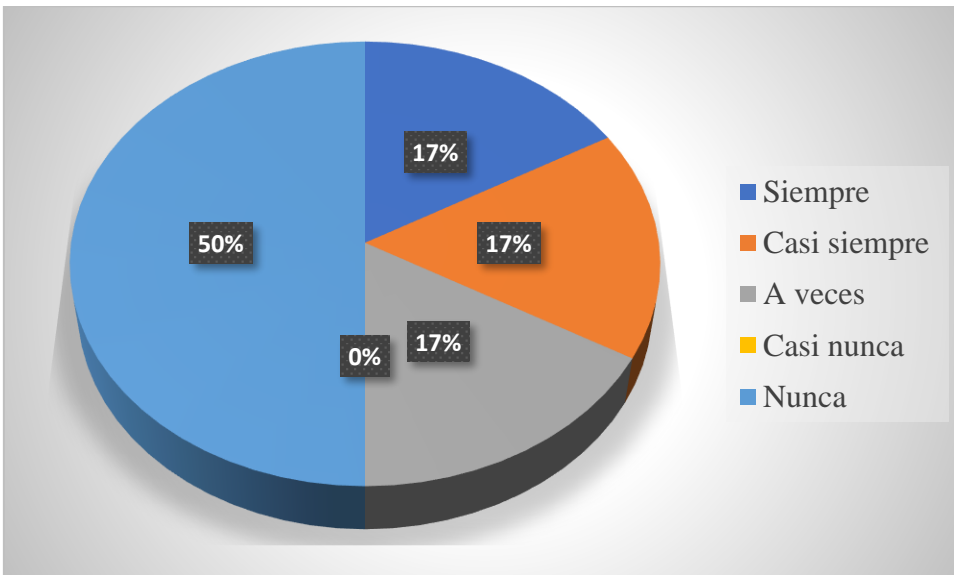


Figura 20. Realizar cambios innovadores para mejorar las habitaciones
Fuente. Tabla 4