



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LAS MYPES
HOTELERAS DEL CENTRO DE PIURA EN EL AÑO 2018**

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

AUTORA:

BR. LESLIE MELISA GARRIDO CALLE

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LAS MYPES
HOTELERAS DEL CENTRO DE PIURA EN EL AÑO 2018**

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

AUTORA:

BR. LESLIE MELISA GARRIDO CALLE

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2018**

JURADO EVALUADOR Y ASESORA DE TESIS

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño

Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por concederme la vida para formarme en este camino profesional y haber llegado hasta aquí.

A mis padres Manuel y Trígida por su esfuerzo, sacrificio y apoyo incondicional en esta etapa de mi vida, sin su ayuda y confianza no hubiera podido avanzar, porque ellos son mi más grande motivo para salir adelante.

A mi asesora de la universidad Dra. Mercedes Palacios de Briceño por su impecable enseñanza y guía en la realización de la presente investigación.

DEDICATORIA

A mis padres porque siempre confiaron en mi y nunca dejaron de apoyarme, hoy sus frutos se hacen realidad al verme convertida en profesional.

A mis abuelitos que aunque no los pude conocer desde el cielo me guían y me acompañan en cada paso que doy en la vida.

Y al resto de mi familia que me estiman grandemente considerándome un ejemplo a seguir.

RESUMEN

El Presente Trabajo de Investigación, titulado: “Caracterización de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES Hoteleras del centro de Piura, año 2018”. Tuvo como Objetivo General, Determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES del rubro Hotelero del centro de la ciudad de Piura en el año 2018; las variables seleccionadas son Gestión de Calidad y Planeamiento Estratégico. Se empleó la metodología de Investigación tipo Descriptiva, nivel Cuantitativo y diseño No Experimental de Corte Transversal. Las unidades económicas estuvieron conformadas por las MYPES hoteleras de uno y dos estrellas del centro de Piura. La técnica de recolección de datos fue la encuesta dirigidas a 43 trabajadores para la variable Gestión de calidad y 11 propietarios para la variable Planeamiento estratégico, lo cual pertenece a la muestra estudiada. En los principales resultados se detectó que las MYPES hoteleras cumplen con ofrecer productos y servicios de calidad, pero no aplican sistemas de gestión en todas sus áreas organizacionales. Por consiguiente, los propietarios han elaborado planes estratégicos, pero carecen de los conocimientos pertinentes para efectuarlo con eficiencia. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la Gestión de calidad y el Planeamiento estratégico de las MYPES hoteleras del centro de Piura son la utilización de una gestión débil en sus operaciones y una administración empírica producto de la falta de conocimientos, control y cultura organizacional.

Palabras claves: Gestión de calidad, MYPE y Planeamiento estratégico

ABSTRACT

The present research work, entitled: "Characterization of Quality Management and Strategic Planning in the hotel MYPES of the center of Piura, year 2018" had as a general objective, to determine the characteristics of quality management and strategic planning in the MYPES of the hotel industry in the center of the city of Piura in 2018; The selected variables are quality management and strategic planning. The methodology of descriptive type research, quantitative level and non-experimental cross-sectional design was used. The economic units were conformed by the one and twostal hotel MYPES of the center of piura, the study was a finite population, surveys were canied out as the data collection technique almed at 43 workers for then quality management variable and eleven owners for the variable strategic planning, which belongs to the sample studied. The technique of data collection was the survey and the instrument the questionnaire. In the main results, it was detected that the hotel MYPES comply with offering quality products and services, but they do not apply management systems in all their organizational areas. Consequently, the owners have drawn up strategic plans, but lack the relevant knowledge to carry it out efficiently. Among the main conclusions, it was determined that the characteristics of quality management and strategic planning of the hotel MYPES in the center of Piura are the use of a weak management in their operations and an empirical administration product of the lack of innovated knowledge, control, changes and an organizational culture.

Keywords: Quality management, MYPE and strategic planning

TABLA DE CONTENIDO

HOJA DE FIRMA DEL JURADO	
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRCT	vi
TABLA DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE CUADROS	xii
INDICE DE FIGURAS	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	22
2.1 Antecedentes	22
2.1.1 Gestión de Calidad	22
2.1.2 Planeamiento Estratégico	31
2.2 Bases teóricas	37
2.2.1 Gestión de Calidad	37
2.2.1.1 Importancia de Gestión de calidad	39
2.2.1.2 Sistemas de gestión de calidad	39
2.2.1.3 Componentes de un Sistema de Gestión de Calidad	40
2.2.1.4 Normas ISO 9001 – Gestión de calidad	42
2.2.1.5 Gestión de Calidad en el rubro hotelero	43
2.2.2 Planeamiento Estratégico	44
2.2.2.1 Plan estratégico	45
2.2.2.2 Definición de estrategia	45
2.2.2.3 Etapas del Plan estratégico	46
2.2.2.4 Funciones de la Planeación estratégica	48
2.2.2.5 Objetivos Estratégicos y su análisis DAFO	49
2.2.2.6 Planeación Estratégica en el rubro Hotelero	52

III. HIPÓTESIS	53
IV. METODOLOGÍA.....	54
4.1 Diseño de la investigación	54
4.2 Población y muestra	55
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	58
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	62
4.5 Plan de análisis.	62
4.6 Matriz de consistencia	63
4.7 Principios éticos	67
V. RESULTADOS	68
5.1 Resultados	68
5.2 Análisis y Discusión de resultados	82
VI. CONCLUSIONES	118
6.1 Recomendaciones	120
Referencias bibliográficas	121
ANEXOS	128
Presupuesto	129
Cronograma de actividades	130
Matriz Indicador pregunta	131
Encuesta	137
Libro de códigos	141
Validaciones. Juicio de Expertos	143
Resumen Validación cuestionario	155
Evidencias del trabajo de campo	157
Formato para clasificación de hoteles de 1 o 2 estrellas	159
Ley que regula establecimientos de hospedajes MINSETUR	160
Informe de calificación de probabilidad de coincidencia	176

ÍNDICE DE TABLAS

5.1 Importancia de Gestión de Calidad	68
5.2 Aplicación de calidad en las organizaciones	68
5.3 Capacidad para ofrecer mayor valor y garantizar la excelencia	69
5.4 Satisfacción de necesidades y exigencias del cliente	
haciendo uso de los parámetros de calidad	69
5.5 Sistemas de Gestión de Calidad	70
5.6 El factor fundamental en el éxito de una empresa	70
5.7 Mejoramiento de la Gestión de la Calidad	71
5.8 Jerarquía de funciones	71
5.9 Planificación	72
5.10 Recursos	72
5.11 Procesos	73
5.12 Procedimientos	73
5.13 Procesos de planear, controlar y mejorar	74
5.14 Deficiencias más frecuentes	74
5.15 Funciones de la Planeación Estratégica	75
5.16 Planificación Estratégica y Objetivos Organizacionales	75
5.17 Elaboración de planes y estrategias	76
5.18 Identificación de la Misión y Visión	76
5.19 Análisis de la situación de la empresa	77

5.20 Potencial de Crecimiento y Rentabilidad	77
5.21 Estructura de la empresa	78
5.22 Evaluación de Fortalezas y Amenazas en el entorno	78
5.23 Detectar Fortalezas y Oportunidades en el entorno	79
5.24 Contrarrestar Debilidades y Amenazas en el entorno	79
5.25 Análisis de Debilidades y Oportunidades en el entorno	80
5.26 Logro de Objetivos Estratégicos en cuanto al trabajo en conjunto y la relación de todas las áreas de la organización.....	80
5.27 Estrategias y Objetivos estratégicos	81
5.28 Estrategia de Venta	81

INDICE DE CUADROS

4.1Relación de Hoteles de uno y dos estrellas	57
---	----

INDICE DE FIGURAS

2.2.1 Figura 1: Sistemas de Gestión de Calidad	41
2.2.2 Figura 2: Planeamiento Estratégico	48

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objeto de estudio la variable Gestión de Calidad y Planeamiento Estratégico en las empresas MYPES hoteleras realizado en Piura, ciudad que comprende el norte del país, dado que como región posee gran potencial turístico debido a sus variados recursos naturales, avances geográficos y riquezas culturales.

Las actividades económicas en el mundo están estrechamente integradas e interconectadas en un sistema global de comercio, producción y consumo. Los mercados globales se han desarrollado como resultado de las políticas de comercio liberales que han reformado donde y como se producen los bienes y servicios y quienes los consumen. (Haggett, 2009). En la industria hotelera han surgido cambios y crecimientos notorios a medida de los años, pues bien, esta industria ha evolucionado mucho debido a la demanda de las actividades económicas, globalización, y avances culturales que conllevan a buscar oportunidades de vida en el mundo. Las micro y pequeñas empresas representan una de las principales fuerzas en el desarrollo económico. Además, en las economías emergentes, el rol de las pequeñas empresas es fundamental para la promoción de la actividad emprendedora.

En el Perú ocho de cada diez personas con empleo trabajan en una micro y pequeña empresa y nueve de cada diez compañías son MYPES, lo que se sitúa como un mercado relevante para la economía, los políticos y los privados. Cabe resaltar que el 99% de empresas en el Perú son MYPES. (Diario “El Comercio” 2016).

Las MYPES hoteleras forman una parte importante de la economía nacional. En la actualidad hay un mayor crecimiento en la pequeña hotelería. El turismo interno se ha convertido

en un gran motor de desarrollo para la infraestructura hotelera, donde hay una diversificación de hoteles. En el norte del país (Tumbes, Piura y La Libertad) se ha generado una demanda muy importante, pues la oferta en el sur está muy consolidada.

En Piura hay una gran variedad de empresas hoteleras. La región ha crecido considerablemente ya que es la segunda región más poblada del país, después de Lima, y se han generado proyectos e inversiones que hacen atractivo el turismo y por ende la capacidad de generar proyectos inmobiliarios de hoteles y hospedajes que comprende la mayor parte del territorio piurano. Lo cual es el rubro de estudio de la presente investigación. Para ello estos pequeños hoteles deben cumplir parámetros de calidad exigidos en el mercado que los promueven a estar a la altura de la competencia generalizada global y no decaer en pleno desarrollo. (Piura Produce, 2,012)

La presente Investigación proviene de la Línea de Investigación denominada Caracterización de la Gestión de Calidad, línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración de la ULADECH CATÓLICA y comprende el campo estudio de la MYPE. El problema que se ha identificado es: ¿Qué características tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico de las MYPES hoteleras del centro de Piura en el año 2018? Para esta Investigación se empleará el tipo de investigación Descriptiva, nivel Cuantitativa y diseño No Experimental-Transversal. La Investigación queda delimitada desde la perspectiva:

Temática por las variables: Gestión de Calidad y Planeamiento Estratégico

Análisis Psicográfico: Micro y pequeñas empresas rubro hotelero

Análisis Geográfico: Centro de distrito de Piura comprende desde Av. Bolognesi, Av. Grau, Av. Sánchez Cerro hasta Av. Gullman con Grau.

Análisis Temporal: Año 2018

El Turismo como actividad económica en el siglo XIX, como una consecuencia de la revolución industrial con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquistas, comercio, entre otros. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar hacer a finales del siglo XX la mayor industria del mundo. (Rodríguez, 2,011)

A nivel empresarial el hotel se puede considerar una empresa tradicional, se utiliza a menudo el término “Industria Hotelera” para definir al colectivo, su gestión se basa en el control de costos de producción y en la correcta organización de los recursos (habitaciones), así como en la adecuada gestión de las tarifas, muchas veces basadas en cambios de temporada (alta, media, baja) y en la negociación para el alojamiento de grupos de gente en oposición al alojamiento individual. El sector hotelero a nivel internacional comprende una variedad de establecimientos en términos de tamaño gama de servicios prestados. (Torres, 2,009)

En América Latina, según el Banco Interamericano de Desarrollo, los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PBI y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo. Según la evaluación realizada por el Foro Económico Mundial (FEM) varios de los países de América Latina todavía presentan deficiencias en el área de infraestructura y el marco jurídico, pero son muy competitivos en los aspectos relativos a recursos culturales y naturales, factores por los que resulta atractivo realizar inversiones o desarrollan negocios en el sector de viajes y turismo de los países de la región. (Foro Económico Mundial, 2,012).

Las organizaciones en la búsqueda de la competitividad global tienen la necesidad de lograr productos y servicios al menor costo, con el mejor nivel de calidad y con la capacidad de responder a la demanda tanto en tiempo como en cantidad.

Las empresas para poder realizar sus actividades requieren de talento humano que maneje un buen sistema de gestión para el uso de sus recursos financieros, tecnológicos, administrativos para cumplir con los estándares de calidad permitidos para lograr posicionarse en el mercado y atender de la manera más indicada las necesidades y exigencias de los clientes. Perú es uno de los países con menor número de empresas certificadas en gestión de calidad (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual 2,012). Para citar un ejemplo; en el 2013, el país contaba con alrededor de 1.200 empresas certificadas ISO 9001, esto significa que de las 1.713.272 empresas existentes solo un 0,071 % estaba certificado. Este es el mayor problema que existe en las MYPES por el mal manejo de sus recursos y la falta de asesoramiento de las mismas, que conllevan a la deficiencia económica financiera y quiebre en muchos de los casos. (INDECOPI 2,012)

Actualmente, la labor que llevan a cabo las micro y pequeñas empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no sólo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Okpara y Wynn (2,007) afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en vías de desarrollo. En términos económicos cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra.

Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno. (CENTRUM PUCP 2,005)

Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia y desarrollo a largo plazo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas.

En Perú, las Estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2,007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2,011).

La categoría pequeña empresa está asociada al crecimiento y desarrollo económico y a la competitividad. Las pequeñas empresas son unidades económicamente viables con capacidad de generar excedentes acumulables, crear nuevo empleo y contribuye a la competitividad del país. Son empresas formales, es decir, tributan y acatan las leyes laborales, tienen una organización con una elemental división del trabajo a nivel funcional y jerárquico. La dirección de la empresa recae directamente en el propietario y existen relaciones laborales familiares. Utilizan servicios financieros y no financieros con regularidad a fin de explotar sus ventajas. Existe una tendencia baja hacia la profesionalización de parte del empresario y de los trabajadores y al desarrollo de programas de capacitación. Utilizan tecnologías de información

básicas. Asimilan en sus procedimientos de gestión y producción el problema de la calidad. (Herrera 2,011)

Por el lado de la microempresa es preciso señalar aquellas que son viables de aquellas que sólo subsisten. Microempresa viable o de acumulación son aquellas empresas con potencial de crecimiento, tiene capacidad de generar excedentes, con ingresos y perspectivas de desarrollo para los propietarios y trabajadores. Pueden ser considerados sujetos de crédito y de otros servicios no financieros por su estabilidad, potencial de crecimiento y capacidad de pago. En la categoría microempresa, también, se dan relaciones laborales familiares. Se tratan de unidades empresariales que cumplen con los requisitos mínimos de formalidad, sin que esto signifique que cumplan con todos los requisitos, por lo que se les puede calificar de semiformales. En algunos casos no cumplen con algunos de los aspectos laborales o con los requisitos municipales. Sin embargo, su carácter viable o de acumulación, determina que sus necesidades tengan un sustento económico y no social, estando en tránsito hacia la formalidad regular propia de su naturaleza de empresa emergente. Estas unidades económicas tienen sistemas de organización simples, centralizado administrativa y productivamente en el propietario y con una estructura familiar. El nivel de uso de servicios financieros es limitado. Los niveles de formación y capacitación de trabajadores son mayores que en las empresas no viables, sin embargo, sigue siendo ésta una limitación para un mayor y rápido crecimiento. Dentro de esta categoría existen microempresas no viables o de subsistencia, son unidades económicas que se caracterizan por ser inestables desde el punto de vista de su viabilidad. Tienen una baja productividad y operan por debajo de sus costos; los ingresos que generan son insuficientes para sus propietarios y trabajadores.

Son mayormente informales (no cumplen con los registros tributarios, laborales y municipales). No generan empleos adecuados desde el punto de vista de los jornales y las horas laborales, además, incumplen con los estándares mínimos de derechos laborales básicos: jornada de trabajo, vacaciones, seguridad laboral, remuneraciones, descansos, compensación por tiempo de servicios, seguridad social, seguridad industrial, sistema de pensiones, etc. Mantienen relaciones laborales familiares y absorben mano de obra, en su mayoría, con niveles educativos de primaria o menos, por lo que la productividad es muy baja. Los medios de producción que utilizan son bastante elementales y rudimentarios, preferentemente herramientas que equipos. (Herrera 2,011)

Si bien las MYPES representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas (Barba Sánchez, Jiménez- Sarzo, & Martínez- Ruiz, 2,007- 2,008).

De acuerdo con un estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en Perú, se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas consolidadas. Asimismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos. (Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2005).

En el presente trabajo de investigación el problema se caracteriza en gestiones administrativas en las MYPES, se centran en la estructura organizacional y en la habilidad

para obtener y desarrollar los recursos necesarios, e incluyen temas relacionados con el personal, las finanzas y la gerencia del negocio, las MYPES no dirigen bien sus organizaciones existe una falta de compromiso por parte de sus trabajadores porque no ejercen una adecuada gestión y carecen de mucho conocimiento y preparación y de ello depende la supervivencia de las mismas. Esto se debe a que muchas veces las personas inician su emprendimiento por necesidad y no por oportunidad, debido a la pobreza y falta de trabajo estable, esto conlleva a que se inician en esta aventura empresarial sin profesión y preparación, y tienen que aprender en el camino. Los problemas operativos tratan acerca de repartir los recursos de una manera eficiente, y son más comunes en las áreas funcionales de una empresa; como, por ejemplo, marketing, operaciones y logística. Los problemas estratégicos abarcan la habilidad de los pequeños empresarios para ajustar sus productos o servicios a la demanda externa. Los problemas externos incluyen temas de infraestructura, corrupción, tecnología y baja demanda. El modelo de Ansoff (1,965) también categoriza los problemas de las pequeñas empresas en administrativos, operativos y estratégicos. Las decisiones estratégicas se ocupan de asegurar que los productos de la empresa y los mercados estén bien escogidos, que exista la demanda suficiente, y que la empresa sea capaz de generar una porción de la demanda.

En Colombia ,por ejemplo, las pequeñas empresas tienen la posibilidad de romper el paradigma tradicional del único enfoque operativo, dirigido a cumplir con ciertas especificaciones de un proyecto y en el avance del día a día, para mezclarlo con otros modelos y herramientas gerenciales que puedan encaminar la organización hacia la gestión integral de sus diferentes procesos, buscando mejorar los resultados financieros, operativos y

organizacionales, en pro de su perdurabilidad en el mercado y la generación de ventaja (Universidad ESAN, 2,012)

La Provincia de Piura, ubicada en la región del mismo nombre, en el norte de Perú, presenta debilidades: alta informalidad en sus unidades empresariales y un gobierno con poco apoyo de la población. Estas debilidades se confrontan con fortalezas como gran cantidad de recursos naturales, y producción de energía para soportar el crecimiento de la manufactura y el turismo. Piura puede desarrollar ventajas competitivas en función que se consolide la provincia como destino turístico, al combinar atractivos naturales con infraestructura hotelera, y de la alta importancia que tiene el sector manufacturero a nivel nacional, con productos de valor agregado a partir de insumos agrícolas y pesqueros. Adicionalmente, se ha encontrado que la gestión en el uso del canon minero y el aporte de los hidrocarburos constituyen un factor generador de beneficio social para los ciudadanos. También, existe la unión de la sociedad civil para lograr objetivos comunes a través de distintas asociaciones. Así, debe hacer uso de sus fortalezas, especialmente de sus atractivos naturales, junto con la producción energética y los sistemas de riego que posee. (Gobierno Regional Piura, 2008)

En Perú, la actividad turística ha demostrado tener una gran importancia en la economía nacional, ya que se ha convertido en la segunda actividad de exportadora más importante de estos últimos años, constituyéndose en una importante herramienta para alcanzar diversos objetivos de desarrollo, como la generación de empleo descentralizado, la conservación de nuestro patrimonio cultural y natural con participación de la sociedad civil y el fortalecimiento de la pequeña y micro empresa, entre otros. La actividad turística

en la región Piura muestra suficiente potencial para ser un canal de alta contribución al crecimiento y desarrollo económico, básicamente por la gran diversidad de recursos sin explotar y por el agradable clima que lo caracteriza, de allí que la región es conocida turísticamente como “Piura: sol, magia y encanto”; destacando sus innumerables recursos naturales, arqueológicos, folklóricos y una variada gastronomía, existiendo también otros recursos turísticos que propician el turismo de aventura, ecoturismo, turismo esotérico, entre otros, pero sin control ni planeamiento, el turismo puede resultar nocivo en ciertos aspectos, como el impacto sobre ecosistemas frágiles y transformación no deseada de destinos culturales. Es por ello que surgió la idea de elaborar el análisis de la Gestión de Calidad y un Plan Estratégico en las MYPES hoteleras que es un instrumento de gestión de procesos y planificación de las actividades y acciones relacionadas al sector turismo diseñadas de forma participativa, concertada y descentralizada, reflejando el desarrollo y éxito de las MYPES de Piura. Y por ende conlleva al desarrollo sostenible de la región. (DIRCETUR, Región Piura, 2015)

En el ambiente externo de las organizaciones, los factores que influyen de manera directa en las MYPES es el ambiente del microentorno, donde figuran los clientes que poseen mucho poder de negociación, ya que existe mucha competencia en el mercado y son quienes toman decisiones al elegir. Es la variable directa de mayor importancia porque de ellos se muestra el nivel de ventas del negocio y dependerá el progreso económico de las micro y pequeñas empresas. Los clientes en el entorno de las MYPES hoteleras son comprendidos gran parte por turistas internos y externos que analizan los diferentes servicios de hospedaje en cuanto a lugar, calidad, precio, servicios, atención y seguridad,

los cuales son muy variados en la ciudad para efectuar el comportamiento de compra. El deslizamiento migratorio de los clientes varía según las estaciones del año, eventos socio culturales, avances geográficos, proyectos atractivos, congresos profesionales son algunas causas por las cuales aumenta la población en la localidad, la cual influye en las organizaciones de manera positiva y cuando disminuye la población, influye de manera negativa. Por lo tanto, las empresas actualmente se ven obligadas a acudir a herramientas de mercadotecnia para estudiar clientes presentes y detectar clientes potenciales, para luchar con el fin de mantener o ampliar el nivel de ventas que permitan el crecimiento de las organizaciones y una mejor presencia en el mercado. (Barrios, 2,011)

Por otro lado, la competencia rival de las MYPES hoteleras son los competidores actuales y directos que influyen en estas empresas, las cuales se encuentran los hoteles categorizados que ofrecen el mismo servicio de alojamiento complementado con otros servicios adicionales y en otros casos personalizados, que compiten entre sí tratando de diferenciarse en los servicios de rivalidad. Entre el 2,011 y el 2,015, se han integrado a la oferta 4,800 nuevos establecimientos de hoteles en todo el Perú (crecimiento de 33% en dicho periodo). La competencia, ha sido resaltada por los empresarios MYPES como un factor importante en sus retos para desarrollarse en el mercado (MINCETUR, 2016).

La competencia potencial es la competencia indirecta actual y la nueva competencia que puede surgir en el mercado marcando la diferencia, tal es el caso de los hospedajes, quienes a diferencia de los hoteles no tienen categoría, ellos compiten con los hoteles ofreciendo el mismo servicio de alojamiento con precios más bajos y fijos, a diferencia que ofrecen pocos servicios adicionales, considerándose una amenaza para las

MYPES hoteleras. El Perú es un país en donde muchos inversionistas internacionales están apostando por invertir, Piura es un lugar atractivo para las inversiones de grandes hoteles que estiman proyectos futuros en las ciudades de Piura, Talara, Máncora y Colán, esto generaría mayores amenazas para los pequeños hoteles. Al 2021, Año del Bicentenario de la República, se espera una inversión de US\$ 1,141 millones en proyectos hoteleros. La mayoría de dichas inversiones pertenecen a cadenas hoteleras internacionales y nacionales.

Los proveedores de las MYPES son las organizaciones, personas o agentes que facilitan los insumos para que los hoteles puedan funcionar. Estos insumos o recursos adquiridos influyen de manera directa la cantidad, calidad, oportunidad, lugar, costo y plazo de entrega de las MYPES hoteleras, entre sus principales insumos son los equipos, servicios, materiales o energía necesaria para que instalaciones funcionen adecuadamente. El poder de negociación de los proveedores en las MYPES es favorable, pues brinda los insumos y financiamiento de acuerdo a sus necesidades y las formas de pago acorde a sus ingresos.

Por otro lado, se muestran también los productos sustitutos como otro factor microambiente que afecta a las pequeñas empresas, cuando tienen un nivel de cercanía al producto/servicio, la cual podrá depender de la brecha existente en función al precio, la capacidad de producción, calidad, posicionamiento y satisfacción al cliente. Entre ellos se mencionan las agencias de viajes que brindan servicio adicional de alojamiento para sus viajeros. Estos sustitutos no son considerados una amenaza alta (Barrios, 2011)

Los factores que influyen de manera indirecta en las MYPES es el ambiente macroentorno pero que influyen de igual manera en las empresas, los de mayor incidencia para los empresarios aluden a la corrupción e informalidad. Los menos mencionados y de menor incidencia se refieren a temas relacionados con el estado, la tecnología y los ambientales. Sin embargo, todos son importantes.

En relación con el tema de los factores Político Legales, estos elementos constituyen un impacto drástico en las MYPES, ya que las regulaciones a nivel municipal y nacional imponen una serie de leyes y normas delimitando lo que las empresas pueden y no pueden hacer. El Estado interviene en la economía mediante la política monetaria y fiscal, mediante regulaciones de los distintos mercados como el laboral y los mercados financieros. En relación con el tema de la corrupción/informalidad, muchos de los empresarios operan en el mercado sin pagar impuestos, generando una competencia desleal con los empresarios que sí son formales, y muchos de ellos se ven obligados a aceptar esa forma de trabajo. Esto genera a su vez que no puedan demostrar ante las entidades financieras su movimiento real y no puedan acceder a mejores condiciones crediticias en tasas y mayores montos, como ellos mismos lo indican.

El análisis legal se basa en identificar adecuadamente las principales variables como legislación sobre los consumidores, legislación sobre medio ambiente, legislación sobre propiedad intelectual, subsidios y estabilidad jurídica. El estado promulgó el Código de Protección y Defensa del Consumidor que indica los derechos del consumidor y los deberes que deben cumplir las empresas para velar por el bienestar de los consumidores peruanos en las diferentes actividades económicas de las empresas. (Paredes, 2,010)

La Ley N° 29408, Ley General del Turismo, en su artículo 38 hace mención de la calidad turística. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los Gobiernos Regionales y Locales, en materia de calidad turística impulsan las buenas prácticas, así como la estandarización y normalización en la prestación de servicios.

El análisis político se basa en identificar las diferentes variables como regímenes tributarios, preferencias arancelarias, tratados de libre comercio y defensa del consumidor. Los propietarios de las MYPES perciben que el Estado ha tenido una actuación pasiva frente al crecimiento de los empresarios; específicamente, desde su percepción el Estado no cumplía su rol de promotor, no brindaba capacitación a los microempresarios sobre temas relevantes y no desarrollaba programas que promuevan su formalización. (CENTRUM PUCP, 2,005-2,007).

Las leyes de protección al medio ambiente no se considera una amenaza para las MYPES hoteleras ya que su actividad económica no afecta el medio ambiente. Algunas otras leyes que afectan y que en muchas ocasiones las organizaciones buscan la forma de disminuir o evadir, son los impuestos establecidos por el gobierno, si se lleva a cabo una disminución de los impuestos se producirá un aumento de los beneficios de las empresas, y, por tanto, un aumento de la inversión, lo que puede provocar un incremento de la producción y del empleo y por lo tanto un aumento del consumo privado al aumentar la renta de los particulares. Si los impuestos aumentan sucederá lo contrario. Así también figuran los salarios y derechos que benefician a los empleados que prestan sus servicios a diversas instituciones. Se considera una amenaza fuerte si el Estado decide aumentar la remuneración mínima vital de los trabajadores de empresas formales.

Factores Económicos, los cambios económicos pueden generar oportunidades o amenazas para los microempresarios; cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse. De lo contrario cuando la economía pasa por una crisis, caso de las recesiones o debido a los fenómenos naturales que ya se han generado en la región, la demanda disminuye aumentando el desempleo y disminuyendo las utilidades. En las variables económicas influye el Producto Bruto Interno, (Diario de Economía y Negocios de Perú, 2,013), se estima que el turismo genera un ingreso de US\$ 3,300 millones anuales, significa 8% del Producto Bruto Interno (PBI) y se espera que para el 2021 sea el 10%. Así también inflación, tipo de cambio que fue decreciente en el Perú a partir del año 2,000 hasta el 2,008 (SBS) a fines de septiembre de 2010 el tipo de cambio fue de S/. 2,79. Constituyéndose una amenaza o una oportunidad para las empresas dependiendo su variación. También se observa las tasas de interés de las diferentes entidades financiera que ofrecen los financiamientos a las MYPES que son una gran fuente de apoyo para su desarrollo. Se caracterizan por tener una limitada capacidad financiera. Entre las opciones productivas con las que cuenta Perú, el turismo representa una potente herramienta para generar ingresos y empleos, es la tercera fuente de divisas y supera el millón de empleos. Al 2,021 podría ser el segundo sector más importante de la economía peruana”, (Barrios, 2,011)

Factores tecnológicos el acceso a la tecnología, es un factor que también influyen en los empresarios, tal acceso es bastante limitado en relación con su giro de negocio o con la gestión administrativa de sus empresas. La tecnología es un elemento importante en

cualquier tipo de negocio grandes o pequeños, todos ellos se ven afectados por los cambios tecnológicos y tratan de obtener la mejor ventaja. Estos avances son comprendidos en el mercado por la tecnología científica, tecnología de la información y tecnología de la comunicación. Las tecnologías científicas incluyen la base física (plantas, equipo, servicios y productos y procesos) pueden ser las modificaciones que sufre un producto de un hotel para obtener otros con nuevas características y la capacidad de productos existentes o productos nuevos. La tecnología de la información incluye la base de los conocimientos como ampliar la base del negocio, reducir costes y tiempos, mejorar la calidad del servicio ofrecido, intensificar la colaboración con proveedores y clientes, agilizar la relación con la SUNAT y entidades financieras. Y en la tecnología de la comunicación, las empresas la utilizan para que logren ser conocidas por los clientes que aún no las conocen, a través de publicidad directa, por redes sociales, páginas web; mediante los cuales los hoteles ofrecen sus servicios (Rodríguez, 2,002). En general las MYPES cuentan con poca y en algunos casos escasa tecnología moderna debido a sus altos costos adquisición, instalación y mantenimiento como tendencias en software de diseño, ventas electrónicas, y equipos modernos. Considerándose una amenaza fuerte para las MYPES. (Paredes, 2,010)

Factores Socio Culturales son las fuerzas del ambiente general externo de las MYPES en donde se incluyen principalmente aspectos demográficos y aspectos culturales que influyen en ellas. Los aspectos demográficos se muestran elementos como edad, nivel educativo, distribución geográfica y población económicamente activa, índice de desarrollo humano, ingreso per capital, numero de natalidad y mortalidad que describen la composición de la población mientras, aspectos sociales como conflictos sociales,

seguridad ciudadana, migración, en el 2016, el Perú recibió a 3,5 millones de turistas internacionales, esto genera mayor demanda en los hoteles por los turistas. Así también la delincuencia, educación y salud. Los aspectos culturales pertenecen a todas las normas, costumbres y valores de la población en general. El Perú tiene un sistema cultural y social que comprende determinadas creencias y valores. (Paredes, 2010)

Cada día crece la gran necesidad de que las pequeñas empresas se unan a un mundo más globalizado, buscando para sus productos y servicios un mercado más rico e internacional. Unirse a las naciones más modernas en busca de una economía orientada a la exportación e importación que impulsen a niveles de prosperidad es una prioridad para todos los países latinoamericanos. Las pequeñas empresas deberán aprovechar todo su talento, para que unido a su sinergia produzcan la cooperación mutua de la iniciativa privada y de los programas de los gobiernos, y se encaminen a un mejoramiento continuo en busca de un crecimiento sostenido para todas sus comunidades. El papel que desempeña la micro y pequeña empresa como factor de desarrollo económico y social en el mundo es incierto. El momento en el que se vive muestra una decidida participación de organizaciones y de grandes empresas dentro del mundo globalizado y moderno y brinda un claro ejemplo con ideas prácticas, sencillas, económicas, funcionales y apropiadas para un desarrollo permanente de las ya existentes y nuevas pequeñas empresas, con enfoques precisos para los países menos desarrollados en busca de nuevas alternativas que garanticen su progreso.

Es por ello que el análisis de la presente investigación lleva a examinar un poco los problemas fundamentales económicos y sociales y ver cómo la pequeña empresa

representa un factor de desarrollo en lo económico, para la mayor distribución del ingreso, para la generación de riqueza y crecimiento del (los) país (países), y desde el punto de vista social, es indudable la generación de fuentes de empleo. Con el surgimiento de los bloques regionales, nacionales e internacionales, es evidente y necesario que pequeños empresarios creen conciencia para modernizarse y participar activamente con sus productos y/o servicios, en condiciones más favorables dentro de sus mercados. Muchos de los valores y ventajas que representa este gran sector de la economía de la sociedad, son razones que fundamentan su apoyo, pues es en la pequeña empresa es donde se fomenta el espíritu emprendedor, la mística, el compromiso, la necesidad de poner en juego lo invertido. Es la pequeña empresa la que permite que el crecimiento de la industria sea menos concentrado geográficamente, ayudando a su diversificación, ayuda a resolver el problema del desempleo; es fuente generadora de trabajo, es fuente de innovación. Representa una gran ayuda para el desarrollo de otros servicios y sectores dándole valor agregado a la materia prima, los materiales o al producto terminado, fomentando la libre empresa, representa condiciones de ahorro, acumulación de capital, tecnología, productividad, tiene ventajas de oportunidades de vender, aunque no están muy desarrolladas. (Anzola, 2,015)

Para Perú y Latinoamérica la situación de competitividad se torna dramática, si se carece de programas integrados, locales, regionales, nacional e internacional que permitan a las pequeñas empresas incursionare activamente en el proceso de mejoramiento, en sus operaciones directivas, administrativas y operativas, sólo cuentan con sus propios recursos. Por lo tanto, su competitividad se ve seriamente afectada al considerarse los nuevos mercados ampliados y desarrollados que se están presentando.

Los profesionales deben servir a la sociedad brindando programas de asesoramiento para crear sensibilización en los pequeños empresarios. Lo anterior obliga a las pequeñas empresas a que se conviertan en organizaciones más agresivas, más profesionales y más competitivas para que lleguen a participar en mercados más amplios y desarrollados. Al ser más profesionales y competitivas sólo tienen un camino: lograr la eficiencia y el éxito en todas las funciones y actividades de la pequeña empresa. La meta central que se debe buscar para esta eficiencia y éxito es: desarrollar un(os) producto(s) y/o servicio(s) de la mejor calidad, que conlleve estándares para cumplir con las exigencias del cliente moderno a los precios más competitivos y con los mejores servicios, todo esto dentro de un esquema de retroalimentación permanente y mejora continua. En el nivel interno de la pequeña empresa, se ha notado que los empresarios no están respondiendo en forma planificada, ordenada y controlada a los cambios que se están dando, cambios en cuanto a la tecnología, información, nuevos precios, nuevas materias primas, nuevos sistemas administrativos, nuevos desarrollos del mercado, de la producción, de los recursos humanos y de las finanzas. Otro punto problemático es la falta de una cultura emprendedora empresarial, profesional, de adaptación y de liderazgo para dirigir y administrar procesos en su producción, falta de planeación y proyección hacia sus objetivos. Ello se completa también con el análisis del medio ambiente externo: análisis de todos los elementos que afectan a las organizaciones y que deben integrarse adecuadamente. (Anzola, 2015)

Por ello, debido a la gran importancia de las MYPES en el país, a la problemática que se ha identificado y la gran preocupación que genera, nació y se desarrolló el presente

estudio de investigación basado en el sector hotelero para apoyar y fortalecer a las MYPES de este rubro, estableciendo herramientas estratégicas de gestión de calidad desarrollados por los trabajadores y el buen planeamiento estratégico de los gerentes como ventajas competitivas para su buen desarrollo, el conjunto de estos dos pilares fundamentales es lo que necesitan las empresas para lograr el éxito, progreso y subsistencia en las empresas.

Así; la situación problemática queda enunciada como: ¿Qué Características tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES Rubro Hotelero del Centro de Piura, año 2,018?, problemática que existe en la Región Piura y que gracias a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH), Sede Piura, Escuela de Administración, se buscará dar solución a la problemática antes identificada. Por consiguiente, para dar respuesta al problema planteado, el objetivo general de la investigación es el siguiente: identificar las Características que tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES rubro hotelero del centro de Piura, año 2,018.

Por tanto, para conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes Objetivos Específicos: (a). Determinar la Importancia de la Gestión de Calidad en las MYPES hoteleras del centro de Piura, año 2,018; (b). Identificar los Componentes de Calidad en las MYPES hoteleras del centro de Piura, año 2018; (c). Establecer las Funciones de la Planeación Estratégica en las MYPES hotelera del centro de Piura, año 2018; (d). Conocer los Objetivos Estratégicos de las MYPES hotelera del centro de Piura, año 2018. Sólo se mantiene la explicación de los objetivos ya que no se presenta hipótesis en la investigación.

Finalmente la investigación se justifica ya que se realiza con la finalidad de demostrar el grado de importancia que tiene la Gestión de Calidad en las MYPES hoteleras

porque genera crecimiento y satisfacción al cliente y el ejecutar una planificación estratégica para el buen encaminamiento del logro de sus objetivos y estar bien identificados con la razón de ser de la empresa, ya que se afrontan a muchos riesgos que deben ser capaces de asumir estratégicamente para su desarrollo económico y empresarial.

La importancia de la investigación enfocada en las variables Gestión de calidad y Planeamiento estratégico, va a permitir conocer con mayor exactitud la situación por la que atraviesan actualmente las micro y pequeñas empresas y sus posibles alternativas de solución para ayudarlas a buscar formas de subsistir en el mercado.

Desde el punto de vista Teórico, la investigación genera reflexión y discusión tanto sobre el conocimiento existente, así como también la variable de oportunidad que se presentan en todo el contexto empresarial.

Desde el punto de vista Práctico, la investigación se justifica según los medios de Educación Superior Peruana que señala que todo alumno al graduarse debe cumplir con la Ley Universitaria 30220 que obliga a todo alumno a elaborar un trabajo de Investigación (Tesis) para que se convierta en profesional.

De esta manera, esta investigación abrirá caminos para empresas que presenten situaciones similares a la que aquí se plantea, sirviendo como marco referencial a estas.

Por último, profesionalmente pondrá en manifiesto los conocimientos adquiridos durante la carrera y permitirá sentar las bases para otros estudios académicos.

Así, los administradores contribuyen al desarrollo de las empresas, de la ciudad, del país como vocación de servicio. Como profesionales un problema, un reto, una gran oportunidad.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Gestión de Calidad

Desde el punto de vista de Joubert (2015) presentó un Trabajo de Investigación, realizado en la Universidad Nacional de Quilmes, Bernal. Argentina; denominado: “Los Sistemas de Gestión de Calidad en el sector Hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén”. Esta Investigación sostiene que el incremento de la oferta hotelera en la ciudad de Neuquén, inducido por una sostenida demanda, abre el interrogante sobre el grado de calidad y la forma en que se entregan los productos y se brindan los servicios a los clientes externos.

Este trabajo tuvo la finalidad de conocer el potencial y la viabilidad de la implementación y la certificación de Sistemas de Gestión de Calidad (SGC) en los hoteles de la ciudad Neuquén. Para ello, se llevó a cabo una investigación cualitativa de carácter descriptivo. Se planteó una estrategia de triangulación de fuentes y datos, articulada sobre entrevistas en profundidad y observación de actores claves en la problemática estudiada. Y debido a la información que se ofreció se llegó a la conclusión que es necesario realizar grandes esfuerzos orientados a la sensibilización de los propietarios y gerentes de hoteles sobre los SGC, debido a que poseen escasos conocimientos acerca de ellos. Por otra parte, demostró una importante brecha en la forma de trabajo y de gestión entre las empresas hoteleras pymes y las de cadena, siendo estas últimas la que poseen más condiciones para enfrentar un proceso de implementación de SGC que les permite obtener ventajas competitivas.

Desde el punto de vista de Herrera (2008) presentó una Investigación, realizada en la Universidad de Veracruz, México; titulada: “Diseño de una Gestión de la Calidad para una microempresa”. Este trabajo menciona que es importante incorporar sistemas de calidad en las organizaciones hoy en día globalizadas, que les permitan, ser más competitivas, obtener la fidelidad de los clientes, y asegurar la permanencia en el mercado. De acuerdo a ello, el autor quiso que nazca en esta investigación el interés de abordar el tema de la calidad, como estrategia y alternativa para conducir exitosamente a las organizaciones, así como enfrentar el mercado actual más competitivo. El tema de calidad, se encuentra enfocando a la microempresa, por ser considerada como el segmento de la economía con mayor importancia, debido a los beneficios que aporta en la economía nacional, así como en la internacional. El autor considera que la microempresa por tanto es un segmento, que requiere de mayor asistencia profesional, debido a las características y diversos problemas que enfrenta. Algunos de estos problemas son: falta de formación integral del empresario, deficiente administración, falta de capital y ausencia de un enfoque al cliente, entre otros aspectos. El objetivo de la investigación es el establecimiento de sistemas de aseguramiento de la calidad que garantizan la buena marcha de las empresas y la relación con los clientes (ventas).

Se realizó el diagnóstico en la empresa Refaccionaria Mastermotor Sociedad Anónima, Se utilizaron planes, análisis estadísticos, técnicas implementadas, entrevistas para evaluar el funcionamiento de la organización, sus debilidades y el análisis FODA. Se determinó, según el análisis que el problema principal es el mal proceso administrativo, como son las etapas de planeación, organización, dirección, control y personal.

Por otro lado, el descenso de ventas que presenta la microempresa comercial, así como las deficiencias en el funcionamiento, se encuentran ligados a factores que le impactan negativamente como aumento de la competencia y falta de adaptación al cambio de esta manera se a frenado el desarrollo de la empresa que no le permite incrementar ventas y crecer, así como perdiendo participación en el mercado. Se propone la implantación de un sistema de calidad con base en la norma ISO 9001:2000, como estrategia que permitirá, mejorar su funcionamiento interno y aumentar las ventas.

Desde el punto de vista de Santoma (2007) presentó un trabajo de Investigación en la Universidad Ramón Llull, España, denominada: “Aspectos de Gestión en la Calidad de servicio. Una aplicación del concept Mapping al caso de las cadenas hoteleras en España”. La finalidad de este trabajo de investigación es ayudar a identificar los ámbitos de la gestión de la cadena hotelera para mejorar la calidad de servicio en el sector, el objetivo de esta tesis es determinar cuáles son los aspectos de gestión de una cadena hotelera que pueden llevarla a mejorar su calidad de servicio. En este sentido el autor utiliza la técnica del *concept mapping* sobre las opiniones tanto de expertos en gestión hotelera como de directivos hoteleros, como las figuras que implementan esta filosofía y los principales aspectos de la gestión. La necesidad de evaluar el modelo de negocio hotelero y la preocupación por la calidad que muestran tanto el sector público como el sector privado, justifican la realización de trabajos de investigación que aporten conocimiento y permitan avanzar hacia un modelo propio para el sector ante la situación actual.

Para el desarrollo de la investigación se llevó a cabo entrevistas no estructuradas y la aplicación del focus groups con expertos directivos hoteleros. Los resultados obtenidos tras esta fase señalan que, para mejorar la calidad de servicio, se deben considerar 84 aspectos de gestión, que se pueden agrupar en torno a 7 clústeres: gestión de los recursos humanos, gestión de la información sobre clientes, gestión de marketing estratégico, gestión interna de la calidad, gestión interna de la cadena hotelera, gestión estratégica de la calidad y gestión estratégica de la cadena hotelera. Asimismo, se considera que permitirá continuar profundizando en los aspectos de gestión hotelera con el objetivo de establecer modelos de calidad propios para el sector que permitan una mejor y más rápida adecuación a las necesidades cambiantes y a los nuevos escenarios de competencia que vayan apareciendo.

Desde el punto de vista de Manrique (2015) realizó una Investigación en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Titulada: “Características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas rubro piladoras de arroz de la provincia de Lambayeque, 2015”. En la investigación se estableció como objetivo, conocer las características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MYPE rubro piladoras de arroz en la provincia de Lambayeque, Perú. Se empleó una metodología tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental, en donde su muestra fue la participación de seis microempresarios y trabajadores administrativos dedicados al pilado de arroz, y según los resultados del estudio, el autor determino que el 60% de los encuestados consideran que es importante la calidad de sus productos y el 40% lo contrario y con respecto a la utilización de planes estratégicos en su unidad de negocio,

el 69% no utiliza planes estratégicos y el 31% si lo utilizan. El autor concluyó según su estudio que para diseñar planes estratégicos es fundamental que las MYPE piladoras de arroz precisen con exactitud y cuidado la misión que va a regir ya que ésta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y que va a suministrar a los consumidores y con ello la calidad es un factor importante que debe ser fomentado en cada uno de los eslabones de la actividad productiva de la MYPES.

Desde el punto de vista de Goicochea (2015) realizó una Investigación en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Cañete, titulada: La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. El trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio –rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. La investigación fue tipo cuantitativa - nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal, su muestra para el recojo de información fue de 10 mypes de este rubro, aplicándose la técnica de la encuesta. De este estudio se obtuvieron los siguientes resultados: 80,0 % de la población encuestada, aseguran que, sí tienen conocimiento sobre el significado de gestión de calidad mientras, que el 10,0 % no tienen conocimiento del significado de gestión de calidad, la autora también pone en manifiesto que el 30 % de la población desarrolla políticas de calidad en el restaurante; mientras que el 70% no desarrolla políticas de calidad.

Desde el punto de vista de Flores (2014) realizó un trabajo de Investigación en la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, titulada: “Diseño y Desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad según la norma ISO 9001:2008 para mejorar las actividades de los servicios administrativos que ofrece la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo modelar el diseño y desarrollo del Sistema de Gestión de la calidad, según la Norma ISO 9001:2008 para mejorar y optimizar las actividades de los servicios administrativos que ofrece la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C. Este aporte constituye una oportunidad para que la empresa implemente y aplique una política sostenida de mejora continua en cada uno de los servicios que brinda, asegurando la satisfacción de cada uno de sus clientes. Se ha utilizado como fuente primaria la unidad de análisis de cada uno de los procesos en los diferentes servicios administrativos que brinda la empresa y de un sistema de capacitación permanente a sus colaboradores. Como fuentes secundarias, esta investigación utilizó algunos documentos como el Manual de gestión de la empresa, libros especializados y los resultados de investigaciones afines. Se aplicó la técnica de la entrevista y el diseño fue pre experimental. Cabe mencionar que esta investigación ha permitido establecer el modelo de calidad, que servirá de soporte al sistema de gestión de calidad para la compañía. Los resultados iniciales de la investigación, han permitido conocer el nivel de implementación y ajuste del que vienen siendo objeto los procesos, respecto a la Norma ISO 9001: 2008, comprobándose que estos en promedio se aproximan al 25%.

Desde el punto de vista de Valencia (2012) realizó un trabajo de investigación en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Titulada:” Implementación de un

Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008 en una pyme de confección de ropa industrial en el Perú, con énfasis en producción” El autor realizó el presente trabajo con la finalidad de demostrar que los lineamientos y disposiciones planteados en su estudio son válidos para obtener la certificación ISO 9001:2008, en una empresa de confección de ropa industrial. Señala que existen algunas organizaciones en el país dedicadas a la confección de ropa, que han implementado un SGC, basado en los principios de la norma ISO 9001. Cuyo objetivo es desarrollar y fortalecer la gestión organizativa a través de la implementación de herramientas de calidad, y con ello garantizar una estandarización en los procesos con un enfoque al cliente, bajo una filosofía de liderazgo participativo y mejora continua”. El autor indica que las implementaciones de un sistema bajo la Norma ISO 9001 en empresas de confecciones de ropa industrial en el Perú son muy escasas, por eso realizo el presente estudio. Mostrándose el objetivo general como conocer los requisitos necesarios que deben seguir las pymes de confección de ropa industrial en el Perú para lograr una implementación exitosa del SGC ISO 9001:2008 en sus organizaciones y obtener la certificación. Se concluyó que al aplicar las instrucciones planteadas y con la asistencia integral de la alta dirección, se logró la certificación del SGC ISO 9001:2008 de la organización en estudio, operando en una gestión por procesos, trabajando bajo los criterios del círculo de calidad PHVA, que hacen posible la mejora continua del sistema. Señalando los objetivos de calidad, creación de valor, el seguimiento y compromiso de la alta dirección, quien debe estar a la cabeza de todo este proceso y transmitir con pasión al trabajador, los objetivos trazados por la organización. donde cada uno de los integrantes es consciente de su importancia en la organización a través de su labor.

Desde el punto de vista de Agurto (2014) realizó un trabajo de Investigación en la Universidad de Piura (UDEP) denominada: “Sistema de Gestión de Calidad del área de Recursos Humanos de la empresa ADEN EIRL” La tesis tienen como objetivo implementar un Sistema de Gestión de Calidad aplicado a los procesos del área de recursos humanos de la empresa ADEN (Asesoría y diseño electromecánico del norte) Esta investigación se enfoca a la situación de la empresa ADEN, en la cual el problema radica en la ausencia de un área que gestione el capital humano y por ende la falta de los procesos de gestión. El autor considera que los lineamientos que se deben considerar en la implementación de un sistema de gestión son los de un sistema de gestión de calidad (SGC), enmarcados en la norma ISO 9001, ya que es la norma más utilizada a nivel mundial en lo que se refiere a calidad. El cual permitirá establecer parámetros de desarrollo para otras áreas, a través de la identificación de sus procesos y generación de sus procedimientos, el cual es el Objetivo General cuyo alcance es en el área de Recursos Humanos. Durante la elaboración de los procedimientos de Gestión de Calidad en el área se tuvo en cuenta la situación de la empresa, a través de visitas y el desarrollo en conjunto con representantes de la misma. Se capacito sobre el manejo de los procedimientos y los formatos correspondientes y también se mencionó del correcto desarrollo de los procesos a través de su aplicación en la empresa.

Desde el punto de vista de Marchán (2015) presentó una Tesis de Investigación realizado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura; titulada: “Gestión de Calidad y Merchandising en las MYPES rubro imprenta, Talara en el año 2015”. Esta tesis establece como objetivo determinar las características de la Gestión de Calidad y el

Merchandising en las empresas de imprentas. De acuerdo al desarrollo de su estudio se estableció que las imprentas no se encuentran llevando a cabo técnicas de merchandising y que han mejorado su Calidad de Servicio al Cliente. Las MYPES del rubro imprentas tiene un nivel de calidad satisfactorio para sus clientes. Los indicadores de merchandising en las MYPES de este rubro son las técnicas de venta por la pronta entrega y precios competitivos. Según este estudio, los propietarios cuentan con un compromiso de capacitación del personal y trabajo en equipo para la Gestión de Calidad en las MYPE rubro de imprentas. El tipo de investigación es descriptivo y se tomó una pequeña muestra de la población de 6 imprentas.

Desde el punto de vista de Chinchallan (2015) presentó una Investigación en la Universidad Nacional de Piura, denominada: “Diseño de Gestión de Calidad basado en los requisitos de la norma ISO 9001: 2008 para la Asociación de Pescadores Artesanales Playa Blanca-Sechura”. Tiene como propósito presentar una propuesta para la posterior implementación de SGC, basado en la norma ISO 9001: 2008, para dar continuidad a su razón de ser, en repoblamiento de concha de abanico, aumentando de esta manera la satisfacción de sus clientes o compradores del producto, brindando productos de calidad desde el punto de vista sanitario y nutricional, cumpliendo con las exigencias del mercado. La Investigación estuvo bajo la modalidad de tipo de investigación de campo y nivel descriptivo. Se dio respuestas a las interrogantes planteadas en torno a la aplicación de una evaluación de los sistemas implementados. De esta manera el autor pone en manifiesto la importancia de conocer y aplicar el diseño de la propuesta para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad para dicha Asociación de Pescadores Artesanales.

2.1.2 Planeamiento Estratégico

Desde el punto de vista de Aquino (2015 - 2016) presentó un Trabajo de Investigación en la Universidad Estatal Península de Santa Helena, La Libertad. Ecuador. Titulado: “Plan Estratégico para el Hotel - Suites Costa de Oro del Cantón Salinas, provincia de Santa Helena, 2012 – 2016”. El autor menciona que el plan estratégico es una herramienta muy importante y de fácil aplicación, para alcanzar una mejor gestión administrativa en el Hotel-Suites Costa de Oro, logrando mayor competitividad, visualizando de manera integrada el futuro de la institución, así como de sus estrategias a utilizar para asegurar el alcance de sus objetivos. Además, se realiza el análisis F.O.D.A para determinar los factores y situaciones que atraviesa el hotel, para que de esta manera se pueda buscar soluciones a los problemas encontrados. Los departamentos abordados dentro de este diagnóstico son: Recursos Humanos, Finanzas, Ventas, Compras e Infraestructura Institucional. Lo que se ve reflejado en esta empresa es la falta de cultura organizacional, la carencia de estrategias que impide alcanzar mejores resultados lo que puede ocasionar pérdidas económicas y de clientes. Esto se debe a falta de una cultura de atención al cliente. El Direccionamiento del hotel carece de un Plan Estratégico que sirva como herramienta y estrategias administrativas, ya que todas las acciones son operativas y no se enfoca al cumplimiento de objetivos reales. Este estudio se realizó con la finalidad de considerar un Plan Estratégico como una herramienta importante que permitan mejorar el servicio y obtener clientes satisfechos.

Desde el punto de vista de Mendoza (2014) realizó una Investigación en la Universidad de Cartagena. Colombia; titulado: “Diseño del Plan Estratégico 2013 – 2017

de la empresa Patricia Ramírez”. En la creación de una empresa no solo es necesario establecer la forma jurídica, los productos a fabricar o servicios a ofrecer, sino que también es vital saber cómo se hará y con qué objetivos; pues, el mercado, la constante competencia y la innovación les exigen a las empresas la planificación de estrategias que le permitan mantenerse o crecer en la sociedad. Este proyecto de grado se enfoca en el análisis de la situación actual de la empresa PATRICIA RAMIREZ. Se realizó un análisis/diagnóstico de la situación actual de la empresa, el cual, el objetivo principal es identificar las líneas estratégicas de actuación que van a contribuir a aumentar la competitividad de la empresa Patricia Ramírez.

Desde el punto de vista de Guadalupe (2014) realizó un trabajo de Investigación en el Instituto Tecnológico de La Paz. México; titulado: “Plan Estratégico para el Restaurante Luna Bruja ubicado en La Paz. B.C.S.” Este documento contiene el desarrollo de la investigación para la integración de un plan estratégico para el restaurante "Luna Bruja", dedicada a la preparación y venta de mariscos. Este modelo identifica tres etapas en la planificación estratégica: el análisis, las decisiones estratégicas y planes de acción. A través del desarrollo de la investigación se identificaron los factores internos y externos que son las claves para el éxito futuro de la organización señala el autor. En el trabajo se recolectaron datos, obtenidos a través de encuestas para el personal de la empresa y los propietarios. La cual han sido capaces de identificar y evaluar la situación actual del objeto de estudio. Con base en el estudio realizado se determina que la hipótesis planteada se cumple y es aceptada como verdadera, por lo tanto, se confirma que “al implementarse el plan estratégico el restaurante Luna Bruja resolverá los problemas operativos y tendrá una

visión más amplia y clara de lo que desea y como lograrlo”. La conclusión de la tesis le permitirá a la empresa contar con un plan específico que la encamine a la realización de sus objetivos empresariales de largo, mediano y corto plazo ya que constituye una herramienta valiosa que servirá de guía para la operatividad de la organización.

Desde el punto de vista de Rosas (2016) presentó un Trabajo de Investigación, realizado en la Universidad Andina. Puno; titulada: “Planeamiento estratégico y su repercusión en su Gestión Empresarial sector Turismo en la Región Puno periodo 2015 – 2016”. Tiene como objetivo explicar la repercusión del Planeamiento estratégico en la gestión empresarial del sector turismo de la región de Puno, durante el año 2015-2016. La investigación pertenece al tipo de investigación Explicativa, diseño no experimental. Se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia que fueron 100 empresas del sector turismo, como instrumento, un cuestionario con 40 preguntas para el planeamiento estratégico y otro de 20 preguntas para la gestión empresarial. Los resultados, muestran que, el nivel de planeamiento Estratégico existe un 44% en un nivel regular, un 29% de nivel no óptimo y un 27% presenta un nivel óptimo. Se llegó a la conclusión que existe una correlación directa y significativa entre el planeamiento estratégico y la gestión empresarial.

Desde el punto de vista de Pachas y Vílchez (2015) realizaron una Investigación en la Pontificia Universidad Católica del Perú y Master in Business Management otorgado por Tulane University, titulado: “Planeamiento Estratégico de la Industria Hotelera para el Turismo Receptivo” Este plan estratégico analiza la situación actual de la Industria Hotelera Peruana para el Turismo Receptivo. Además, propone estrategias y un plan de

implementación para hacer de este Sector, uno de los que más contribuyan con el bienestar e incremento del PBI. Y se concluye que el desarrollo de la Industria Hotelera para el Turismo Receptivo podrá ser fomentado en la medida en que el Sector privado se organice y dialogue con las autoridades Municipales y gubernamentales para lograr reducir las principales barreras que impiden o retrasan las inversiones hoteleras.

Desde el punto de vista de Manrique (2015) realizó una Investigación en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Titulada: “Características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas rubro piladoras de arroz de la provincia de Lambayeque, 2015”. En la investigación se estableció como objetivo, conocer las características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MYPE rubro piladoras de arroz en la provincia de Lambayeque, Perú. Se empleó una metodología tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental, en donde su muestra fue la participación de seis microempresarios y trabajadores administrativos dedicados al pilado de arroz, y según los resultados del estudio, el autor determino que el 60% de los encuestados consideran que es importante la calidad de sus productos y el 40% lo contrario y con respecto a la utilización de planes estratégicos en su unidad de negocio, el 69% no utiliza planes estratégicos y el 31% si lo utilizan. El autor concluyo según su estudio que para diseñar planes estratégicos es fundamental que las MYPE piladoras de arroz precisen con exactitud y cuidado la misión que va a regir ya que ésta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y que va a suministrar a los consumidores y con ello la calidad es un factor importante que debe ser fomentado en cada uno de los eslabones de la actividad productiva de la MYPES.

Desde el punto de vista de Jaramillo (2015) presentó un trabajo de Investigación realizado en la Universidad Nacional de Piura; titulado: “Propuesta de un Plan Estratégico de Turismo para el distrito de Canchaque – Piura 2015”. Tiene como objetivo elaborar un documento de trabajo que proporcione a los pobladores de dicho distrito una visión más clara de su situación actual y proponer las acciones más adecuadas que se podrían poner en marcha, con el fin de responder las necesidades de la población y de los visitantes. Se realizó un diagnóstico de esta ciudad de sus factores, fortalezas y debilidades para mejorar el atractivo turístico. La importancia de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de Canchaque, basado en las expectativas de los visitantes del lugar y las necesidades de la población, debe ser considerada una herramienta de gestión para la toma de decisiones a cargo de sus autoridades; además, permitir orientar los recursos disponibles al cumplimiento de objetivos estratégicos, a medir el desempeño y a realizar acciones correctivas con la finalidad de fomentar el desarrollo Turístico Sostenible de la localidad. La actividad turística de Canchaque cuenta con una respuesta promedio frente a factores externos que impactan en la comunidad. Según la evaluación interna de Canchaque indica que la respuesta del distrito ante la actividad turística aún es débil.

Desde el punto de vista de Masías y Prado (2016) realizaron un trabajo de Investigación en la Universidad de Piura. UDEP. Titulada: “Plan Estratégico de una empresa Comercial”. La investigación muestra la elaboración de un Plan Estratégico para la empresa COELPRA S.A.C., la cual es una pequeña empresa comercial dedicada a la venta de materiales eléctricos industriales con seis años de experiencia en el mercado nacional. Para el desarrollo se ha realizado un análisis del entorno externo considerando las

proyecciones del crecimiento en el país para los próximos años y un estudio de las cinco unidades de negocio que posee la empresa, empleando la herramienta de las cinco fuerzas de Porter e identificando las unidades que aportan mayores beneficios y valor a la compañía.

Desde el punto de vista de Rivas (2014) realizó una Investigación en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Titulada: “Planeamiento Estratégico y Competitividad en las MYPES de servicio, rubro Restaurantes – urbanización la Providencia – Piura 2014”. Las MYPES siendo fuentes económicas muy preponderantes en Piura y los diferentes lugares, necesitan conocer sobre la importancia del Planeamiento Estratégico y la Competitividad, ya que el panorama actual de las MYPES de Piura tiene un gran potencial de crecimiento y desarrollo; sólo les falta apoyo en cuanto a gestión empresarial para que puedan crecer de manera sostenida. La investigación tuvo por objetivo general: Determinar las características que tiene el Planeamiento Estratégico y la Competitividad en las MYPES de Servicio de este rubro. El tipo de investigación es descriptivo, cuyo nivel de investigación es cuantitativo, se escogió una muestra de 8 restaurantes de una población de 60, aplicándose el cuestionario. En esta investigación se concluyó que las MYPES necesitan conocer y/o profundizar sobre la importancia del Planeamiento Estratégico y la Competitividad, con la finalidad de consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelven, para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores. Las debilidades encontradas en este estudio fueron: la falta de capacitación a los colaboradores y no contar con Planeamiento Estratégico determinado.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1 Gestión de Calidad

Es el modo en que la dirección de la organización planifica, implanta y controla los resultados con el objetivo de conseguir calidad tanto en sus productos como en sus servicios, involucrando a todo el ambiente interno y externo de la empresa. Sus Objetivos son: Satisfacer y cumplir las expectativas y necesidades del cliente, despertar nuevas necesidades, lograr productos y servicios sin defectos desde la primera vez, diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total y de acuerdo a las normas establecidas, dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes (Abarca 2010)

Juran (1993) La calidad se define como adecuación al uso, esto implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). Se entiende la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc. Calidad es adecuarse al uso.

Trilogía de Jurán

1. Planeación de la calidad
2. Control de la calidad
3. Mejoramiento de la calidad

Los tres procesos se relacionan entre sí. Todo comienza con la planificación de la calidad.

El objeto de planificar la calidad es suministrar a las fuerzas operativas los medios para obtener productos que puedan satisfacer las necesidades de los clientes.

Deming (1989) La calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado el autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión ,ganar dividendos y asegurar los empleos para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad la manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos. El autor estableció, que utilizando técnicas estadísticas una compañía podía graficar como estaba funcionando un sistema para poder identificar con facilidad los errores y encontrar maneras para mejorar dicho proceso. Cuando los clientes obtienen productos de calidad las compañías logran aumentar sus ingresos y al lograr esto la economía crece.

Crosby (1987) define calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos. El autor tiene el pensamiento que la calidad es gratis, es suplir los requerimientos de un cliente, al lograr cumplir con estos se lograra cero defectos. Para lograr cero defectos promueve catorce pasos los cuales son:

1. Compromiso de la dirección
2. Equipo para la mejora de la calidad
3. Medición del nivel de calidad
4. Evaluación del costo de la calidad
5. Conciencia de la calidad
6. Sistema de acciones correctivas
7. Establecer comité del Programa Cero Defectos

8. Entrenamiento en supervisión
9. Establecer el día “Cero defectos”
10. Fijar metas
11. Remover causas de errores
12. Dar reconocimiento
13. Formar consejos de calidad
14. Repetir todo de nuevo

2.2.1.1 Importancia de la Gestión de Calidad

La gestión de la calidad es un principio de negocio que garantiza la eficacia en los productos, servicios y procesos internos de una empresa. Las empresas que implementan programas de gestión de calidad usan la información de ellos para identificar debilidades, fallas, áreas de mejora y fortalezas. Es importante la Gestión de Calidad ya que esto le da a la empresa la capacidad de establecer normas, hacer ajustes cuando sea necesario, ofrecer un mayor valor global a su base de clientes y garantizar la excelencia. Aunque el enfoque para resolver problemas de calidad varía con diferentes programas, el objetivo sigue siendo el mismo: crear un producto o servicio de alta calidad y alto rendimiento que cumpla y supere las expectativas de los clientes internos y externos. Cuando las empresas se centran en la gestión de la calidad, crean un plan para el éxito. (Riquelme 2016)

2.2.1.2 Sistema de Gestión de la Calidad (SGC)

Es un conjunto de elementos interrelacionados de una organización, a través de los cuales se gestiona, de forma planificada, la calidad de la misma, en la búsqueda de la

satisfacción de sus clientes internos y externos y con un enfoque de mejora continua de los de los procesos. Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo. (Mateo 2009)

2.2.1.3 Componentes de un Sistema de Gestión de la Calidad, se encuentran los siguientes:

1. Estructura Organizacional
2. Planificación (Estrategia)
3. Recursos
4. Procesos
5. Procedimientos

La Estructura Organizacional, es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.

La Planificación, constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado.

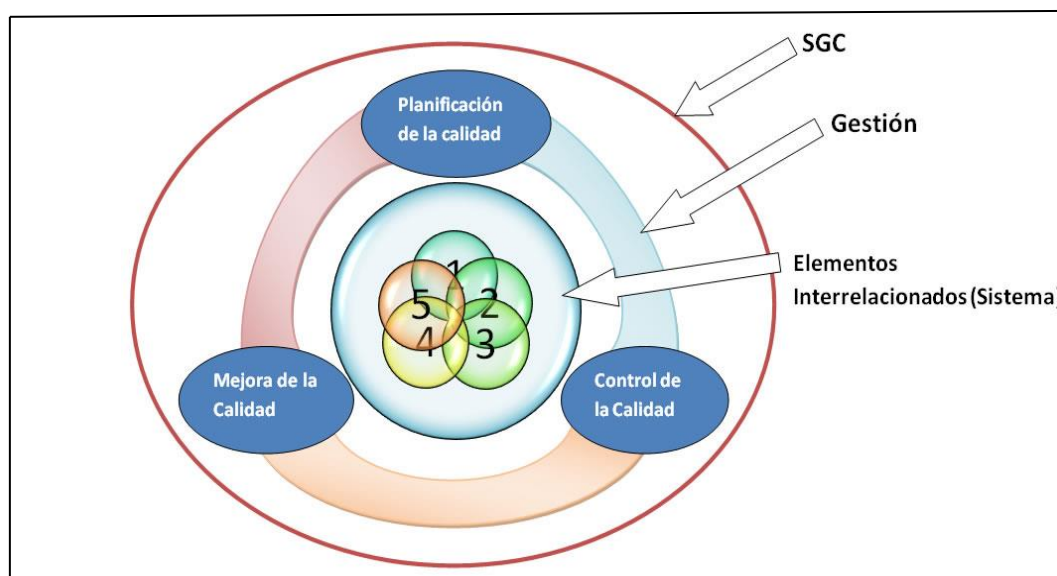
El Recurso, es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc.).

Los Procesos, son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados. Los procesos requieren de recursos, procedimientos, planificación y las actividades, así como sus responsables.

Los Procedimientos, son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. Dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos.

Mateo (2009) Todos estos elementos, están relacionados entre sí y a su vez son gestionados a partir de tres procesos de gestión, como bien dice Juran: Planear, Controlar y Mejorar. En la figura siguiente se presenta un esquema grafico de esta relación:

Figura 1
Sistema de Gestión de Calidad



Fuente: Sistemas de Gestión de calidad. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

La Planificación de la Calidad: Son actividades para establecer los requisitos y los objetivos para calidad y para la aplicación a los elementos de un Sistema de Calidad (Juran & Godfrey, 1998).

El Control de la Calidad, lleva a cabo un conjunto de operaciones para mantener la estabilidad y evitar cambios adversos. Para mantener la estabilidad, se mide el desempeño actual y estos se comparan con las metas establecidas para tomar acciones en las diferencias que se encuentren (Juran & Godfrey, 1998).

La Mejora de la Calidad constituye al grupo de actividades que llevan a la organización hacia un cambio benéfico, es decir, lograr mayores niveles de desempeño. Mejor Calidad es una forma de cambio benéfico (Juran & Godfrey, 1998).

Para que un Sistema de Gestión de la Calidad falle, solo bastará con que uno de estos cinco elementos lo haga, o que se realice una mala gestión sobre ellos lo cual provocará un deterioro en la Calidad de los productos o servicios que ofrezca la organización.

No es posible tener un Sistema de Gestión de la Calidad sin que uno de los cinco elementos citados anteriormente esté presente.

2.2.1.4 Norma ISO 9001 - Gestión de la Calidad

ISO 9001 es la norma sobre gestión de la calidad con mayor reconocimiento en todo el mundo. Pertenece a la familia ISO 9000 de normas de sistemas de gestión de la calidad (junto con ISO 9004), y ayuda a las organizaciones a cumplir con las expectativas y necesidades de sus clientes, entre otros beneficios.

Un sistema de gestión ISO 9001 le ayudará a gestionar y controlar de manera continua la calidad en todos los procesos. Como norma de gestión de la calidad de mayor reconocimiento en el mundo, así como el standard de referencia, describe cómo alcanzar un desempeño y servicio consistentes.

Los sistemas de gestión de calidad también son para pymes – ISO 9001. Una pyme que no tiene clientes satisfechos está destinada al fracaso, un sistema de gestión de la calidad es útil para lograr esa satisfacción y de manera sistemática incrementarla. Estos sistemas de gestión de calidad son aplicables a todas las organizaciones de todos los tamaños y todos los aspectos de la gestión, como las actividades de comercialización, ventas y finanzas. (Jiménez 2011)

2.2.1.5 Gestión de calidad en el rubro hotelero

Existen una amplia gama de sistemas de gestión de calidad, que son muy apropiados para implantar en un Hotel o Apartamento turístico.

Los establecimientos que dispongan de alguno de ellos, sin duda gestionarán mejor sus recursos, optimizarán sus procesos y serán más competitivos. ISO 9001 (Gestión de la calidad) Esta Norma consigue estandarizar la gestión de los procesos sobre los servicios que se ofrecen, consiguiendo un mayor control sobre ellos. Permite implantar el círculo de la mejora continua dentro de la empresa y a cumplir con la legislación vigente. (Carbonell 2012)

2.2.2 Planeamiento Estratégico

Friedman (2007) La planificación estratégica es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos. Esto proporciona a las organizaciones herramientas de evaluación, seguimiento y medición de resultados, así mismo sienta las bases de la detección de áreas de oportunidad y la mejora continua de sus procesos.

Planear es prever el futuro. Identificar los objetivos y establecer los planes de acción para conseguirlos, mediante recursos, plazos etapas y mediciones.

La planeación estratégica debe ser entendida como un proceso participativo, que no va a resolver todas las incertidumbres, pero que permitirá trazar una línea de propósitos para actuar en consecuencia. Analiza la situación externa e interna de la empresa, estableciendo objetivos generales y formulando las estrategias a seguir para lograr los objetivos que se han planteado. Debe ser pensada y realizada por los altos directivos de las empresas que son los que conocen y tienen un nivel más general de la empresa. Abarca a toda la empresa, (Friedman 2007)

Debe ser para las organizaciones de vital importancia, ya que, en sus propósitos, objetivos, mecanismos, etc. se resume el rumbo, la directriz que toda la organización debe seguir, teniendo como objetivo final, el alcanzar las metas fijadas, mismas que se traducen en crecimiento económico, humano o tecnológicos.

2.2.2.1 Plan Estratégico

Un plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión (imagen futura). Entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, aunque éste futuro sea imprevisible. El plan estratégico define también las acciones necesarias para lograr ese futuro. El objetivo de la planificación debería ser diseñar un futuro deseable e inventar el camino para conseguirlo.

Según el autor Sainz De Vicuña (2012), al hablar del plan estratégico de la organización, se está refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado “hoy” en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una organización más competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses (stakeholders).

2.2.2.2 Definición de Estrategia

Estrategia es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos.

Para otros autores, la estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.

2.2.2.3 Etapas del Plan Estratégico

Según Porter (1980) Para abordar correctamente el diseño de un plan estratégico es necesario profundizar en diversas etapas basadas en el análisis y en la toma de decisiones; a continuación, se detallan dichas etapas:

ETAPA 1.- Análisis de la situación. También conocido como el diagnóstico estratégico. En esta etapa se tiene en cuenta tanto la situación externa, representada por el mercado y los competidores; así como la situación interna, las debilidades y fortalezas de la empresa.

El análisis de la situación externa nos permitirá descubrir las oportunidades y amenazas del entorno y el mercado, sin embargo, un análisis interno nos permitirá descubrir las debilidades y fortalezas de nuestra empresa.

ETAPA 2.- Diagnóstico de la situación. Es la conclusión del análisis anterior y supone la identificación de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno, así como las fortalezas o débiles internas que tiene la empresa. Este tipo de análisis es denominado DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

El objetivo de este tipo de análisis es utilizar los puntos fuertes para aprovechar las oportunidades del mercado, de la misma forma que para reducir o eliminar las amenazas es conveniente suprimir o al menos corregir los puntos débiles. Es mediante este tipo de actuaciones que surgen las principales decisiones estratégicas que deben abordar en las etapas siguientes.

ETAPA 3.- Declaración de Objetivos Estratégicos. En esta etapa se recogen las decisiones relacionadas con la razón de ser de la empresa, denominada “Misión”, con los objetivos que le gustaría alcanzar, denominado “Visión”, con los valores en los que cree la empresa, “Valores”

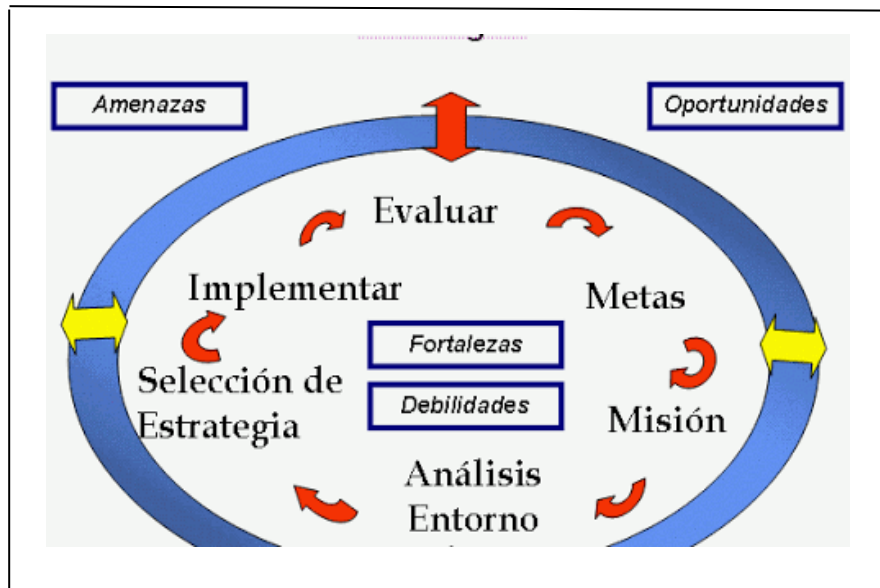
ETAPA 4.- Estrategias Corporativas. Las diferentes estrategias corporativas y funcionales que deben abordarse en un plan estratégico son las siguientes:

- Definición del negocio: En este apartado deben concretarse aspectos como el tipo de necesidades que van a ser satisfechas por la empresa, segmentos de consumidores que van a ser atendidos, así como áreas geográficas o las tecnologías que van a ser empleadas.
- Estrategias competitivas genéricas: En este apartado se tendrán en cuenta aspectos como la diferenciación y especialización-concentración en un segmento del mercado.
- Estrategia de Crecimiento: Se definirá una estrategia de penetración en su mercado natural con el crecimiento y desarrollo interno.
- Estrategia de Cartera: Una vez definidas las actividades de la empresa, se concretarán todas las alternativas de negocio, de producto y de mercado.

ETAPA 5.- Planes de Actuación. La definición de las decisiones operativas es, sin duda, la fase de mayor concreción en la toma de decisiones. Es, por lo tanto, la hora de actuar. Para ser efectiva, una estrategia debe traducirse en acciones concretas. Además, es importante asignar un responsable de supervise y ejecute los planes de acción marcados en los plazos previstos, así como asignar los recursos humanos, materiales y financieros

requeridos, evaluar los costes y jerarquizar la atención y dedicación que se debe prestar a dichos planes en función de urgencia e importancia.

Figura 2
Planeamiento Estratégico



*Fuente: Introducción al Planeamiento Estratégico
IF CONSULTING SAC PERÚ – Consultores en sistemas de gestión*

2.2.2.4 Funciones de la Planeación Estratégica

Orientar a la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella (y para la sociedad) es decir adaptadas a sus recursos y su saber hacer, y que ofrezcan un potencial atrayente de crecimiento y rentabilidad.

Para lo cual deberá precisar:

- La Misión de la empresa,
- Definir sus Objetivos,
- Elaborar sus Estrategias de desarrollo
- Velar por mantener una estructura racional en su cartera de productos/mercados. (Friedman 2007)

2.2.2.5 Objetivos Estratégicos y su análisis DAFO

Las organizaciones deben realizar proceso muy estructurado que les pueda dar información y seguridad para la toma de decisiones, solucionar problemas y así reducir el riesgo de cometer errores. Aquí es donde radica la importancia de la Matriz FODA como elemento necesario para conocer su situación real. Su confección nos permite buscar y analizar, de forma proactiva y sistemática, todas las variables que intervienen en el negocio, con el fin de tener más y mejor información al momento de tomar decisiones. Lo imprescindible para una empresa es el Plan Estratégico, donde se plasma la misión, visión, metas, objetivos y estrategias, realizando correctamente el análisis FODA, se pueden establecer las estrategias Ofensivas, Defensivas, de Supervivencia y de Reordenamiento necesarias para cumplir con los objetivos estratégicos. (Estrada 2003)

El análisis DAFO, también conocido como análisis FODA o DOFA, es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada, para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa, o proyecto, y planear una estrategia de futuro donde se evalúa la intensidad de interacción entre los elementos externos e internos (Díaz y Matamoros, 2011)

Estrategias defensivas:

Son las estrategias que permiten a la organización hacer frente a las amenazas del entorno. La estrategia FA (Fortalezas vs. Amenazas), se basa en que las fortalezas de la institución pueden enfrentar las amenazas del entorno. Su objetivo es maximizar las primeras mientras se minimizan las segundas. Esta situación no significa necesariamente que la organización tenga que dedicarse a buscar amenazas para enfrentarlas sino todo lo contrario, las fortalezas de la empresa deben ser aplicadas con discreción y oportunamente. La posición correcta para una empresa en tal situación es la defensiva.

Estrategias ofensivas:

Son estrategias que la organización debe adoptar para crecer. Es la posición más ventajosa de la organización. La pregunta sería en este caso: ¿Cómo puede la organización aprovechar las oportunidades del entorno con las fortalezas que tiene? La situación FO (Fortalezas vs. Oportunidades) constituye el cuadrante más ventajoso, donde todas las empresas querrían estar ubicadas para utilizar sus fortalezas en el aprovechamiento de las oportunidades. Esta situación orientada al éxito sugiere asumir una posición ofensiva.

Estrategias de supervivencia:

Son estrategias que adopta la organización para sobrevivir. El objetivo de la estrategia DA (Debilidades vs. Amenazas) es minimizar tanto las debilidades como las amenazas. Una organización que resulte ubicada en este cuadrante estaría enfrentando su peor situación respecto al logro de sus objetivos, su esfuerzo principal tendría que dedicarlo a luchar por su supervivencia o llegaría irremisiblemente hasta su liquidación

definitiva. Como alternativas de estrategia se puede asumir la reducción de las operaciones en busca de minimizar las debilidades o esperar cambio del entorno que desaparezcan las amenazas, esta última a un elevado riesgo de no resultar exitosa. Cualquiera sea la estrategia seleccionada, la posición DA será la más peligrosa y se sugiere asumir una actitud de supervivencia.

Estrategias de reorientación:

El mercado externo ofrece oportunidades a la organización que puede aprovechar, pero no está preparado para ello y debe establecer un programa de acciones específicas y reorientar sus estrategias anteriores. La estrategia, DO (Debilidades vs. Oportunidades), requiere minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades. Una empresa en esta situación identifica las oportunidades que le ofrece el entorno pero reconoce que sus debilidades organizacionales no permiten aprovecharlas. Una variante de estrategia puede ser dejar pasar la oportunidad que muy probablemente aprovechará la competencia. En esta situación la empresa debe asumir una posición adaptativa.

El Análisis DAFO evalúa una situación específica condicionada a los elementos externos e internos. Los cambios constantes de los elementos evaluados inducen a la necesidad de realizar periódicamente el análisis DAFO con el fin de ajustar la formulación estratégica para responder a la nueva situación del entorno y la propia organización. permite desarrollar una estrategia efectiva que asegure el cumplimiento de la misión y la visión y, por tal razón. Facilita la apreciación objetiva de la situación y la correcta toma de decisiones. (Diaz y Matamoros, 2011)

2.2.2.6 Planeación Estratégica en el rubro Hotelero

Es común en la administración de hoteles o de servicios el diseño planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la organización. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores.

La planeación estratégica no se limita sólo a grandes corporaciones es un tema de efectividad organizacional que todo hotel, pequeño o grande no debe dejar pasar por alto. Es necesario destacar que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes estratégicos, es de considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las empresas.

También es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud y cuidado la misión que se va regir a la organización, la misión es fundamental, ya que ésta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y va a suministrar a los consumidores. (Rivera 2016)

Es de vital importancia contar con una meta un objetivo, en ocasiones es la diferencia entre sobrevivir o perecer. Las empresas con éxito planean contantemente
La planeación es una de las más importantes funciones de la planeación a cualquier nivel.
(Ramos 2009)

III. HIPÓTESIS

Fernández Sampieri (2012), Según autor, las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no requiere un resultado de Hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de la Investigación:

El tipo de diseño que se aplicara en esta investigación es No Experimental, ya que según Hernández y Kerlinger (2002) sostienen que este diseño se basa en observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. La investigación No Experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el investigador no posee control directo sobre las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido y no se han manipulado. Por lo tanto, en esta investigación se observarán los fenómenos de estudio para luego analizarlos e interpretarlos.

Además, la investigación también será de corte Transversal porque el estudio se circunscribirá a un momento puntual, un segmento de tiempo durante el año a fin de medir o caracterizar la situación en ese tiempo específico. Hernández (2000)

Tipo de Investigación:

Esta investigación es tipo Descriptiva ya que implica observar y describir el comportamiento de una organización en relación a las características de la variable gestión de calidad y planeamiento estratégico en las MYPES hoteleras del centro de Piura.

Arias (2012), define la investigación descriptiva en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. La investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis

e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. Trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta.

Nivel de Investigación:

Peñuelas (2010), señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social. Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico. Es por ello que esta investigación es nivel cuantitativo porque se demostrara con estudios numéricos (tabulaciones) para comprobar teorías del objeto de estudio.

4.2 Población y Muestra:

El presente estudio va dirigido a los propietarios y trabajadores de las MYPES hoteleras del centro de Piura, a quienes se les aplicará la técnica de recojo de información porque son ellos quienes responden a los temas de la investigación a realizar tratándose de variables de gestión organizacional que ellos manejan. Así, lo señalado queda respaldado por investigaciones realizadas de este mismo tipo de estudio, lo cual justifica la investigación.

Las unidades económicas de estudio están constituidas por las MYPES hoteleras de 1 y 2 estrellas del centro de Piura, que conforman así un total de 11 MYPES.

Población N

Para la variable Gestión de calidad, la población está conformada por 43 trabajadores de las MYPES hoteleras a estudiar, porque son ellos quienes aplican los procesos de gestión en la empresa para desarrollar la calidad.

$$N = 43$$

Para la variable Planeamiento estratégico, la población está conformada por 11 propietarios de las MYPES hoteleras a estudiar, porque son ellos quienes planifican en las empresas.

$$N = 11$$

En la investigación, el estudio muestra una población finita para ambas variables, ya que se conoce el número limitado de elementos a estudiar, dato obtenido de la Dirección de Comercio exterior y Turismo.

Muestra n

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), “si la población es menor o igual de 50 individuos, la población es igual a su muestra”

$$N < o = 50 \quad \longrightarrow \quad N = n$$

Asimismo, la muestra para la variable Gestión de calidad serán los 43 trabajadores que han sido tomados en la población.

$$n = 43$$

Así también, la muestra para la variable Planeamiento estratégico serán los 11 propietarios que han sido tomados en la población

$$n = 11$$

Cuadro 4.1
Relación de Hoteles de una y dos estrellas del centro de Piura

ITEM	NOMBRE DE LA MYPE (Hotel)	CATEGORIA ESTRELLAS	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	RUC	Nº DE TRABAJADORES
1	Sol María	2	Hotel Sol María E.I.R.L	Javier Ernesto Risco Fernández	Av. Junín N° 675	20525327958	3
2	Terraza	1	Vda de Castro S.C.R.L	Celia Castro Gálvez	Av. Loreto N° 530	20102457961	2
3	Perla del Chira	2	Perla de Chila S.R.L	Esmeralda Hernández. Nonajulca	Av. Loreto N° 339	20526168080	3
4	Villa del Sol	2	Francisco Samaniego	Francisco Samaniego Cocios	Av. Grau N° 1224	10027845997	3
5	Costabella	2	Costabella S.C.R.L	Manuel Martin Sánchez ortega	Jr. Libertad N° 1082	20483996791	4
6	El Tallan	2	Carmen Delicia Romero de Troncos	Carmen Delicia Romero de Troncos	Av. Grau N° 1228	20526244363	5
7	Sol de Piura	2	Inversiones Turísticas MAGAN S.R.L	Luis Fernando Magan Malafayer	Av. Tacna N° 761	20525889441	7
8	Las Arenas	2	Alejandro Chacón Solano	Alejandro Chacón Solano	Av. Loreto N° 945	15483039039	6
9	San Miguel	2	Hotel San Miguel E.I.R.L	Orlando Huancas Ibáñez	Jr. Lima y Apurímac	20398674945	3
10	El Sol	2	Luciana García de Arellano	Luciana García de Arellano	Av. Sánchez cerro nº 411	100264140861	4
11	Premier	2	María Eler Saldarriaga Castillo	María Elena Saldarriaga Castillo	Av. Loreto N° 338	10026461885	3

FUENTE: D.S 001-2015 – MINCETUR
Dirección de Turismo – DIRCETUR
Elaboración. Propia

4.3 Definición y Operacionalización de las Variables

Matriz de Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Fuente	Escala	Metodología
Gestión De la Calidad	Es el modo en que la dirección de la organización planifica, implanta y controla los resultados con el objetivo de conseguir calidad tanto en sus productos como en sus servicios, involucrando a todo el ambiente interno y externo de la empresa. (Abarca, 2010)	Importancia	<ul style="list-style-type: none"> -Garantiza la excelencia -Capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes -Alto rendimiento 	La dimensión “importancia” se medirá con sus indicadores: Garantizar la excelencia, Capacidad para ofrecer mayor valor a clientes y Alto rendimiento, con la técnica de la encuesta y el cuestionario	Trabajadores	Ordinal	Tipo: Descriptivo Diseño: Cuantitativo Nivel: No Experimental/ Transversal Técnica de recolección de datos: Encuesta Instrumento de recolección de datos: Cuestionario
		Componentes	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura organizacional -Planificación estratégica - Recursos -Procesos - Procedimientos 	La dimensión “componentes” se medirá con sus indicadores: estructura organizacional, planificación, estrategias, recursos, procesos, procedimientos. con la técnica de la encuesta y el cuestionario	Trabajadores		

<p>Planeamiento Estratégico</p>	<p>Proceso mediante el cual se analiza la situación externa e interna de la empresa, estableciendo objetivos generales y formulando las estrategias a seguir para lograr los objetivos que se han planteado. (Friedman 2007)</p>	<p>Funciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborar los planes y estrategias -Ofrecer un potencial de crecimiento y rentabilidad - Velar por la estructura de la empresa 	<p>La dimensión “funciones” se medirá con sus indicadores: Elaboración de planes y estrategias, Ofrecimiento de un potencial de crecimiento y rentabilidad y Velar por la estructura de la empresa. Con la técnica de la encuesta y el cuestionario</p>	<p>Propietario</p>	<p>Nominal</p>	<p>Tipo: Descriptivo Diseño: Cuantitativo Nivel: No Experimental/ Transversal Técnica de recolección de datos: Encuesta Instrumento de recolección de datos: Cuestionario</p>
---------------------------------	--	------------------	--	---	--------------------	----------------	---

Planeamiento Estratégico		Objetivos Estratégico	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias Defensivas(FA) -Estrategias Ofensivas(FO) -Estrategias de Supervivencia(DA) -Estrategias de Reorientación(DO) 	La dimensión “Objetivos Estratégicos “se medirá con sus indicadores: Estrategias Defensivas, Estrategias Ofensivas, Estrategias de Supervivencias y Estrategias de Reorientación. Con la técnica la encuesta y el cuestionario	Propietario	Nominal	<p>Tipo: Descriptivo</p> <p>Diseño: Cuantitativo</p> <p>Nivel: No Experimental/ Transversal</p> <p>Técnica de recolección de datos: Encuesta</p> <p>Instrumento de recolección de datos: Cuestionario</p>
--------------------------	--	-----------------------	--	--	-------------	---------	---

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección De Datos

4.4.1 Técnicas de Recolección de Datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará la encuesta como técnicas de recolección de datos a través de una serie de preguntas sacadas en la operacionalización de las variables para conocer aspectos fundamentales del estudio de la muestra y darle solución a la problemática.

4.4.2 Instrumentos de Recolección de Datos

El cuestionario se aplicará como instrumento de recolección de datos, en donde estará conformado por un conjunto de preguntas cerradas pertenecientes al objeto de estudio y se entregaran a los dueños y trabajadores de las MYPES hoteleras para su desarrollo de las respuestas.

4.5 Plan de Análisis

Una vez recopilados los datos del cuestionario, se tabulan y grafican las respuestas ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, la cual se aplicará el programa Excel. Luego se realiza el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos y que será validado con el método juicio del experto.

4.6 Matriz de Consistencia

Matriz de Consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Técnica	Instrumento
Caracterización de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES Hoteleras del centro de la ciudad de Piura durante el año 2018	¿Qué características tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES Hoteleras del centro de Piura en el año 2018?	<p>General:</p> <p>Identificar las características que tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento estratégico en las MYPES Hoteleras del centro de Piura en el año 2018</p> <p>Específicos: (a) Determinar la importancia de la Gestión de Calidad de las MYPES Hoteleras del centro de Piura</p>	Según Hernández Sampiery (2012), la investigación por ser Descriptiva no contiene Hipótesis	Gestión de Calidad	Proceso mediante el cual se analiza la situación externa e interna de la empresa, estableciendo objetivos generales y formulando las estrategias a seguir para lograr los objetivos que se han planteado (Abarca 2010)	Importancia	La dimensión “importancia” se medirá con sus indicadores: Garantizar la excelencia, Capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y Alto rendimiento. Con la técnica de la encuesta y el Cuestionario	<p>-Garantiza la excelencia</p> <p>-Capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes</p> <p>-Alto rendimiento</p>	Encuesta	Cuestionario

Caracterización de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES Hoteleras del centro de la ciudad de Piura durante el año 2018	(b) Identificar los componentes de la Gestión de Calidad en las MYPES Hoteleras del centro de Piura en el año 2018		Gestión de calidad		Componentes	La dimensión “componentes” se medirá con sus indicadores: estructura organizacional, planificación estratégica, recursos, procesos, procedimientos. Con la técnica de la encuesta, y cuestionario	-Estructura organizacional -Planificación Estratégica -Recursos -Procesos -Procedimientos	Encuesta	Cuestionario
	(c) Establecer las funciones de la Planeación Estratégica en las MYPES Hoteleras del centro de Piura en el año 2018		Planeamiento estratégico		Proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos. (Friedman 2007)	Funciones	La dimensión “funciones” se medirá con sus indicadores: Elaboración de planes y estrategias, Ofrecimiento de un potencial de crecimiento y rentabilidad, y Velar por la estructura de la empresa. Con la técnica de la encuesta, y el cuestionario	- Elaborar los planes y estrategias - Ofrecer un potencial de crecimiento y rentabilidad - Velar por la estructura de la empresa	

<p>Caracterización de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES Hoteleras del centro de la ciudad de Piura durante el año 2018</p>		<p>(d) Conocer los objetivos estratégicos en las MYPES Hoteleras del centro de Piura en el año 2018</p>		<p>Planeación Estratégica</p>		<p>Objetivos Estratégicos</p>	<p>La dimensión “Objetivos Estratégicos” se medirá con sus indicadores: Estrategias Defensivas, Estrategias Ofensivas, Estrategias de Supervivencias y Estrategias de Reorientación con la técnica de la encuesta y el cuestionario</p>	<p>-Estrategias Defensivas(FA) -Estrategias Ofensivas (FO) - Estrategias de Supervivencias (DA) - Estrategias de reorientación (DO)</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>
---	--	---	--	-------------------------------	--	-------------------------------	---	--	-----------------	---------------------

4.7 Principios Éticos

En el trabajo de investigación se considera de mucha importancia la veracidad de todo su contenido. Esta investigación se realizó con transparencia y autenticidad en la recolección de datos del objeto de estudio. Suma confidencialidad en las respuestas de las encuestas aplicadas, respetando la opinión y la razón de ser de cada MYPE estudiada con discreción, protegiendo su identidad. Así mismo también la originalidad de los autores aquí mencionados en los antecedentes de este estudio, respetando los derechos de autor, así como otras fuentes señaladas. Se trabajó con honestidad al momento de realizar el análisis y los resultados de los datos, así como veracidad y énfasis en todo su contenido. Cabe resaltar que la información de esta tesis no ha sido alterada ni modificada a otros ámbitos y se representa tal cual en la realidad. (Creación propia, 2018)

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

I. Gestión de calidad

TABLA 1
Importancia de Gestión de Calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	43	100%
NO	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla 1 denominada Importancia de Gestión de Calidad se observa que el total del 100 % de los encuestados si consideran que es importante la gestión de calidad en las empresa

TABLA 2
Aplicación de calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	41	95%
NO	2	5%
TOTAL	43	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla 2 denominada aplicación de la calidad se observa que el 95% de los encuestados si aplican calidad en los productos y servicios de su empresa, y el 5% de los encuestados no lo aplica

TABLA 3
Capacidad para ofrecer mayor valor y garantizar excelencia

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
BUENA	13	30 %
REGULAR	25	58%
MALA	5	12%
DEFICIENTE	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla 3 denominada capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia, se observa que el 30 % de los encuestados indicaron que es buena su capacidad, el 58% indicaron que es regular, el 12% indicaron que es mala

TABLA 4
Satisfacción del cliente

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SIEMPRE	12	28%
EN OCACIONES	18	42%
POCO	13	30%
NO CUMPLE	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla 4 denominada satisfacción del cliente haciendo uso de los parámetros de calidad, 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, el 42% de los encuestados cumple en ocasiones y el 30% poco cumple

TABLA 5
Sistemas de Gestión de Calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
RECURSOS	15	35%
PROCESOS	9	21 %
PRODUCTOS	9	21%
TODOS LOS ELEMENTOS	10	23%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla 5 denominada Sistemas de gestión de calidad se observa que el 35% de los encuestados desarrolla sistemas de gestión de calidad en recursos, el 21% de los encuestados desarrolla sistemas de gestión de calidad en procesos, el 21% igual de encuestados lo desarrolla en productos y el 23% de encuestados lo desarrolla en todos los elementos mencionados

TABLA 6

Factor fundamental de rendimiento en el éxito de una empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
ATENCION PERSONALIZADA	18	42%
PRECIOS BAJOS	14	32%
ESTANDARES DE CALIDAD	11	26%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla N° 6 denominado el factor fundamental en el éxito de una empresa 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 y se tiene en el 26% de encuestados considera que lo es estándares de calidad en productos y servicios

TABLA 7
Mejoramiento de Gestión de Calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SI	39	91 %
NO	4	9%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla N° 7 denominada Mejoramiento de la gestión de calidad, se observa que el 91% de encuestados si consideran conveniente mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad mientras que el 9% considera que no deben mejorar o implementar la gestión de calidad en sus empresas

TABLA 8
Jerarquías de funciones

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	12	28%
NO	31	72%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla N° 8 denominado Jerarquía de funciones, se observa que el 28% de los encuestados considera que la jerarquía de funciones permite el logro de objetivos en la organización y el 72% considera que la jerarquía de funciones no permite el logro de los objetivos

Tabla 9
Planificación de actividades

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SI	22	51%
NO	21	49 %
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores
Elaboración propia

En la tabla N° 9 denominado Planificación de actividades, se observa que el 51% de encuestados indicaron que si planifican sus actividades que le permiten lograr los objetivos y el 49% indicaron que no planifican sus actividades que le permiten lograr los objetivos

TABLA 10
Recursos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SI	29	67%
NO	14	33%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores
Elaboración propia

En la tabla N°10 denominado recursos, se observa que el 67% de los encuestados señalan que la empresa donde labora si emplean recursos de calidad y el 33% de encuestados respondieron que no emplea recursos de calidad

TABLA 11
Procesos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SI	12	28%
NO	31	72%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla N° 11 denominado procesos se observa que el 28% de los encuestados señala que si se encuestan identificada con los procesos para transformar elementos en productos o servicios y el 72 % señala que no se encuentran identificados

TABLA 12
Procedimientos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SI	10	23%
NO	33	77%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla N° 12 denominado procedimientos 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 y el 77% de los encuestados no siguen parámetros de calidad en sus procedimientos

TABLA 13
Procesos de planear, controlar y mejorar

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SIEMPRE	5	12%
EN OCACIONES	16	37%
POCO	22	51%
NUNCA	0	0%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla N° 13 denominado proceso de planear, controlar y mejorar se observa que el 12% de los encuestados siempre desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar, el 37% de encuestados en ocasiones lo desarrolla, el 51% poco y ninguno respondió nunca

TABLA 14
Deficiencia más frecuentes

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
MALA ATENCION	8	19%
DEMORAS EN EL SERVICIO	12	27%
MAL ESTADO DE LOS INSUMOS	2	5%
INFRAESTRUCTURA INADECUADA	5	12%
FALTA DE SERVICIOS PERSONALIZADOS	16	37%
TOTAL	43	100%

Cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración propia

En la tabla N° 14 denominado las deficiencias más frecuentes que se dan en el hotel se observa que el 19% de los encuestados respondió mala atención, el 27% respondió demoras en el servicio, el 5% mal estado de los insumos, el 12% infraestructura inadecuada y el 37% falta de servicios personalizados

II. Planeamiento estratégico

TABLA 15
Funciones de la Planeación Estratégica

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SI	4	36%
NO	7	64%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 15 denominado Funciones de la planeación estratégica se observa que el 36% de los encuestados conocen las funciones de la planeación estratégica y el 64% de los encuestados no conoce las funciones

TABLA 16
Planificación estratégica y Objetivos Organizacionales

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	36%
NO SIEMPRE	5	46%
DESACUERDO	2	18%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 16 denominado Planificación Estratégica y Objetivos Organizacionales 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, el 46% de los encuestados no siempre están de acuerdo y el 18 % están en desacuerdo

TABLA 17
Elaboración de Planes y Estrategias

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	5	45%
NO	6	55%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración propia

En la tabla N° 17 denominada Elaboración de planes y estrategias, se observa que el 45% de los encuestados si han elaborados planes y estrategias en la ejecución de un plan estratégico en su empresa y el 55% de encuestados respondió que no han elaborado planes y estrategias en la ejecución de un plan estratégico

TABLA 18
Identificación de la Misión y Visión

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
POCO	4	36%
MUCHO	5	46%
NADA	2	18%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración propia

En la tabla N° 18 denominada Identificación de la Misión y Visión, 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, el 46% señala que su personal mucho se encuentra identificado con la misión y visión y el 18% de encuestados señalan que su personal nada se encuentra identificado

TABLA 19
Análisis de la situación de la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MUCHA FRECUENCIA	5	45%
POCA FRECUENCIA	6	55%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 19 denominada Análisis de la situación de la empresa para conocer fallas, deficiencias, se observa que el 45% de los encuestados analiza la situación de la empresa con mucha frecuencia para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos, etc. y el 55% de los encuestados analiza la situación de su empresa con poca frecuencia

TABLA 20
Crecimiento y Rentabilidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
DE ACUERDO	8	73%
DESACUERDO	3	27%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 20 denominada potencial de crecimiento y rentabilidad se observa que el 73% de los encuestados si consideran que la planeación estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad en su empresa y por el contrario el 27% restante no considera que el planeamiento estratégico ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad

TABLA 21
Estructura de la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	6	55%
NO	5	45%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 21 denominada estructura de la 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 y el 45 % de los encuestados respondieron que no es importante

TABLA 22
Evaluación de Fortalezas y Amenazas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	7	64%
NO	4	36%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 22 denominada evaluación de fortalezas y debilidades en el entorno, se observa que el 64% de los encuestados si evalúa las fortalezas y debilidades que se detectan en el entorno de la organización y el 36% no evalúa

TABLA 23
Detectar Fortalezas y Oportunidades

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	8	73%
NO	3	27%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 23 denominada fortalezas y oportunidades que se detectan en el entorno se observa que el 73% de los encuestados si han detectado las fortalezas y oportunidades que hay en el entorno de la organización y el 27% de los encuestados no han detectado fortalezas y oportunidades en el entorno de su organización

TABLA 24
Contrarrestar Debilidades y Amenazas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	7	64%
NO	4	36%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 24 denominada debilidades y amenazas que se contrarrestan para subsistir en el mercado, se observa que el 64% de los encuestados si contrarrestan debilidades y amenazas para subsistir y el 36% de encuestados no lo hace

TABLA 25
Análisis de Debilidades y Oportunidades

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MUCHO	2	18%
REGULAR	6	55%
POCO	3	27%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración propia

En la tabla N° 25 denominada análisis de las debilidades y oportunidades en el entorno se observa que el 18% de los encuestados analiza debilidades y oportunidades con mucha frecuencia que se dan en el entorno de la organización, el 55% indica que regularmente analiza debilidades y oportunidades en el entorno de su organización y el 27% indico que poco analiza debilidades y oportunidades en su organización

TABLA 26
Logro de Objetivos Estratégicos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	6	55%
NO	5	45%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios
Elaboración propia

En la tabla N° 26 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 si y el 45% respondieron que no

TABLA 27
Estrategias y Objetivos Estratégicos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
POCO	4	36%
A VECES	5	45%
MUCHO	2	19%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 27 denominada Estrategias y Objetivos Estratégicos, se observa que el 36% de los encuestados poco llegan a cumplir los objetivos con las estrategias que emplean, el 45% de ellos mencionan que a veces se cumplen los objetivos con las estrategias que emplean y solo el 19% de los encuestados cumplen mucho los objetivos con las estrategias que emplean para lograrlo

TABLA 28
Estrategia de venta

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SI	8	73%
NO	3	27%
TOTAL	11	100%

Cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

En la tabla N° 28 denominada estrategia de venta, se observa que el 73% de los encuestados si tienen una estrategia de venta clara y definida y el 27% no lo tiene

5.2 Análisis de Resultados

En la tabla 1 denominada “Importancia de Gestión de Calidad” se analiza el resultado obtenido en donde el 100% de los trabajadores de las MYPES encuestadas respondieron que si es importante la gestión de calidad en las empresas donde laboran, ya que se emplea como una alternativa eficaz para que los dueños conduzcan de la mejor manera las organizaciones.

Como dice Herrera (2008) en su investigación, es importante incorporar sistemas de gestión de calidad en las organizaciones hoy en día globalizadas, que les permitan, ser más competitivas, obtener la fidelidad de los clientes, y asegurar la permanencia en el mercado. Tuvo la finalidad de incorporar un sistema de gestión de calidad en una microempresa para conocer su importancia, ya que muchos microempresarios y trabajadores desconocen el tema de calidad.

El autor Abarca (2010) en su libro nos muestra que la gestión de calidad es el modo en que la organización planifica, implanta y controla los resultados de todo su equipo con el objetivo de conseguir calidad tanto en sus productos como en sus servicios, dando como objetivo diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total.

La finalidad de la investigación es señalar el interés de abordar el tema de la calidad en los trabajadores, como estrategia y alternativa eficaz para las organizaciones por lo tanto es un factor de suma importancia para el buen desempeño y buena relación con los clientes. Los trabajadores consideran que si es importante pero no saben aplicarla bien, carecen de conocimientos y gestión y de medidas complementarias. Son las microempresas quienes deben tener más

asistencia profesional y guiar a sus trabajadores para incorporar la calidad en todos sus procesos.

En la tabla 2 denominada “Aplicación de calidad en las organizaciones (MYPES)”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 95% de los trabajadores si aplican calidad en los productos y servicios que desarrollan en la empresa para ofrecerle al cliente y el 5% del total no lo aplica, esto nos indica que en la gran mayoría de microempresas sus productos y servicios son de calidad ya que consideran que es un elemento fundamental en la toma de decisión final del cliente a la hora de decidir.

Joubert (2015) en su investigación creo un potencial y la viabilidad de la implementación y la certificación de Sistemas de Gestión de Calidad (SGC) en los hoteles de una ciudad y llego a la conclusión que es necesario realizar grandes esfuerzos orientados a la sensibilización de los propietarios y gerentes de hoteles sobre los SGC para que orienten a sus trabajadores debido a que poseen escasos conocimientos acerca de ellos.

El autor Deming (1989) señala que el principal objetivo de toda empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos, para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad la manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos. La calidad no se basa solamente en el producto final sino en las transformaciones que se tienen que hacer para obtener un producto terminado, es decir los procesos, medios y procedimientos que todo el personal debe llevar a cabo

para hacer un producto o servicio final deben ser de calidad. Las empresas deben gestionar bien la calidad para conseguir que el producto terminado sea de buena calidad.

En la tabla 3 denominada “Capacidad para ofrecer mayor valor y garantizar la excelencia”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 30% de los trabajadores encuestados indicaron que es buena la capacidad de su trabajo para ofrecer mayor valor agregado a los clientes y garantizar la excelencia, el 58% de los encuestados respondieron que es regular la capacidad de su trabajo que tienen para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia, el 12% de los trabajadores encuestados indicaron que es mala su capacidad y ninguno (0%) indico que es deficiente.

Como lo dice Herrera (2008) que el objetivo de su investigación es el establecimiento de sistemas de aseguramiento de la calidad que garantizan la buena marcha de las empresas y la relación con los clientes (ventas) ya que es importante agregar valor en la calidad de atención a los clientes.

En este estudio se quiso conocer el grado de capacidad que tienen los trabajadores de las microempresas para ofrecer mayor valor a sus clientes y garantizar la excelencia porque la gestión de la calidad es un principio de negocio que garantiza la excelencia en los productos, servicios y procesos internos de una empresa. Los trabajadores deben ofrecer una mejor calidad en atención Las empresas que implementan programas de gestión de calidad usan la información de ellos para identificar debilidades, fallas, áreas de mejora y fortalezas (Riquelme ,2016).

La mayor parte de los encuestados no manejan una buena capacidad de gestión de calidad a través del valor agregado a los clientes, que se brinda a través de una buena atención, servicios personalizados, post-venta, incentivos, etc., su capacidad de generar valor es regular y por ende tienen posibilidades de sobrevivir.

En la tabla 4 denominada “Satisfacción de necesidades y exigencias del cliente haciendo uso de los parámetros de calidad”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 28% de los trabajadores encuestados siempre cumplen con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes haciendo uso de los parámetros de calidad, el 42% en ocasiones cumple y el 30% de trabajadores poco cumplen.

Esto es corroborado por el investigador Santoma (2007) en su trabajo de investigación de ayudar a identificar los ámbitos de la gestión de la cadena hotelera para mejorar la calidad de servicio en el sector y así satisfacer las necesidades de los clientes haciendo uso de la calidad en su totalidad (parámetros). Sus resultados obtenidos señalan que, para mejorar la calidad de servicio, se deben considerar aspectos importantes de gestión de los recursos humanos, gestión de la información sobre clientes, gestión de marketing estratégico, gestión interna de la calidad, gestión interna de la cadena hotelera, gestión estratégica de la calidad y gestión estratégica de la cadena hotelera.

Esto se puede complementar con la teoría de Juran (1993) la calidad se define como adecuación al uso, esto implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). Se entiende la

ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc.

En la tabla 5 denominada “Sistemas de Gestión de Calidad”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 35% de los encuestados desarrolla sistemas de gestión de calidad en los recursos, el 21% desarrolla sistemas de gestión de calidad en procesos, el 21% igual desarrolla sistemas de gestión de calidad en productos y el 23% de encuestados lo desarrolla en todos los elementos mencionados. Como se menciona las empresas micro y pequeñas del rubro poco gestionan calidad en los procesos debido al poco conocimiento que tienen dichos trabajadores ya que calidad no solo se gestiona en el producto final o la atención al cliente si no en todas y cada uno de las áreas que conforman la organización, involucrando elementos, personas, recursos, procesos, jerarquía y procedimientos, de allí viene el nombre “gestión” de la calidad.

Esto es corroborado por el investigador Agurto (2014) que señala en su estudio los sistemas de gestión de calidad en el área de recursos humanos de una empresa de sistemas que gestione los procesos de gestión enmarcados en la norma ISO 9001 – SGC, el cual permitirá establecer parámetros de desarrollo para otras áreas.

Por ello gestión de calidad es un sistema que está constituido por un conjunto de elementos interrelacionados de una organización, a través de los cuales se gestiona, de forma planificada, la calidad de la misma, con un enfoque de mejora continua de los de los procesos. Mateo (2009) describe que es un tema generalizado

en donde participan todas las partes de la organización para una buena gestión de la calidad en donde los trabajadores con sus respectivos jefes deben tomar conciencia.

En la tabla 6 denominada “El factor fundamental de rendimiento en el éxito de una empresa”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 42% de los encuestados consideran que el factor fundamental de rendimiento en el éxito de una empresa es la atención personalizada, así también precios bajos y accesibles arrojó un resultado de 32% por los encuestados y solo el 26% de los encuestados señala que el factor fundamental de rendimiento para el éxito de una empresa son los estándares de calidad en productos y servicios. Como se puede mostrar los trabajadores de las MYPES estudiadas consideran que es más importante la atención personalizada y los precios bajos que la calidad en los productos y servicios que ofrecen. Es importante señalar que estos tres factores es de suma importancia, pero la calidad es el factor de rendimiento que trabaja como ventaja competitiva que conlleva a las empresas al éxito porque trabaja a favor de lo que exige el cliente a cambio de un costo. De ahí se desprende la atención personalizada y los precios.

El objetivo de la gestión de calidad sigue siendo el mismo: crear un producto o servicio de alta calidad es decir que se cumplan estándares de productos y servicios que funcionan como políticas o reglas que sean cumplidas por los trabajadores de alto rendimiento para que satisfaga y supere las expectativas de los clientes externos, quiere decir cumplir con las necesidades, deseos, gustos y preferencias del cliente. Una manera de crear alta calidad es haciendo uso de estándares de calidad. De acuerdo con Riquelme (2016) quien nos muestra su teoría “cuando las empresas se centran en la gestión de la calidad, crean un plan para el

éxito”, para explicar este suceso. Chinchallan (2015) el autor en su investigación de una asociación artesanal, pone en manifiesto la importancia de conocer y aplicar el diseño para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en los estándares de calidad y la norma ISO 9001 a fin de permitir que la organización posea mayor ventaja competitiva para lograr los objetivos establecidos.

En la tabla 7 denominada “Mejoramiento de la Gestión de la Calidad”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 91% de los encuestados consideran que si es conveniente mejorar o implementar la gestión de calidad en las empresas donde laboran para ofrecer un mejor servicio de calidad, mientras tanto solo el 9% de los encuestados considera que no deben mejorar o implementar la gestión de calidad. Se muestra que en la gran mayoría de los trabajadores si consideran el mejorar la gestión de calidad para el mejor rendimiento de su trabajo y por ende de la empresa.

Flores (2014) colabora con la afirmación de este análisis, en su estudio muestra que se debe diseñar, desarrollar e implementar un sistema de gestión de calidad según las normas ISO 9001- 2008 para mejorar y optimizar las actividades de los servicios administrativos de las MYPES de esta manera la empresa mostrara un alto rendimiento empresarial y financieramente que es lo que todas las empresas desean. Cuando se crea un producto o servicio de alta calidad se busca también generar un alto rendimiento que cumpla y supere las expectativas de los clientes internos y externos.

Existen una amplia gama de sistemas de gestión de calidad, que son muy apropiados para implantar en un hotel u hospedaje, los establecimientos que

dispongan de alguno de ellos, sin duda gestionarán mejor sus recursos, optimizarán sus procesos y serán más competitivos. La norma ISO 9001 (Gestión de la calidad) consigue estandarizar la gestión de los procesos sobre los servicios que se ofrecen, consiguiendo un mayor control sobre ellos. (Carbonell 2012)

En la tabla 8 denominada “Jerarquía de funciones”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 28% de los trabajadores encuestados considera que la jerarquía de funciones sí permite el logro de objetivos en la organización y el 72% de los encuestados considera que la jerarquía de funciones no permite el logro de objetivos en la organización. Estos resultados muestran que la mayoría de los trabajadores no respalda el tema de jerarquía de funciones como primer componente de gestión de la calidad, no posee conocimientos de gestión administrativa de calidad, este es uno de los problemas por los que atraviesan hoy en día las MYPES falta de conocimiento y la mala gestión en las mismas.

Mateo (2009) señala que la Estructura Organizacional es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.

Valencia (2012) colabora en su análisis de investigación mencionando que la asistencia integral de la alta dirección de las pequeñas empresas, como en el caso de su organización en estudio, operan en una gestión por procesos, trabajando bajo los criterios del círculo de calidad PHVA, que hacen posible la mejora continua del sistema. Señalando los objetivos de calidad, creación de valor, el seguimiento y compromiso por parte de esta alta dirección, quien debe estar a la cabeza de todo este

proceso y transmitir con pasión al trabajador, los objetivos trazados por la organización, donde cada uno de los integrantes es consciente de su importancia en la organización a través de su labor, como bien lo señala el autor en su teoría.

En la tabla 9 denominada “Planificación de actividades”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 51% de los encuestados si planifican las actividades de su trabajo que le permiten lograr los objetivos y el 49% indicaron que no planifican sus actividades para el logro de objetivos. Con ello se puede concluir que los trabajadores si planifican sus actividades, se preocupan por los objetivos de su organización pero no siempre logran cumplirlos y el otro segmento todavía no se mantiene a la vanguardia y permanecen por debajo de la competencia debido a la falta de gestión administrativa en el personal, no saben como llegan a la meta pero llegan de alguna manera, pues no se contrata personal capacitado (administrador) para que dirija una pequeña empresa muchos negocios son familiares y entre ellos delegan sus responsabilidades y explican que solo son las grandes empresas las que pueden organizarse de una manera más jerarquizada.

Esto es corroborado por la investigadora Herrera (2008) quien en su investigación señaló que las empresas presentan problemas en su tipo de gestión y que tienen deficiencias en el proceso administrativo. En este sentido la empresa y sus equipos no planifican su trabajo, ni cuenta con una organización definida; además de caracterizarse por la falta de aplicación de teorías de motivación y un tipo de liderazgo autocrático. Lo que actualmente se ve reflejado en la actualidad y gracias a este y otros estudios se ha detectado.

La planificación en las empresas es importante empezando porque pertenece a la primera función de la administración y sin planes no se podrían realizar las cosas y no se llegaría a ningún lado. Planear es organización, es hacer las cosas antes de actuar, es eficiencia, como lo dice el autor Mateo (2009) en su editorial de sistemas de gestión, la planificación constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado.

En la tabla 10 denominada “Recursos”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 67% de los trabajadores de las MYPES señalan que la empresa donde laboran si emplea recursos de calidad y el 33% restante señala que la empresa no emplea recursos de calidad. Como se observa las empresas se preocupan por trabajar con recursos de calidad, pero no se da en todas las organizaciones por falta de conciencia y sensibilización hacia una mejor gestión de la calidad.

Se tiene a Manrique (2015) en su investigación de gestión de calidad sostuvo que el 26% de los encuestados que eran los trabajadores brindan información que les son suficiente los recursos que les brinda la empresa y para el 74% no le son suficientes los recursos que las empresas brindan porque no son de calidad.

Se sigue reforzando el tema con la teoría del autor Mateo (2009) determina que el recurso es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc.).

Así que las empresas deben tomar conciencia para gestionar la buena calidad en todos sus áreas y procesos, invertir en buenos recursos que se emplean y que son transformados en productos o servicios finales que llegan a los clientes.

Con estas investigaciones se puede concluir que no todas las empresas cumplen, que hay personal capacitado en unas y en otras no, que no todos los propietarios invierten contratando servicios de un administrador profesional, capacitado con la preparación adecuada para dirigir una empresa que lleve por el buen camino, dirigir activos, capital, personas. Este último es el recurso humano más importante en la organización, por lo tanto, si no hay preparación no hay calidad.

En la tabla 11 denominada “Procesos”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 28% de los trabajadores encuestados señalan que si se encuentran identificados con los procesos de sus actividades de trabajo para transformar elementos en productos o servicios y el 72% restante señalan que no se encuentran identificados con los procesos de sus actividades de trabajo para transformar elementos en productos o servicios. Esto indica que la mayoría de encuestados no tienen un grado de conocimiento del empleo de los procesos para la transformación de elementos en productos o servicios, y no se tiene la seguridad de emplearse este componente con políticas de calidad.

Muchas otras investigaciones de esta naturaleza toman mucho énfasis también a la implementación de los procesos de gestión en las MYPES que se deben seguir respecto a la norma ISO 9001, esto contrasta con los resultados encontrados en la autora Goicochea (2015) donde señala en su investigación que la mayoría de la MYPES si tienen conocimiento en gestión de calidad; pero no existe interés por los propietarios y/o administradores en poner en práctica los diferentes procesos y enseñarles a los empleados para que se encuentren identificados.

Como lo dice Mateo (2009) en los componentes de un sistema de gestión de calidad, los procesos son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. El autor ayuda a corroborar con el resultado de esta investigación en donde todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados. Los procesos requieren de recursos, procedimientos, planificación y las actividades, así como sus responsables. (Agurto, 2014)

En la tabla 12 denominada “Procedimientos”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 23% de los encuestados respondieron que sus procedimientos de trabajo que llevan a cabo para realizar productos o servicios si siguen parámetros de calidad y el 77% de los encuestados respondieron que sus procedimientos de trabajo no siguen parámetros de calidad. Es cierto que las micro y pequeñas empresas tienen procedimientos en su día a día para gestionar sus servicios, pero no están bien definidos al igual que los procesos de gestión, pero se esfuerzan por seguir parámetros de calidad en estas sus actividades.

El autor Agurto (2014) señala la aplicación de los procedimientos que las empresas deben seguir e implementar en el área de recursos humanos en su investigación, indica que como punto de partida para la realización de uno o más procedimientos se debe tener un procedimiento guía que indique un estándar a seguir. Menciona que trabajó cuidadosamente el procedimiento de control documentario, se probó, se hicieron ajustes y se dio la conformidad. En los procedimientos, tanto del Sistema de Gestión de Calidad como del área de recursos humanos, estableció indicadores que permitirán ver el estado de cada proceso y así ayudar en la decisión de establecer planes de mejora cuando no estén funcionando correctamente.

Para reforzar esta teoría los procedimientos son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. (Mateo, 2009)

En la tabla 13 denominada “Procesos de planear, controlar y mejorar”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 12% de los encuestados siempre desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar guiados por sus jefes, así también se tiene que el 37% de los encuestados lo hace en ocasiones, el 51% de encuestados poco desarrolla estos procesos y ninguno 0% nunca. Este proceso conformado por estos tres elementos considerado también círculo de la calidad forman parte de la mejora continua para la implementación y mejora de la gestión de calidad en las empresas con la participación de todos los miembros que conforman la organización, esto permiten llevar un control detallado paso a paso del proceso de producción de calidad. Se muestra en esta investigación que las MYPES hoteleras desarrollan con poca frecuencia este proceso, no tienen un compromiso por mejorar la calidad, no hay un aseguramiento, mantenimiento y mejora continua del SGC señalando los objetivos de la calidad, los indicadores a utilizar y la meta hacia donde deben llegar los resultados.

Claro lo señala Valencia (2014) en su estudio dio a conocer e hizo mucho énfasis en la gestión por procesos mencionando que al operar en una gestión por procesos se lograra el funcionamiento eficaz del sistema de la calidad, para ello se identificó todas las actividades de producción desarrollados en la empresa estudiada, señalando a los clientes y proveedores internos, trabajando bajo los criterios del

circulo de la calidad PHVA que hace posible la mejora continua del proceso. En donde el cliente debe ser el principal indicador de la eficacia del sistema.

Como lo dice Juran que afirma esta teoría (1998) estos tres elementos que forman parte de un sistema de gestión de calidad (planear, controlar y mejorar) son los pilares para la mejora continua del cual se acaba de analizar.

En la tabla 14 denominada “Deficiencias más frecuentes”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 19% de los trabajadores respondieron que la deficiencia más frecuente que se muestra en el hotel donde trabajan es mala atención, 27% respondió demoras en el servicio, 5% mal estado de los insumos, 12% infraestructura inadecuada y el 37% respondió falta de servicios personalizados. Como se observa la deficiencia más frecuente según el estudio es la falta de servicios personalizados en la organización, lo cual se consideran incompletos porque no están abastecidos con implementos de servicios para el cliente, los cuales podrían ser falta de agua caliente para el baño, desayuno, cochera o vigilancia.

Esto es corroborado por el investigador Manrique (2015) en la cual, en su estudio de gestión de la calidad realizo encuestas preguntando que si se debería mejorar la calidad en los servicios, el 60% de sus encuestados respondieron que si era necesario, lo cual prueba que hay gran carencia en la calidad de los servicios de las MYPES especialmente en un hotel.

Deming (1989) manifestó que calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado el autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la

inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad la manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio para disminuir las deficiencias.

En la tabla 15 denominada “Funciones de la Planeación Estratégica”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 36% de los encuestados conocen las funciones de la planeación estratégica y el 64% de los encuestados no las conocen. Esto muestra como anteriormente se ha mencionado la falta de información como una debilidad operacional que tienen los empresarios respecto a gestión administrativa, que las conlleva al mal direccionamiento de las empresas. Más de la mitad de los propietarios/administradores muestran la falta de interés, preparación, capacitación, desconocen temas empresariales como planeamiento estratégico que son importantes para la buena marcha de las empresas y la creación de estrategias definidas para alcanzar los objetivos que las lleva a ser más competitiva porque el mismo mercado les exige.

Esto coincide con el estudio de Aquino (2015) donde señala en su investigación en una empresa hotelera que lo que se ve reflejado es la falta de cultura organizacional, la carencia de estrategias que impide alcanzar mejores resultados lo que puede ocasionar pérdidas económicas y de clientes. El direccionamiento del hotel carece de un plan estratégico que sirva como herramienta y estrategias administrativas, ya que todas las acciones son operativas y no se enfoca al cumplimiento de objetivos reales.

Por su parte Friedman (2007) comparte su idea diciendo que la planeación estratégica debe ser para las organizaciones de vital importancia, ya que, en sus

propósitos, objetivos, mecanismos, etc. se resume el rumbo, la directriz que toda la organización debe seguir, teniendo como objetivo final, el alcanzar las metas fijadas, mismas que se traducen en crecimiento económico, humano o tecnológico.

En la tabla 16 denominada “Planificación Estratégica y Objetivos Organizacionales”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 36% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que la planificación estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos estratégicos, el 46% de los encuestados no siempre están de acuerdo y el 18% están en desacuerdo. En la población empresarial todavía hay un porcentaje que son ajenos a los procesos sistemáticos de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos claros y definidos en las empresas. Esto proporciona a las organizaciones herramientas de evaluación, seguimiento y medición de resultados, así mismo sienta las bases de la detección de áreas de oportunidad y la mejora continua de sus procesos. Como lo menciona (Friedman, 2007) en sus libros de investigación.

Esto coincide también con el estudio de Guadalupe (2014) en donde difiere que al implementarse el plan estratégico resolverá los problemas operativos de las MYPES y tendrá una visión más amplia y clara de lo que desea y como lograrlo.

Con el respaldo de varias tesis analizadas y los resultados de la investigación aquí expuesta, se llega a la conclusión de que el plan estratégico les permitirá a la empresa contar con un plan específico que las encamine a la realización de sus objetivos empresariales de largo, mediano y corto plazo ya que constituye una herramienta valiosa que servirá de guía para la operatividad de la organización. Las empresas de éxito planean constantemente. (Ramos, 2009)

En la tabla 17 denominada “Elaboración de planes y estrategias”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 45% de encuestados si han elaborado planes y estrategias en la ejecución de un plan estratégico para su empresa, por lo tanto, el 55% de encuestados respondieron que no han elaborado planes y estrategias en la ejecución de un plan estratégico. Estos resultados se deben a que la mayoría de empresas de este rubro no han ejecutado un planeamiento estratégico que analice la situación en la que se encuentra su organización, el problema que atraviesan, las posibles debilidades que deben mejorar y las alternativas de solución respecto a ello, que la orienten hacia mejores oportunidades económicas/empresariales.

Friedman (2007) menciona que la planeación estratégica orientar a la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella (y para la sociedad) es decir adaptadas a sus recursos y su saber hacer, y que ofrezcan un potencial atrayente de crecimiento y rentabilidad.

Rivas (2014) manifiesta en su investigación que el panorama actual de las MYPES de Piura tiene un gran potencial de crecimiento y desarrollo; solo les falta apoyo en cuanto a gestión empresarial para que puedan crecer de manera sostenida. Concluyo que las MYPES necesitan conocer y/o profundizar sobre la importancia del planeamiento estratégico, con la finalidad de consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelven, para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores. Como se ve reflejado en este análisis.

En la tabla 18 denominada “Identificación de la Misión y Visión”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 36% de los encuestados señalaron que su personal poco se encuentra identificado con la visión y la misión que a definido la empresa, el 46% señala que su personal mucho se encuentra comprometido con la misión y visión y el 18% de los encuestados señala que su personal nada se encuentra identificado. Esta identificación es el grado de compromiso y fidelidad que tiene el personal de una empresa para comprometerse con el logro en conjunto de los objetivos organizacionales a través de la misión, visión y estrategias. Por lo tanto, los propietarios deberían hacer más énfasis en su personal para que haya una cultura corporativa en sus organizaciones.

Aquino (2015) indica por ejemplo que los clientes internos de una empresa de este rubro no tienen conocimiento de la cultura corporativa, es decir no conocen la filosofía, misión, visión, objetivos y políticas de la institución, haciendo que los colaboradores no se involucren con la entidad.

Según el autor Sainz De Vicuña (2012), un plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión (imagen futura). Entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización donde todo el personal debe estar comprometido.

El plan estratégico requiere de ser difundido y conocido por todos los niveles organizacionales pues es la única forma de poner en acción la visión de futuro que se pretende alcanzar. La tarea de que todo el personal de la organización

se involucre en hacer realidad los objetivos de la empresa corresponde a la alta dirección. (Guadalupe, 2014)

En la tabla 19 denominada “Análisis de la situación de la empresa”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 45% de los propietarios/administradores encuestados analiza la situación de la empresa con mucha frecuencia para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos y el 55% de los encuestados analiza la situación de su empresa con poca frecuencia para conocer fallas, etc.

Esto coincide con el estudio de Manrique (2015) en donde detalla en su investigación que el 31% de los encuestados hace uso de planes estratégicos y el 69% no hacen uso de planes estratégicos. Respecto al planeamiento estratégico es una herramienta muy importante: en la cual tiene diseño, planificación ejecución, aplicación y evaluación que conllevan al desarrollo sostenible en las MYPES. Por lo tanto, según este análisis los empresarios no analizan la situación de su empresa tanto interna como externa para conocer sus puntos débiles. Hay una falta de formación integral del empresario, deficiente administración, falta de capital y ausencia de un enfoque al cliente.

Según Porter (1995) el análisis de la situación de la empresa es también conocido como el diagnóstico estratégico. Y es una de las etapas del planeamiento estratégico. El autor dice que en esta etapa se tiene en cuenta tanto la situación externa, representada por el mercado y los competidores; así como la situación interna, las debilidades y fortalezas de la empresa. El análisis del mercado puede resultar vital para la empresa, por lo que se debe analizar los diferentes tipos de

competidores, formatos con los que compite y los clientes que tiene la empresa. El análisis de la situación externa permitirá descubrir las oportunidades y amenazas del entorno y el mercado. El análisis interno por lo general se realiza mediante herramientas de autodiagnóstico estratégico, ayudando a valorar si se han tomado las decisiones estratégicas adecuadas, si se han aplicado correctamente los planes de actuación, etc. Esto es un proceso de análisis que las empresas deben realizar frecuentemente para conocer los cambios y mejora.

En la tabla 20 denominada “Potencial de Crecimiento y Rentabilidad”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 73% de los microempresarios si considera que el planeamiento estratégico ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad en su empresa y el 27% no considera que el planeamiento estratégico ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para su empresa.

Como se hace mención que la planeación estratégica orienta a la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella y para la sociedad y a su vez ofrecen un potencial atrayente de crecimiento y rentabilidad (Friedman 2007). Para lo cual se precisa la misión, visión, objetivos y estrategias.

Por su parte Masías y Prado (2016) en su investigación muestran la elaboración de un plan estratégico para una empresa comercial del mercado nacional. Para el cual se realizó un análisis del entorno externo considerando las proyecciones del crecimiento en el país para los próximos años y un estudio de las cinco unidades de negocio que posee la empresa, empleando la herramienta de las cinco fuerzas de Porter e identificando las unidades que aportan mayores beneficios y valor a la

compañía, con la finalidad de formular lineamientos del plan estratégico que impulsen el desarrollo y crecimiento de la empresa y del país.

En la tabla 21 denominada “Estructura de la empresa”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 55% de los microempresarios si consideran importante el velar por la estructura de la empresa en la planeación y el 45% consideran que no es importante.

Friedman (2007) asegura que velar por mantener una estructura racional en la cartera de productos/mercados de una empresa es la finalidad del planeamiento estratégico.

Por su parte Mendoza (2014) en su estudio hacia una pequeña empresa de artículos explica que la empresa no posee, ni tiene plasmado en documentos toda su estructura organizacional, pero si trabaja organizadamente y todos sus empleados conocen dicha estructura y como deben trabajar. La empresa cuenta con un grupo de profesionales (empleados administrativos), quienes conforman un equipo de trabajo solido que desempeñan funciones claras y precisas. Este equipo es guiado por el gerente general, el cual tiene la responsabilidad de tomar las decisiones adecuadas para el buen funcionamiento de la organización, por tal razón se encuentra en el centro de la estructura organizacional.

La estructura de una MYPES debe estar jerárquicamente estructurada y tener bien definidos las tareas de cada área. En ellas su estructura común está conformada por: el gerente o propietario del negocio (dueño), administrador o encargado, asistente administrativo (en algunos casos), recepcionista (atención al

cliente), personal de aseo, vigilante (en algunos casos) relacionados entre si para llegar a sus objetivos estratégicos.

En la tabla 22 denominada “Evaluación de Fortalezas y Amenazas en el entorno”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 64% de los encuestados si evalúa fortalezas y amenazas y el 36% no evalúa fortalezas y amenazas en su organización. Se puede señalar en este estudio que la gran mayoría de empresas si evalúan estos factores internos y externos, son llamados estrategias FA (fortalezas y amenazas) sacar provecho de las fortalezas y contrarrestar las amenazas, lo cual es muy importante que lo hagan con frecuencia y siguiendo los pasos estratégicos, pero también es importante que estos análisis sean bien estructurados que les pueda dar información y seguridad en la toma de decisiones por parte de los propietarios. Las estrategias FA que se han detectado en este estudio son, por ejemplo: ofrecer servicios de calidad para contrarrestar a la competencia, controlar la comercialización de los productos en el mercado evitando pérdida de clientes, ofrecer productos de calidad, con la cantidad y precio justos para atraer a los clientes.

Esto coincide con el estudio de Rosas (2015-2016) en donde llega a la conclusión que esta estrategia trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución.

Para reforzar este análisis, la estrategia FA (Fortalezas vs. Amenazas), se basa en que las fortalezas de la institución pueden enfrentar las amenazas del

entorno. las fortalezas de la empresa deben ser aplicadas con discreción y oportunamente. (Díaz y Matamoros, 2011) A esta situación de la empresa se le llama estrategia Defensiva.

En la tabla 23 denominada “Detectar Fortalezas y Oportunidades en el entorno”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 73% de microempresarios si ha detectado fortalezas y oportunidades en el entorno y el 27% no ha detectado fortalezas y oportunidades en su entorno de la organización. Se puede señalar en este estudio que la gran mayoría de empresas si evalúan estos factores internos y externos, son llamados estrategias FO (fortalezas y oportunidades) aquí se debe sacar provecho de las fortalezas y aprovechando también las oportunidades, lo cual es muy importante que lo hagan con frecuencia. Las estrategias FO que se han detectado en este estudio son, por ejemplo: los precios accesibles que se ofrece y la buena tendencia demográfica, la calidad del servicio es excelente pudiendo realizar innovaciones en el mismo, la ubicación geográfica es excelente logrando facilitar posibles alianzas estratégicas.

Se basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de estrategia es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios. (Rosas, 2015-2016)

Esto coincide con los autores Díaz y Matamoros (2011) señalan en su teoría que esta situación FO (Fortalezas vs. Oportunidades) constituye el cuadrante más

ventajoso, donde todas las empresas querrían estar ubicadas para utilizar sus fortalezas en el aprovechamiento de las oportunidades. A esta situación de la empresa orientada al éxito los autores le llaman estrategia Ofensiva.

En la tabla 24 denominada “Contrarrestar Debilidades y Amenazas en el entorno”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 64% de los encuestados si contrarresta debilidades y amenazas en el entorno de la organización y el restante 36% de encuestados no contrarresta debilidades y amenazas en el entorno de la organización. Al igual también se señala en este estudio que la gran mayoría de empresas si evalúan estos factores internos y externos, son llamados estrategias DA (debilidades y amenazas) esta situación es crítica ya que la empresa debe corregir estas debilidades y sobrellevar las amenazas, también es importante que estos análisis sean bien estructurados que les pueda dar información y seguridad en la toma de decisiones por parte de los propietarios. Las estrategias DA que se han detectado en este estudio son por ejemplo: buscar asesorías para mejorar la gestión administrativa y reaccionar frente a la tecnología de la competencia.

Por su parte Pachas y Vílchez (2015) en su estudio del análisis DAFO – Objetivos Estratégicos, muestra que las debilidades más importantes en su estudio de una MYPE son la falta de programas de capacitación y motivación y la deficiencia en el sistema para el control de inventarios.

Asimismo, Díaz y Matamoros (2011) difieren que una organización que resulte ubicada en este cuadrante estaría enfrentando su peor situación respecto al logro de sus objetivos, su esfuerzo tendría que dedicarlos a luchar por su

supervivencia o llegaría hasta su liquidación definitiva. En esta situación de la empresa se le da el nombre de estrategias Adaptativa.

En la tabla 25 denominada “Análisis de Debilidades y Oportunidades en el entorno”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 18% de microempresarios analiza con mucha frecuencia las debilidades y oportunidades en el entorno de su organización, el 55% de microempresarios analiza regularmente debilidades y oportunidades en el entorno de su organización y el 27% de encuestados poco analiza debilidades y oportunidades en el entorno de su organización. Aquí se señala que las empresas si evalúan estos factores, pero no con frecuencia como debería de ser. En este caso son llamados estrategias DO (debilidades y oportunidades) donde se corrigen debilidades y aprovechan las oportunidades del entorno. Las estrategias DO que se han detectado en este estudio son, por ejemplo: falta de profesionales calificados para abarcar nuevos clientes y llegar a mercados potenciales, uso reducido de tecnología avanzada y servicios personalizados para ofrecer un mejor servicio a los clientes, carencia de conocimientos de gestión estratégica para innovar en los productos y servicios.

Aquino es su investigación realizo la matriz del análisis FODA, donde la oportunidad más importante que se le presenta a la industria es el crecimiento del turismo en la ciudad que conlleva a la expansión y nuevos clientes potenciales, por otro lado, las debilidades que menciona el autor en su estudio son carencia de políticas que definan la diferenciación y razón de ser de la empresa y la falta de conocimiento operativos. (Aquino, 2015 - 2016). Una empresa en esta situación identifica las oportunidades que le ofrece el entorno, pero reconoce que sus

debilidades organizacionales no permiten aprovecharlas. (Díaz y Matamoros, 2011).

En esta situación de la empresa se le da el nombre de estrategias Adaptativa.

En la tabla 26 denominada “Logro de Objetivos Estratégicos en cuanto al trabajo en conjunto y la relación de todas las áreas de la organización”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 55% de encuestados si trabajan en conjunto y están estrechamente relacionados para alcanzar los objetivos estratégicos y el 45% restante respondieron que no. El trabajo en conjunto y la relación estrecha de todas las áreas de la organización pueden lograr los objetivos estratégicos, ya que el trabajo en equipo y el esfuerzo coordinado y comprometido por todos los miembros cumplen las metas propuestas.

Esto es corroborado por el investigador Manrique (2015) donde demuestra que elaboró una investigación en donde dio como resultado que el 68% de los encuestados reciben retroalimentación sobre la función que desempeñan y solo 32% no reciben ningún tipo de retroalimentación para el desarrollo de sus funciones. También se observa que el 73% de los encuestados creen necesario su participación para la mejora de la empresa y solo el 27% no consideran necesaria su participación para la empresa.

Lo cual se concluye según los estudios a través de encuestas que en la mayoría de las empresas MYPES si se logran los objetivos estratégicos con el trabajo en conjunto de todos los miembros de las áreas de la organización.

Esto coincide con lo que menciona el autor Porter (1995) en la etapa de declaración de Objetivos Estratégicos se recogen las decisiones relacionadas con la

razón de ser de la empresa, denominada “Misión”, con los objetivos que le gustaría alcanzar, denominado “Visión”, con los valores en los que cree la empresa, “Valores” en donde debe surgir la fidelidad y compromiso de todos los integrantes que trabajan en una organización desde el nivel más bajo hasta el nivel más alto jerárquicamente.

En la tabla 27 denominado “Estrategias y Objetivos estratégicos”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 36% de los encuestados señalan que poco llegan a cumplir los objetivos con las estrategias que emplean, el 45% de ellos mencionan que a veces se cumplen los objetivos con las estrategias que emplean y el 19% de los encuestados cumplen poco los objetivos con las estrategias que se emplean para lograrlo. Esto quiere decir que las empresas no siempre emplean sus estrategias y no saben todas a donde quieren llegar.

Rosas (2016) indica que la misión y visión: son las que definen la base de la compañía, representan el por qué y para qué existe dicha firma y todas las líneas laborales se trazan en relación a estas definiciones. En ambos conceptos están las ideologías más arraigadas, los valores y propósitos con los que se articula todo el desarrollo de la organización, por tanto, deben ser conocidos por los representantes de la empresa.

Es común en la administración de hoteles o de servicios, el diseño planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la organización. Es de considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las empresas. Corroborado por Rivera (2016)

En la tabla 28 denominada “Estrategia de Venta”, se analiza el resultado obtenido en la tabla en donde el 73% de los propietarios/administradores si tienen una estrategia de venta clara y definida que conlleve al logro de la visión de la empresa y el 27% restante no tienen una estrategia de venta clara y definida que conlleve al logro de la visión. Esto quiere decir que las empresas poseen estrategias bien establecidas. no en su totalidad, pero si la mayoría de ellas. Se debe hacer un seguimiento para que aquellas empresas que no planean estratégicamente sus actividades, procesos y gestión para la buena consecución de los objetivos, necesitan apoyo también de los gobiernos locales y nacionales que promuevan su gestión.

Se muestra a Jaramillo (2015), hizo su estudio hacia un distrito turística que tiene como objetivo elaborar un documento de trabajo que proporcione a los pobladores de dicho distrito una visión más clara de su situación actual y proponer las acciones más adecuadas que se podrían poner en marcha, con el fin de responder las necesidades de la población y de los visitantes. Realizó un diagnóstico de esta ciudad de sus factores, fortalezas y debilidades para mejorar el atractivo turístico y se plantearon estrategias de venta para su supervivencia.

Según el autor Sainz De Vicuña (2012), al hablar del plan estratégico de la organización, se está refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado “hoy” en referencia a lo que hará en los tres próximos años (pronostico económico) para lograr una organización más competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes clientes.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A efectos de contractar el análisis de los resultados con los objetivos formulados en la presente investigación, se llega a las conclusiones y reflexiones al respecto.

Con respecto al Objetivo específico 1 “Determinar la importancia de la Gestión de calidad en las MYPES hoteleras del centro de Piura en el año 2018”, en los resultados que se muestran se evidencia que para el 100% de trabajadores si es importante la gestión de calidad en las empresas donde laboran, ya que se emplea como una alternativa eficaz para que los dueños conduzcan de la mejor manera las organizaciones, pues sin ellas su empresa no tendría resultados en sobrevivir (Riquelme 2016), así como también aplican calidad en sus productos y servicios, las empresas en su mayoría se preocupan por cumplir siempre con satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes haciendo uso de los parámetro de calidad pero no desarrollan sistemas de gestión de calidad en todos los elementos incorporados en una organización. La gestión de calidad es la capacidad que tienen las empresas y su equipo operativo para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia, por ello es importante para las MYPES, en los resultados de las encuestas, para el 30% de los trabajadores es buena la capacidad que tienen con respecto a la calidad de su servicio para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia, en un 58% de los trabajadores es regular su capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar excelencia y en un 12% de trabajadores es mala su capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia. Los propietarios deben reforzar la gestión de calidad del trabajo de sus

colaboradores para que haya resultados más eficaces y generar más valor. Es muy importante señalar que todos los trabajadores encuestados no consideran la gestión de calidad como el factor fundamental en el éxito de una empresa, ya que en su mayoría los trabajadores señalaron que la atención personalizada y los precios bajos son el factor fundamental para lograr el éxito dejando en último lugar los estándares de calidad. Para concluir se debe mejorar o implementar la gestión de calidad en las empresas en su gran mayoría debido al déficit en el funcionamiento operacional especialmente en las etapas de la administración de estas empresas (planeación, organización, dirección y control).

Con respecto al Objetivo específico 2 “Identificar los Componentes de Calidad en las MYPES Hoteleras del Centro de Piura en el año 2018”, en los resultados que se muestran se evidencia que los componentes que se identifican en las empresas estudiadas son: estructura organizacional, según Mateo (2009) está dada por la jerarquía de funciones, en la cual el 28% de los trabajadores señalan que la jerarquía de funciones si permite el logro de los objetivos en la organización ya que es la manera en que los propietarios o gerencia organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma, pero para el 72% de los trabajadores, la jerarquía de funciones no permite el logro de los objetivos en la organización, debido a que no tienen el concepto bien en claro para definir su importancia y relación con la gestión de calidad.

Otro componente es la planificación, en donde se evidencia que los trabajadores de las MYPES en un 51% si planifican las actividades de su trabajo que por consiguiente les permiten lograr los objetivos, mientras que en un 49% de los

trabajadores de las MYPES no planifican las actividades de su trabajo que le permiten lograr sus objetivos. Si bien es cierto la planificación constituye el conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado. Por lo que se concluyen que en las empresas no hay planificación en su mayoría.

Otro componente son los recursos, el 67% de los trabajadores respondieron que si se emplea recursos de calidad en la empresa donde laboran mientras que el 33% de encuestados fueron muy sinceros en responder que no se emplea recursos de calidad en los servicios que ofrece la empresa donde laboran, en donde se ve reflejado la falta de compromiso por parte de la gerencia y falta de una cultura organizacional que los identifique.

Otro componente son los procesos, se evidencia que el 28% de los trabajadores encuestados si se encuentran identificados con los procesos para transformar elementos en productos o servicios y el 72% de los encuestados no se encuentran identificados con los procesos. Estos son el conjunto de actividades que realiza el trabajador para transformar elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen sus procesos, pero no siempre se encuentran identificados como se puede demostrar y eso conlleva al mal control organizacional.

Otro componente son los procedimientos, se evidencia que el 23% de los trabajadores de las MYPES si siguen parámetros de calidad en los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio, mientras que el 77% de ellos no siguen los parámetros de calidad en sus procedimientos. En su mayoría no siguen pasos detallados de calidad que deben realizar para transformar los elementos

en los servicios de un hotel, por lo tanto, el resultado final no es un servicio de calidad.

Con respecto al Objetivo específico 3 “Establecer las Funciones de la Planeación Estratégica en las MYPES Hotelera del Centro de Piura en el año 2018”, en los resultados que se muestran se evidencia que el 36% de los propietarios conocen las funciones de la Planeación estratégica, mientras que el 64% no las conoce, este es un índice bastante mayor para considerar la falta de conocimiento en el ámbito operativo en las MYPES. Los propietarios están de acuerdo que la planeación estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos organizacionales solo en un 36%. Así también los microempresarios si han elaborado planes y estrategias en la ejecución de un plan estratégico en un 45% de las MYPES y un 55% de las MYPES no los han elaborado. Según el autor Sainz De Vicuña (2012), el plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir a largo plazo entonces ofrece el diseño y la construcción de un futuro deseado para la organización, por ello es importante que los propietarios sepan con claridad para que sirve el planeamiento y la importancia de su aplicación. Se determina que los propietarios si han elaborado un plan de trabajo, pero carecen de los conocimientos pertinentes para efectuarlo con eficiencia, motivo por el cual se ha dificultado la puesta en marcha de este plan. Existe una gran carencia de gestión operativa y falta de planificación a fondo, los administradores no toman conciencia pero dicen que llegan a cumplir sus objetivos de cualquier forma, no tienen un buen direccionamiento que les sirva como guía para el encaminamiento del logro de sus propósitos y la falta de compromiso, pues el personal poco se encuentra identificado

con la misión y visión que ha definido la empresa y no se analiza con frecuencia la situación interna de la empresa para conocer sus debilidades. La gran mayoría de los propietarios (73%) está de acuerdo que el planeamiento estratégico ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para las empresas y velar por la estructura de las organizaciones es una función que consideran importante en la planeación estratégica.

Con respecto al Objetivo específico 4 “Conocer los Objetivos Estratégicos de las MYPES Hotelera del Centro de Piura en el año 2018”, en los resultados que se muestran se evidencian que el 36% de los propietarios poco cumplen sus objetivos estratégicos en base a las estrategias que emplean, así se muestra que el 45% de los propietarios cumplen a veces los objetivos estratégicos en base a las estrategias que ellos emplean y el 19% de los propietarios cumple mucho sus objetivos estratégicos en base a las estrategias que emplean. Para conocer los objetivos estratégicos de las MYPES en primer lugar se debe realizar un diagnóstico de la empresa conociendo su entorno interno y externa, a través del análisis FODA, aquí es donde radica la importancia de la Matriz DAFO como elemento necesario para conocer su situación real, para diagnosticar y detectar el problema general. Su confección nos permite buscar y analizar, de forma proactiva y sistemática, todas las variables que intervienen en el negocio, con el fin de tener más y mejor información al momento de tomar decisiones (Díaz y Matamoros, 2011). Estas estrategias conllevan a la realización de los objetivos y lo indispensable en el plan estratégico es plasmar la misión, visión, valores, políticas y metas que definan la organización. Las estrategias que se establecen son denominadas estrategias Ofensivas, Defensivas, de

Supervivencia y de Reordenamiento que son una mezcla de elementos o factores internos y externos, necesarias para cumplir con los objetivos estratégicos.

Se detectó que las empresas si evalúan las fortalezas y amenazas que se detectan en el entorno de las organizaciones en un 64% de los encuestados y en un 36% de los encuestados no las evalúa, así también las empresas detectaron fortalezas y oportunidades en su entorno en un 73% de los encuestados y no detectaron fortalezas y oportunidades en un 27% de los encuestados, con respecto a las debilidades y amenazas del entorno el 64% de las empresas si contrarrestan estos elementos mientras que en un 36% de las empresas no lo hace y por último se tiene la frecuencia de las empresas en analizar las debilidades y oportunidades en su entorno, en donde el 18% de las MYPES analiza estos elementos con mucha frecuencia, el 55% de las MYPES lo hace de manera regular y el 27% de las MYPES poco analizan estos elementos. Con estos resultados se concluye que las MYPES hoteleras de Piura analizan el entorno de sus organizaciones en su mayoría, ya que se ven afectados por estos factores de una u otra manera sobretodo factores externos como político y gubernamental con las nuevas leyes que crea el gobierno en donde les afecta su economía, lo que se ve reflejado en la realidad entre otros factores como competencia, mercado, incremento del turismo, etc.

Las organizaciones se encuentran informados enfocándose en las amenazas y oportunidades que deben enfrentar y aprovechar. Y las empresas que no analizan estos factores que son pocas se debe a que no cuentan con una estructura jerarquizada y personal idóneo que administre la actividad económica ya que los dueños son personas con mínimo grado de instrucción que llegan a hacer empresa en

la localidad lo cual lo hacen por necesidad y no por oportunidad. Para concluir el 55% de las MYPES trabajan en conjunto con todas las áreas relacionadas de su organización para lograr los objetivos que los llevara a cumplir con su visión.

Con respecto al Objetivo General, el presente trabajo tiene como objetivo general “Identificar las Características que tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES rubro Hotelero del Centro de Piura, año 2018”, con el fin de que proporcione un marco de formación y desarrollo a través de estrategias que funcionen como herramienta de alternativa eficaz para conducir al éxito a las organizaciones, enfrentando estrictamente a la alta competencia, con un enfoque al cliente (gestión de calidad) y un enfoque a objetivos (planeamiento estratégico) de la mano con la mejora continua que conlleven al desarrollo sostenible en las MYPES rubro hotelero.

De acuerdo con el análisis de los resultados adquiridos a través del instrumento de recolección de datos, se han identificado las características de Gestión de calidad y Planeamiento estratégico en las MYPES hoteleras del centro de Piura, los cuales muestran que las empresas MYPES hoteleras si aplican calidad en sus servicios y planean sus metas y estrategias para llegar a sus objetivos mensualmente, pero se ha detectado que el gran problema que afrontan las MYPES en relación a las variables de estudio, es la falta de conocimiento para aplicar gestión administrativa, hay una falta de compromiso e identificación por parte del mando y el personal con su misión, visión, estrategias y objetivos de la organización, poco análisis del entorno, falta de planes estratégicos, carencia de desarrollo de sistemas de gestión de calidad como falta de políticas y estándares de calidad. Así como las

deficiencias en el funcionamiento que se encuentran ligados a factores internos y externos de la organización que la impactan negativamente, tales como: deficiencias en el proceso administrativo, no hay certificaciones de calidad, no hay control, falta de capacitación, utilización de una administración empírica y falta de adaptación al cambio. No obstante, es preciso señalar otro factor problemático que impacta a las organizaciones que es la competencia que crece a un ritmo acelerado y constante, cada vez el mercado se vuelve más exigente acaparando más opciones de compra renovados con estrategias eficaces que permiten obtener ventajas competitivas que generar la diferenciación. Aquellas líneas arriba mencionadas son los factores problemáticos primordiales que caracterizan a las MYPES. Para concluir generalizando existe una gran ineficiencia en cultura organizacional y la carencia de microempresarios con una formación profesional y sistemática.

VI. CONCLUSIONES

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.

Con relación al segundo objetivo específico, se identificaron los componentes de calidad en las MYPES hoteleras del centro de Piura, año 2018, las cuales se muestran que son: estructura organizacional, planificación de las actividades, recursos, procesos y procedimientos, siendo los que se aplican por los trabajadores para lograr la calidad.

Con relación al tercer objetivo específico, se identificaron las funciones de la planeación estratégica en las MYPES hotelera del centro de Piura, año 2018, de las cuales se llegó a mostrar que no todos los propietarios han elaborado los planes y estrategias que se determinó en la ejecución de un plan estratégico. Así, la gran mayoría está de acuerdo que el planeamiento estratégico ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para las empresas y velar por la estructura de las organizaciones es una función que consideran importante en la planeación estratégica.

Con relación al cuarto objetivo específico, se conocieron los objetivos estratégicos de las MYPES hotelera del centro de Piura, año 2018 los cuales están dadas por las estrategias ofensivas, defensivas, de supervivencia y de reordenamiento, concluyendo que los propietarios si analizan el entorno de sus empresas en su mayoría.

RECOMENDACIONES

Se recomienda tomar conciencia en los temas de gestión operativa para que poseen más conocimientos y habilidades en su trabajo, también se recomienda a los propietarios asistir a programas de asesorías empresariales y realizar reuniones con todos los miembros de su organización para evaluar el desempeño y tomar medidas de control para aumentar la productividad del personal.

Proponer la implementación de un sistema de gestión de calidad en las MYPES con base a la norma ISO 9001, como estrategia que va a permitir mejorar el servicio para que no haya deficiencias por parte de los trabajadores, contando con buenos indicadores que puedan medir la calidad, cumpliendo con estándares, políticas de calidad que cubran netamente las necesidades de los clientes.

Capacitar y motivar al talento humano, con la finalidad de que exista pleno conocimiento y puedan efectuar mejor su trabajo, ya que es el recurso más importante que poseen las empresas.

Aprovechar las oportunidades que se presentan en el sector hotelero a través del turismo con el propósito de mantener un posicionamiento en el mercado y captar potenciales clientes al mismo tiempo ofrecer servicios de diferenciación que permitan el progreso y desarrollo económico y empresarial de las MYPES

Referencias Bibliográficas

Agurto (2014) *Sistemas de gestión de calidad del área de recursos humanos de la empresa ADEM EIRL*. Tesis, UDEP Piura

Aquino (2015 - 2016) *Plan estratégico para el hotel – Suites Costa de oro del Cantón Salinas*. Tesis Universidad estatal Península de Santa Helena

Berbas, B (2008) *Sistema de Gestión de Calidad*. Centro de Tesis, Documentos, Publicaciones y Recursos Educativos más amplio de la Red. Blog Institucional

Bloguia, S.L. (11 de febrero del 2011). *Evolución Hotelera*. España: Blogs Blogia.Evolucionhotelera.blogia.com.

Castillo (2016) *MYPES, un mercado potencial para mas productos financieros*. Gestiona Perú. El Comercio.pe.

CENTRUM Católica (2015) *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES)*. Perú: Estudio CENTRUM Católica.

Chinchallan (2015) *Diseño de gestión de calidad basado en los requisitos de la norma ISO 9001:2008 para la asociación de pescadores artesanales playa Blanca – Sechura*. Tesis, UNP. Piura

Culque, M.A (2011) *Análisis de las MYPES*. Estadísticas. Perú: Dirección General de las MYPES y Corporativas. MTPE, Ministerio de la Producción y CODEMYPE.

Díaz O y Matamoros H (2011) *El análisis DAFO y los objetivos estratégicos*, en Contribuciones a la Economía. en <http://www.eumed.net/ce/2011a/ç>

DIRCETUR (2015) *Relación Hoteles de Piura categorizados*. Dirección de Comercio Exterior y Turismo.

Fasaby (2014) *Formulación de un plan estratégico turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomenta su desarrollo turístico sostenible*. Investigación, Universidad Mayor de San Marcos. Lima

Flores (2014) *Diseño y desarrollo del Sistema de Gestión de calidad según la norma ISO 9001:2008 para mejorar las actividades de los servicios administrativos que ofrece la empresa Consolidated Group del Perú S.A.C*. Tesis, UPAO, Trujillo

Foro Económico Mundial (2012) *Indicadores sobre el Turismo en América Latina*. Republica Dominicana.FEM. Blog de WordPress.com.

Friedman (2007) *Planeación Estratégica*. Obtenido de

Wikipedia.com, La Enciclopedia Libre: <https://es.wikipedia.org/wiki/Planificacionestrategica>

Gobierno Regional Piura (2008) *Instrumentos de gestión*. Tutorial Piura.

Goicochea (2015) *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de boulevard gastronómico del distrito de Villa María del triunfo*. Lima, 2015. Tesis, ULADECH. Cañete

Guadalupe (2014) *Plan estratégico para el restaurante Luna bruja-*. Investigación, Instituto tecnológico de la Paz. México

Hernández. R (2012) *Metodología de la Investigación*. Quinta edición. México. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
www.FreeLibros.com

Herrera (2011) *ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LAS MYPEs y PYMEs*. Revista de Investigación UNMSM. Vol. 18 N.º 35 pp. 69-89. UNMSM, Lima, Perú. revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/3706/297

Herrera (2008) *Diseño de una Gestión de la calidad para una microempresa*. Tesis, Universidad de Veracruz, México.

Jaramillo (2015) *Propuesta de un plan estratégico de turismo para el distrito de Canchaque – Piura 2015*. Investigación, UNP. Piura

Jiménez (2011) ISO 9001. *Pymes y Calidad 2.0*.

Blog. Pymesycalidad20.com JLL Blog Inmobiliario (2016). *Un viaje en el tiempo: Evolución de la industria hotelera*. España.

Joubert (2015) *Los Sistemas de Gestión de Calidad en el sector Hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*. Tesis, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal. Argentina

Lizarzaburu, E.R. (2016). *La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. Colombia: Revista Universidad Y Empresa 18(30), editorial @erosario.edu.com

Manrique (2014) *Características de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las micro y pequeñas empresas piladoras de arroz en*

Lambayeque 2015. Biblioteca virtual ULADECH. Libros, Tesis y Revistas digitales por carrera. <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

Masías y Prado (2016) *Plan estratégico de una empresa comercial*. Investigación, UDEP. Piura

Marchan (2015) *Gestión de calidad y Merchandising en las MYPES rubro imprenta, Talara*. Tesis, ULADECH, Piura

Mateo (2009) *Sistemas de Gestión de Calidad*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

Mendoza (2014) *Diseño del Plan estratégico 2013 – 2017 de la empresa Patricia Ramírez*. Investigación, Universidad de Cartagena, Colombia

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). *Texto de enlace PERTUR*. mincetur.gob.pe

Muñiz; Zunino; Le Herón; Lewis; Hayward; Tamasy y Stringer. (2010). *Marco conceptual de la economía global*. Centro de AAG para la educación global de la geografía. Texas, EE. UU Disponible en <http://globalgeography.aag.org>.

Pachas y Vílchez (2015) *Planeamiento estratégico de la industria hotelera para el turismo receptivo*. Investigación, Universidad Católica del Perú y Master in Bussiness Managgement.

Pantigoso (2015) *Las pymes en el Perú: Impulsando el crecimiento económico. Perspectivas*. EY Perú.

Piñeiro, L.L; Moreno, M.C y Pantoja, R.S. (2016) *Pymes Colombia*. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 82, 2017, pp. 1-31.EAN. Universidad Colombia. revistas@universidadean.edu.com

Piura PRODUCE (2012) *Sector Hotelero en la región Piura*. Editorial

Rivas (2014) *Planeamiento estratégico y competitividad en las MYPES de servicio, rubro restaurantes – la Providencia. Piura, 2014*. Investigación. ULADECH. Piura

Rivera, L. (2016) *Planeación Estratégica en Hoteles*. México: Power People seminarios. <http://www.powerpeople.mx>

Rosas (2016) *Planeamiento estratégico y su repercusión en su gestión empresarial sector Turismo en la región Puno*. Investigación, Universidad Andina. Puno

Rodríguez (2011). *Evolución histórica del turismo*. Recuperado de Revista Vinculando: http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/_evolucion_historica_del_turismo.html

Sainz De Vicuña (2012) *Modelo de Gestión Estratégica*, Gestión Empresarial

Sánchez, E. O. (2010-2012) *Metodología de la Investigación Científica*. Tesis digitales UNMSM. http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Empre/b edoya_se/cap3.pdf

Sánchez, Jiménez y Martínez (2007) *Factores que limitan el crecimiento en las micro y pequeñas empresas en el Perú*. CENTRUM Católica

Santoma (2007) Aspectos de gestión en la calidad servicio. *Una aplicación de concept Mapping al caso de las cadenas hoteleras en España*. Universidad Ramón Llull. Tesis, España

Valencia (2012) *Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008 en una pyme de confección de ropa industrial en el Perú, con énfasis en producción*. Tesis, Universidad Nacional mayo de San Marcos, Lima.

ANEXOS

Presupuesto

(Expresado en Nuevos Soles)

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
I. Bienes de consumo				
Lapicero	1	Und	1.50	1.50
Lápiz	1	Und	0.60	0.60
Cuaderno	1	Und	6.00	6.00
Tinta de impresora	3	Und	15.00	45.00
Ucv	1	Und	35.00	35.00
Hojas Dina A4	1	Millar	4.00	4.00
Empastado	1	Und	20.00	20.00
Archivador	1	Und	12.50	12.50
II. Servicios				
Impresiones	120	Und	0.10	120.00
Fotocopias	50	Und	0.10	50.00
Internet	1440	Horas	1.00	1,440
Pasajes	360	Soles	10.00	360.00
Anillado	1	Und	15.00	15.00
Curso Asesoría	24	Horas	375.00	1,650
TOTAL				S/. 3,759.6

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Nº Orden	Actividad	SEMANA															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Título de la Investigación	X															
2.	Planteamiento del Problema		X														
3.	Acopio Bibliografía		X	X													
4.	Selección Bibliografía			X	X												
5.	Metodología de la Investigación				X	X											
6.	Técnicas e Instrumentos					X	X										
7.	Técnicas para procesamiento					X	X										
8.	Elaboración de Matriz de Consistencia						X	X									
9.	Redacción Ante proyecto							X									
10.	Elaboración de Instrumentos de recolección							X	X								
11.	Revisión y Aprobación del Proyecto de Investigación por el Jurado								X	X							
12.	Encuesta									X	X						
13.	Codificación										X	X					
14.	Tabulación											X	X				
15.	Análisis e Interpretación de Datos												X	X			
16.	Redacción Preliminar del Informe Final														X		
17.	Presentación de tesis para su Aprobación															X	X
18.	Sustentación																X

Matriz Indicador pregunta

(Cuestionario)

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	PREGUNTA	ESCALA		FUENTE	
Gestión de Calidad	Características	Datos Demográficos	Genero Edad Cargo en la empresa Tiempo en el negocio	Ordinal		Trabajador	
		Giro de Negocio	Hotel: Una estrella Dos estrellas	Ordinal		Trabajador	
		Tipo de Empresa	Natural Jurídica: EIRL SRL SAC SAA	Ordinal		Trabajador	
		Preguntas De Gestión de Calidad	Importancia				
			¿Considera que es importante la Gestión de Calidad en la empresa?	Si - No	Nominal	Trabajador	
			¿Aplica calidad en los productos y servicios de la empresa?	Si - No	Nominal	Trabajador	

Gestión de Calidad	Características	Preguntas de Gestión de Calidad	¿Su capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia es?	Buena Regular Mala Deficiente	Ordinal	Trabajador
			¿Cumple con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes haciendo uso de los parámetros de calidad?	Siempre En ocasiones Poco No cumple	Ordinal	Trabajador
			La empresa desarrolla Sistemas de Gestión de Calidad en:	Recursos Procesos Productos Todos los elementos	Ordinal	Trabajador
			¿Cuál cree usted que es el factor fundamental de rendimiento en el éxito de una empresa?	Atención personalizada Precios bajos y accesibles Estándares de Calidad en productos y servicios	Ordinal	Trabajador
			¿Usted cree que se debe mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad?	Si – No	Nominal	Trabajador

Gestión de Calidad	Características	Preguntas de Gestión de Calidad	Componentes de Calidad			
			¿La jerarquía de funciones permite el logro de objetivos en la organización?	Si – No	Nominal	Trabajador
			¿Ud planifica las actividades para lograr los objetivos?	Si – No	Nominal	Trabajador
			¿Los recursos que emplea la empresa son de calidad?	Si – No	Nominal	Trabajador
			¿Se encuentra identificado con los procesos para transformar elementos en productos o servicios?	Si – No	Nominal	Trabajador
			¿Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetro de calidad?	Si – No	Nominal	Trabajador
			¿Con que frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar	Siempre En ocasiones Poco Nunca	Ordinal	Trabajador
			¿Cuáles son las deficiencias más frecuentes que se dan en el hotel donde labora?	Mala atención Demoras en el servicio Mal estado de los insumos Falta de servicio Infraestructura	Ordinal	Trabajador

		Funciones				
Planeamiento Estratégico	Características	Preguntas de Planeamiento Estratégico	¿Conoce las funciones de la Planeación Estratégica?	Si – No	Nominal	Propietario
			¿Considera usted que la planificación Estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos organizacionales?	Totalmente de acuerdo No siempre Desacuerdo	Ordinal	Propietario
			¿Ha elaborado los planes y las estrategias en la ejecución de un plan estratégico en su empresa?	Si – No	Nominal	Propietario
			¿Se encuentra identificados con la Misión y Visión que se ha definido?	Poco Mucho Nada	Ordinal	Propietario
			¿Con que frecuencia analiza la situación de su empresa para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos, etc?	Mucha frecuencia Poca frecuencia	Ordinal	Propietario

Planeamiento Estratégico	Características	Preguntas de Planeamiento Estratégico	¿Está de acuerdo que la Planeación Estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para su empresa?	De acuerdo Desacuerdo	Ordinal	Propietario
			¿El velar por la estructura de la empresa es una función que usted considera importante en la Planeación Estratégica?	Si - No	Nominal	Propietario
			Objetivos Estratégicos			
			¿Evalúa las fortalezas y amenazas que se encuentran en el entorno de su organización?	Si - No	Nominal	Propietario
			¿Ha detectado fortalezas y oportunidades en el entorno de su organización?	Si - No	Nominal	Propietario
			¿Contrarresta las debilidades y amenazas del entorno de su organización para subsistir en el mercado?	Si - No	Nominal	Propietario
			¿Con que frecuencia usted analiza las debilidades y oportunidades en el entorno de su organización?	Mucho Regular Poco	Nominal	Propietario

Planeamiento Estratégico	Características	Preguntas de Planeamiento Estratégico	¿Usted y su equipo trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos?	Si – No	Nominal	Propietario
			¿Con las estrategias que usted emplea se llegan a cumplir los objetivos estratégicos?	Poco A veces Mucho	Ordinal	Propietario
			¿Se tiene una estrategia de venta clara y definida que conlleve al logro de la Visión?	Si – No	Nominal	Propietario

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL TRABAJADOR



¡Buenos días!, me encuentro realizando un trabajo de investigación académico, con el fin de conocer las características de las MYPES rubro hotelero de Piura con respecto al tema Gestión de Calidad.

Por ello acudo a Ud con el fin de que pueda responder brevemente las preguntas sencillas que a continuación le mostrare, marcando un aspa(X) la respuesta que Ud considere más conveniente.

Su participación es muy valiosa y confidencial. Le agradezco mucho por ello.

Datos Demográficos:

Genero _____ Edad _____ Cargo en la empresa _____

Años en el Negocio _____

Giro del Negocio: Hotel

_____ Hotel de una estrella

_____ Hotel de dos estrellas

GESTIÓN DE CALIDAD

Importancia

1.- ¿Considera que es importante la Gestión de Calidad en la empresa?

Si _____

No _____

2.- ¿Aplica calidad en los productos y servicios de la empresa?

Si _____

No _____

3.- ¿Su capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia es?

Buena _____

Regular _____

Mala _____

Deficiente _____

4.- ¿Cumple con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes haciendo uso de los parámetros de calidad?

Siempre _____

En ocasiones _____

Poco _____

No cumple _____

5.- ¿La empresa desarrolla Sistemas de Gestión de Calidad en?

Recursos _____

Procesos _____

Productos _____

Todos los elementos _____

6.- ¿Cuál cree usted que es el factor fundamental de rendimiento en el éxito de una empresa?

Atención personalizada _____

Precios bajos y accesibles _____

Estándares de calidad en productos y servicios _____

7.- ¿Usted cree que se debe mejorar o implementar la Gestión de Calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad?

Sí _____

No _____

Componentes de Gestión de Calidad

8.- ¿La jerarquía de funciones permite el logro de objetivos en la organización?

Si _____

No _____

9.- ¿Usted planifica las actividades de su trabajo que le permiten lograr los objetivos?

Si _____

No _____

10.- ¿Los recursos que emplea la empresa son de calidad?

Si _____

No _____

11.- ¿Usted se encuentra identificado con los procesos para transformar elementos en productos o servicios?

Si _____

No _____

12.- ¿Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad?

Si _____

No _____

13.- ¿Con que frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar?

Siempre _____

En ocasiones _____

Poco _____

Nunca _____

14.- ¿Cuáles son las deficiencias más frecuentes que se dan en el hotel donde labora?

Mala atención _____

Demoras en el servicio _____

Mal estado de los insumos _____

Infraestructura inadecuada _____

Falta de servicios personalizados _____

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL PROPIETARIO



¡Buenos días!, me encuentro realizando un trabajo de investigación académico, con el fin de conocer las características de las MYPES rubro hotelero de Piura con respecto al tema Planeamiento Estratégico.

Por ello acudo a Ud con el fin de que pueda responder brevemente las preguntas sencillas que a continuación le mostrare, marcando un aspa(X) la respuesta que Ud considere más conveniente.

Su participación es muy valiosa y confidencial. Le agradezco mucho por ello.

Datos Demográficos:

Genero _____ Edad _____ Años en el Negocio _____

Giro del Negocio: Hotel

_____ Hotel de una estrella

_____ Hotel de dos estrellas

Tipo de Empresa:

Natural _____

Jurídica: EIRL _____ SRL _____ SAC _____ SAA _____

Número de trabajadores: _____

Tiempo del Negocio: _____

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Funciones

1.- ¿Conoce las funciones de la Planeación Estratégica?

Sí _____

No _____

2.- ¿Considera usted que la Planificación Estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos organizacionales?

Totalmente de acuerdo _____

No siempre _____

Desacuerdo _____

3._.- ¿Ha elaborado los planes y las estrategias en la ejecución de un plan estratégico en su empresa?

Si _____ No _____

4.- ¿Usted y su equipo se encuentran identificado con la Misión y Visión que ha definido la empresa?

Poco _____ Mucho _____ Nada _____

5._ ¿Con que frecuencia analiza la situación de su empresa para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos, etc.?

Mucha frecuencia _____ Poca frecuencia _____

6.- ¿Está de acuerdo que la Planeación Estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para la empresa?

De acuerdo _____ Desacuerdo _____

7.- ¿El velar por la estructura de la empresa es una función que usted considera importante en la Planeación Estratégica?

Sí _____ No _____

Objetivos Estratégicos

8._ ¿Evalúa las fortalezas y amenazas que se detectan en el entorno de su organización?

Si _____ No _____

9.- ¿Ha detectado fortalezas y oportunidades en el entorno de su organización?

Si _____ No _____

10.- ¿Contrarresta las debilidades y amenazas del entorno de su organización para subsistir en el mercado?

Si _____ No _____

11.- ¿Con que frecuencia analiza las debilidades y oportunidades en el entorno de su organización?

Mucho _____ Regular _____ Poco _____

12.- ¿Usted y su empresa trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos organizacionales?

Si _____ No _____

13.- ¿Con las estrategias que emplea se llegan a cumplir los objetivos estratégicos?

Poco _____ A veces _____ Mucho _____

14.- ¿Se tiene una estrategia de venta clara y definida que conlleve al logro de la visión?

Si _____ No _____

LIBRO DE CÓDIGOS - PROPIETARIOS

AUTORA: LESLIE MELISA GARRIDO CALLE

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO		MEDICIÓN	ENCUESTADOS											Sumatoria	TOTAL	Sumas %	TOTAL%
Nº	PREGUNTA		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11				
1	¿Conoce las funciones de la Planeación Estratégica?	Nominal	1	1	1	1	1							4	11	36%	100%
			2				2	2	2	2	2	2	2	2		7	
2	¿Considera usted que la planificación Estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos organizacionales?	Ordinal	3	1	1	1	1							4	11	36%	100%
			4				2	2	2	2	2			5		46%	
			5									3	3	2		18%	
3	¿Ha elaborado los planes y las estrategias en la ejecución de un plan estratégico en su empresa?	Nominal	1	1	1	1	1	1						5	11	45%	100%
			2					2	2	2	2	2	2	2		6	
4	¿Se encuentran identificados con la Misión y Visión que se ha definido?	Ordinal	6	1	1	1	1							4	11	36%	100%
			7				2	2	2	2	2			5		46%	
			8									3	3	2		18%	
5	¿Con que frecuencia analiza la situación de la empresa para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos, etc?	Ordinal	9	1	1	1	1	1						5	11	45%	100%
			10					2	2	2	2	2	2	2		6	
6	¿Está de acuerdo que la Planeación Estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para su empresa?	Ordinal	11	1	1	1	1	1	1	1	1			8	11	73%	100%
			5								2	2	2	3		27%	
7	¿El velar por la estructura de la empresa es una función que usted considera importante en la Planeación Estratégica?	Nominal	1	1	1	1	1	1	1					6	11	55%	100%
			2						2	2	2	2	2	5		45%	
8	¿Evalúa las fortalezas y amenazas que se encuentran en el entorno de su organización?	Nominal	1	1	1	1	1	1	1	1				7	11	64%	100%
			2							2	2	2	2	4		36%	
9	¿Ha detectado fortalezas y oportunidades en el entorno de su organización?	Nominal	1	1	1	1	1	1	1	1	1			8	11	73%	100%
			2								2	2	2	3		27%	
10	¿Contrarresta las debilidades y amenazas del entorno de su organización para subsistir en el mercado?	Nominal	1	1	1	1	1	1	1	1				7	11	64%	100%
			2							2	2	2	2	4		36%	
11	¿Con que frecuencia usted analiza las debilidades y oportunidades en el entorno de su organización?	Ordinal	7	1	1									2	11	18%	100%
			12			2	2	2	2	2	2			6		55%	
			6								3	3	3	3		27%	
12	Usted y su equipo trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos?	Nominal	1	1	1	1	1	1	1					6	11	55%	100%
			2						2	2	2	2	2	5		45%	
13	¿Con las estrategias que usted emplea se llegan a cumplir los objetivos estratégicos?	Ordinal	6	1	1	1	1							4	11	36%	100%
			13				2	2	2	2	2			5		45%	
			7									3	3	2		19%	
14	¿Se tiene una estrategia de venta clara y definida que conlleve al logro de la Visión?	Nominal	1	1	1	1	1	1	1	1				8	11	73%	100%
			2								2	2	2	3		27%	

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MANUEL GERARDO MERINO HINOJOSA, identificado con DNI
02659237, MAGÍSTER EN
CIENCIAS POLÍTICAS - LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación

el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO,

elaborado por **Leslie Melisa Garrido Calle**, a los efectos de su aplicación a los

elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

**"CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO
EN LA MYPES HOTELERAS DEL CENTRO DE PIURA EN EL AÑO 2018"**, que se encuentra
realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus
resultados.

Piura, 14 de febrero 2018



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAD 05862

VALIDACIÓN

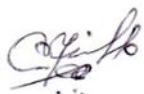
Ítems relacionados con Gestión de Calidad y Planeamiento Estratégico (VARIABLES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto? SI () NO (x)
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	1. ¿Considera que es importante la Gestión de Calidad en su empresa?	X			X		X
2. ¿Aplica calidad en los productos y servicios de su empresa?	X			X		X	No
3. ¿La capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia es?	X			X		X	No
4. ¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes haciendo uso de los parámetros de calidad?	X			X		X	No
5. La empresa desarrolla Sistemas de Gestión de Calidad en	X			X		X	No
6. ¿Cuál cree usted que es el factor fundamental en el éxito de una empresa?	X			X		X	No
7. ¿Usted cree que se debe mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad?	X			X		X	No
8. ¿La jerarquía de funciones permite el logro de objetivos en la organización?	X			X		X	No
9. ¿La empresa planifica las actividades que le permiten lograr los objetivos?	X			X		X	No
10. ¿Los recursos que se emplean son de calidad?	X			X		X	No


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Moreno Hinojosa
 CLAD 05862

11. ¿La empresa se encuentra identificada con los procesos para transformar elementos en productos o servicios?	X			X		X	ND
12. ¿Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad?	X			X		X	ND
13. ¿Con que frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar?	X			X		X	ND
14. ¿Cuáles son las deficiencias más frecuentes que se dan en el hotel?	X			X		X	ND
15. ¿Conoce las funciones de la Planeación Estratégica?	X			X		X	ND
16. ¿Considera usted que la Planificación Estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos organizacionales?	X			X		X	ND
17. ¿Se han elaborado los planes y las estrategias en la ejecución de un plan estratégico en su empresa?	X			X		X	ND
18. ¿El personal se encuentra identificado con la Misión y Visión que ha definido la empresa?	X			X		X	ND
19. ¿Con que frecuencia analiza la situación de la empresa para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos, etc.?	X			X		X	ND
20. ¿Está de acuerdo que la Planeación Estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para la empresa?	X			X		X	ND


Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Rinostraza
CLAD 05862

21. ¿El velar por la estructura de la empresa es una función que usted considera importante en la Planeación Estratégica?	X			X		X	No
22. ¿La empresa evalúa las fortalezas y amenazas que se detectan en el entorno de la organización?	X			X		X	No
23. ¿La empresa ha detectado fortalezas y oportunidades en el entorno de la organización?	X			X		X	No
24.- ¿La empresa contrarresta las debilidades y amenazas del entorno de la organización para subsistir en el mercado?	X			X		X	No
25.- ¿Con que frecuencia la empresa analiza las debilidades y oportunidades en el entorno de la organización?	X			X		X	No
26.- ¿Todas las áreas de la organización trabajan en conjunto y están estrechamente relacionados para lograr los objetivos organizacionales?	X			X		X	No
27.- ¿Con las estrategias que se emplean se llegan a cumplir los objetivos estratégicos?	X			X		X	No
28.- ¿Se tiene una estrategia de venta clara y definida que conlleve al logro de la visión?	X			X		X	No



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Menno Rinosroza
CLAD 05862

¡Gracias por su colaboración!



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostraza
CLAD 05862

¡Gracias por

Yo, Carlos Ginocchio Vega, identificado con DNI
02867439, MAGÍSTER EN
ADM. y DIRCC. SUP.:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación
el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO

elaborado por **Leslie Melisa Garrido Calle**, a los efectos de su aplicación a los
elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:
"CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO
EN LA MYPES HOTELERAS DEL CENTRO DE PIURA EN EL AÑO 2018", que se encuentra
realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus
resultados.

Piura, 14 de febrero 2018

Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg
CLAD 0688

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con Gestión de Calidad y Planeamiento Estratégico (VARIABLES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto? SI () NO ()
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	1. ¿Considera que es importante la Gestión de Calidad en su empresa?	/			/		/
2. ¿Aplica calidad en los productos y servicios de su empresa?	/			/		/	NO
3. ¿La capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia es?	/			/		/	NO
4. ¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes haciendo uso de los parámetros de calidad?	/			/		/	NO
5. La empresa desarrolla Sistemas de Gestión de Calidad en	/			/		/	NO
6. ¿Cuál cree usted que es el factor fundamental en el éxito de una empresa?	/			/		/	NO
7. ¿Usted cree que se debe mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad?	/			/		/	NO
8. ¿La jerarquía de funciones permite el logro de objetivos en la organización?	/			/		/	NO
9. ¿La empresa planifica las actividades que le permiten lograr los objetivos?	/			/		/	NO
10. ¿Los recursos que se emplean son de calidad?	/			/		/	NO


 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg
 CLAD. 0688

11. ¿La empresa se encuentra identificada con los procesos para transformar elementos en productos o servicios?	/		/	/	no
12. ¿Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad?	/		/	/	no
13. ¿Con que frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar?	/		/	/	no
14. ¿Cuáles son las deficiencias más frecuentes que se dan en el hotel?	/		/	/	no
15. ¿Conoce las funciones de la Planeación Estratégica?	/		/	/	no
16. ¿Considera usted que la Planificación Estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos organizacionales?	/		/	/	no
17. ¿Se han elaborado los planes y las estrategias en la ejecución de un plan estratégico en su empresa?	/		/	/	no
18. ¿El personal se encuentra identificado con la Misión y Visión que ha definido la empresa?	/		/	/	no
19. ¿Con que frecuencia analiza la situación de la empresa para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos, etc.?	/		/	/	no
20. ¿Está de acuerdo que la Planeación Estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para la empresa?	/		/	/	no


 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg
 CLAD. 0888

21. ¿El velar por la estructura de la empresa es una función que usted considera importante en la Planeación Estratégica?	/		/	/	no
22. ¿La empresa evalúa las fortalezas y amenazas que se detectan en el entorno de la organización?	/		/	/	no
23. ¿La empresa ha detectado fortalezas y oportunidades en el entorno de la organización?	/		/	/	no
24.- ¿La empresa contrarresta las debilidades y amenazas del entorno de la organización para subsistir en el mercado?	/		/	/	no
25.- ¿Con que frecuencia la empresa analiza las debilidades y oportunidades en el entorno de la organización?	/		/	/	no
26.- ¿Todas las áreas de la organización trabajan en conjunto y están estrechamente relacionados para lograr los objetivos organizacionales?	/		/	/	no
27.- ¿Con las estrategias que se emplean se llegan a cumplir los objetivos estratégicos?	/		/	/	no
28.- ¿Se tiene una estrategia de venta clara y definida que conlleve al logro de la visión?	/		/	/	no


 Lic. Adm. Carlos M. Ghocchie Vet.
 CLAD. 0688

¡Gracias por su colaboración!

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVAN ARTURO GUZMAN CASTRO, identificado con DNI

07727308, MAGÍSTER EN

DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación

el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO,

elaborado por **Leslie Melisa Garrido Calle**, a los efectos de su aplicación a los

elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

"CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

EN LA MYPES HOTELERAS DEL CENTRO DE PIURA EN EL AÑO 2018", que se encuentra

realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en

cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus

resultados.

Piura, 14 de febrero 2018



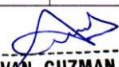
Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

VALIDACIÓN


Ítems relacionados con Gestión de Calidad y Planeamiento Estratégico (VARIABLES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto? SI () NO (x)
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	1. ¿Considera que es importante la Gestión de Calidad en su empresa?	x			x		
2. ¿Aplica calidad en los productos y servicios de su empresa?	x			x		x	x
3. ¿La capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia es?	x			x		x	x
4. ¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes haciendo uso de los parámetros de calidad?	x			x		x	x
5. La empresa desarrolla Sistemas de Gestión de Calidad en	x			x		x	x
6. ¿Cuál cree usted que es el factor fundamental en el éxito de una empresa?	x			x		x	x
7. ¿Usted cree que se debe mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad?	x			x		x	x
8. ¿La jerarquía de funciones permite el logro de objetivos en la organización?	x			x		x	x
9. ¿La empresa planifica las actividades que le permiten lograr los objetivos?	x			x		x	x
10. ¿Los recursos que se emplean son de calidad?	x			x		x	x


 Ing. IVÁN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

11. ¿La empresa se encuentra identificada con los procesos para transformar elementos en productos o servicios?	X			X		X		X
12. ¿Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetros de calidad?	X			X		X		X
13. ¿Con que frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar?	X			X		X		X
14. ¿Cuáles son las deficiencias más frecuentes que se dan en el hotel?	X			X		X		X
15. ¿Conoce las funciones de la Planeación Estratégica?	X			X		X		X
16. ¿Considera usted que la Planificación Estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos organizacionales?	X			X		X		X
17. ¿Se han elaborado los planes y las estrategias en la ejecución de un plan estratégico en su empresa?	X			X		X		X
18. ¿El personal se encuentra identificado con la Misión y Visión que ha definido la empresa?	X			X		X		X
19. ¿Con que frecuencia analiza la situación de la empresa para conocer detalles, fallas, deficiencias, imprevistos, etc.?	X			X		X		X
20. ¿Está de acuerdo que la Planeación Estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para la empresa?	X			X		X		X


 Ing. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

21. ¿El velar por la estructura de la empresa es una función que usted considera importante en la Planeación Estratégica?	X			X		X	X
22. ¿La empresa evalúa las fortalezas y amenazas que se detectan en el entorno de la organización?	X			X		X	X
23. ¿La empresa ha detectado fortalezas y oportunidades en el entorno de la organización?	X			X		X	X
24.- ¿La empresa contrarresta las debilidades y amenazas del entorno de la organización para subsistir en el mercado?	X			X		X	X
25.- ¿Con que frecuencia la empresa analiza las debilidades y oportunidades en el entorno de la organización?	X			X		X	X
26.- ¿Todas las áreas de la organización trabajan en conjunto y están estrechamente relacionados para lograr los objetivos organizacionales?	X			X		X	X
27.- ¿Con las estrategias que se emplean se llegan a cumplir los objetivos estratégicos?	X			X		X	X
28.- ¿Se tiene una estrategia de venta clara y definida que conlleve al logro de la visión?	X			X		X	X


 Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

¡Gracias por su colaboración!

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS																														
Orden	Pregunta	Es pertinente con el concepto						Total	Necesita mejorar la redacción						Total	¿Es tendencioso, aquiescente?						Total	Se necesita más ítems para medir el concepto						total	Modificación de preguntas observadas
		1er Experto		2do Experto		3er Experto			1er Experto		2do Experto		3er Experto			1er Experto		2do Experto		3er Experto			1er Experto		2do Experto		3er Experto			
		si	no	si	no	si	no		si	no	si	no	si	no		si	no	si	no	si	no		si	no	si	no	si	no		
		GESTIÓN DE CAUDAL																												
1	¿Considera que es importante la Gestión de Calidad en la empresa?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
2	¿Aplica calidad en los productos y servicios de la empresa?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
3	¿Su capacidad para ofrecer mayor valor a los clientes y garantizar la excelencia es?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
4	¿Cumple con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes haciendo uso de los parámetros de calidad?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
5	La empresa desarrolla Sistemas de Gestión de Calidad	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
6	¿Cuál cree usted que es el factor fundamental de rendimiento en el éxito de una empresa?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
7	¿Usted cree que se debe mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
8	¿La jerarquía de funciones permite el logro de objetivos en la organización?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
9	¿Ud planifica las actividades para lograr los objetivos?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
10	¿Los recursos que emplea la empresa son de calidad?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
11	¿Se encuentra identificado con los procesos para transformar elementos en productos o servicios?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
12	¿Los procedimientos que se llevan a cabo para realizar un producto o servicio siguen parámetro de calidad?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
13	Con que frecuencia la empresa desarrolla procesos de planear, controlar y mejorar?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	
14	¿Cuáles son las deficiencias más frecuentes que se dan en el hotel donde labora?	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	1		1		1		3	

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO																				
15	¿Conoce las funciones de la Planeación Estratégica?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
16	¿Considera usted que la planificación Estratégica desarrolla los planes para alcanzar los objetivos organizacionales?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
17	¿Ha elaborado los planes y las estrategias en la ejecución de un planeamiento en su empresa?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
18	¿Se encuentran identificados con la Misión y Visión que se ha definido?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
19	¿Con que frecuencia analiza la situación de la empresa para conocer de detalles, fallos, deficiencias, imprevistos, etc?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
20	¿Está de acuerdo que la Planeación Estratégica ofrece un potencial de crecimiento y rentabilidad para su empresa?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
21	¿El nivel por la estructura de la empresa es una función que usted considera importante en la Planeación Estratégica?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
22	¿Evalúa las fortalezas y amenazas que se encuentran en el entorno de su organización?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
23	¿Ha detectado fortalezas y oportunidades en el entorno de su organización?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
24	¿Contrasta las debilidades y amenazas del entorno de su organización para subsistir en el mercado?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
25	¿Con que frecuencia usted analiza las debilidades y oportunidades en el entorno de su organización?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
26	Usted y su equipo trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
27	¿Con las estrategias que usted emplea se llegan a cumplir los objetivos estratégicos?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
28	¿Se tiene una estrategia de venta clara y definida que conlleva al logro de la Visión?	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3
TOTALES		28	28	28	84	28	28	28	84	28	28	28	84	28	28	28	84	28	28	84
Escala Evaluativa																				
Excelente		3																		
Buena		2																		
Deficiente		1																		
Nivel	Escala Evaluativa							28	3 = 84	84 / 28 = 3										
Es pertinente con el concepto	3	Excelente																		
Necesita mejorar la redacción	3	Excelente																		
¿Es tendencioso, aquiescente?	3	Excelente																		
Se necesita mas ítems para medir el concepto	3	Excelente																		

EVIDENCIAS DEL TRABAJO DE CAMPO

(Aplicación de encuestas a los propietarios y trabajadores de MYPES hoteleras del centro de Piura)

Foto 1



Cuestionario aplicado al propietario de Hotel Las Arenas (2 estrellas)
Ubicado en Av. Loreto n° 945

Foto 2



Cuestionario aplicado a la recepcionista del Hotel El Sol (2 estrellas)
Ubicado en Av. Sánchez cerro n° 411

Foto 3



Cuestionario aplicado a la recepcionista del Hotel El Sol (2 estrellas)
Ubicado en Av. Sánchez cerro n° 411



ANEXO N° 3 ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

FORMATO PARA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE HOTEL 1 o 2 ESTRELLAS

1.- INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:

1	Razón Social (Personería Jurídica) o Apellidos y Nombres (Persona Natural)		
2	Nombre Comercial	3	N° de RUC
4	Domicilio		
5	Dirección del Establecimiento	6	Número
7	Interior	8	Localidad
		9	Departamento
10	Provincia	11	Distrito
		12	Telefono
13	Página Web	14	e-mail
15	Representante Legal	16	Docum. Identidad: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/>

2- REQUISITOS MÍNIMOS:

<p>A- REQUISITOS MÍNIMOS DE INFRAESTRUCTURA: (Según ANEXO 1 Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE- Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA, 13/05/2014).</p> <p>N° de Pisos: <input type="text"/></p> <p>17 Ingreso de huéspedes. <input type="checkbox"/> SI</p> <p>18 Recepción y Conserjería. <input type="checkbox"/></p> <p>19 Cocina. <input type="checkbox"/></p> <p>20 Cafetería. <input type="checkbox"/></p> <p>CATEGORIA: Solo marcar la que corresponda</p> <p>2 ESTRELLAS <input type="checkbox"/></p> <p>21 N° de Habitaciones (Mínimo 20) Cantidad <input type="text"/></p> <p>- Simples, área mínima 9 m² <input type="text"/></p> <p>- Dobles, área mínima 12 m² <input type="text"/></p> <p>Adjuntar documento en el que aparezca el detalle de cada habitación y baño con sus medidas correspondientes.</p> <p>1 ESTRELLA <input type="checkbox"/></p> <p>22 N° de Habitaciones (Mínimo 20) Cantidad <input type="text"/></p> <p>- Simples, área mínima 8 m² <input type="text"/></p> <p>- Dobles, área mínima 11 m² <input type="text"/></p> <p>Adjuntar documento en el que aparezca el detalle de cada habitación y baño con sus medidas correspondientes.</p>		<p>23 Servicios higiénicos (dentro de la habitación). <input type="checkbox"/></p> <p>24 Tipo: 1 baño privado (con lavatorio, inodoro y ducha), Área mínima de 3 m² <input type="checkbox"/></p> <p>25 Closet o guardarropa (dentro de la habitación). <input type="checkbox"/></p> <p>26 Agua fría y caliente (Obligatorio para tina o ducha) <input type="checkbox"/></p> <p>27 Ascensor de uso público a partir de 4 plantas (excluyendo sótano o semisótano) <input type="checkbox"/></p> <p>28 Ambientes obligatorio solo equipo de almacenamiento de agua potable. <input type="checkbox"/></p> <p>29 Servicio higiénico de uso público (diferenciados por sexo, mínimo con 1 lavatorio y 1 inodoro). <input type="checkbox"/></p> <p>30 Servicio de teléfono para uso público. <input type="checkbox"/></p> <p>B- REQUISITOS MÍNIMOS DE EQUIPAMIENTO</p> <p>31 Internet. <input type="checkbox"/></p> <p>32 Televisor en habitación. <input type="checkbox"/></p> <p>33 Teléfono con comunicación nacional e internacional en habitación. <input type="checkbox"/></p> <p>C- REQUISITOS MÍNIMOS DE SERVICIO</p> <p>34 Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel. <input type="checkbox"/></p> <p>35 Servicio de custodia de equipaje. <input type="checkbox"/></p> <p>36 Primeros Auxilios (Botiquín). Según especificaciones técnicas del MINSa. <input type="checkbox"/></p> <p>37 Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped (El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros) <input type="checkbox"/></p>
---	--	--

En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel.

Firma Representante Legal

Fecha:



Decreto Supremo

APRUEBAN REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

N° 001 -2015-MINCETUR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR y el Reglamento de Organización y Funciones de este organismo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR, señalan que corresponde al MINCETUR, promover, orientar y regular la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible;

Que, mediante Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, se aprobó el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje, que establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje; asimismo, establece los órganos competentes en dicha materia;

Que, posteriormente, se aprobó la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, que contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, estableciendo en su artículo 27 que son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, estableciendo en el literal a) del Anexo N° 1 de la citada norma que son prestadores de servicios turísticos los que prestan servicios de hospedaje;

Que, desde la vigencia del Reglamento de Establecimiento de Hospedaje se han generado cambios en diversas normas, con carácter general, como la Ley General de Turismo y otros dispositivos en dicha materia, lo cual hace necesaria la aprobación de un reglamento que adecue el ordenamiento de establecimiento hospedaje al nuevo marco legal existente;



De conformidad con el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del Estado; la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del MINCETUR; y, la Ley N° 29408, Ley General de Turismo;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje

Apruébese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, que consta de siete (07) Capítulos, treinta y cinco (35) artículos, nueve (09) Disposiciones Complementarias Finales, cinco (05) Disposiciones Complementarias Transitorias y Cuatro anexos que forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Aprobación de Formatos y otro documentos

Autorícese al Viceministerio de Turismo a aprobar los formatos y otros documentos señalados en el presente Reglamento.

Artículo 3.- Derogación

Deróguese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, aprobado por Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, así como todas las disposiciones que se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto Supremo.

Artículo 4.- Vigencia

El presente Decreto Supremo entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

Artículo 5.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los ocho días del mes de junio del año dos mil quince.



OLLANTA HUMALA TASSO
Presidente de la República

Magali Silva
MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ
Ministra de Comercio Exterior y Turismo

REGlamento de Establecimientos de Hospedaje

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto

El presente Reglamento establece las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje; así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia.

Artículo 2.- Ámbito de aplicación

Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento, deben ser aplicadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, los Gobiernos Regionales, la Municipalidad Metropolitana de Lima y por los establecimientos de hospedaje.

Artículo 3.- Clases y Categorías de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje solicitarán al Órgano Competente, su clasificación y/o categorización, cumpliendo para tal efecto con los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecidos en los Anexos Nos. 1 al 4 del presente Reglamento, según corresponda.

Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

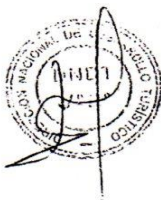
Clase	Categoría
1. Hotel	Una a cinco estrellas
2. Apart - Hotel	Tres a cinco estrellas
3. Hostal	Una a tres estrellas
4. Albergue	--

Artículo 4.- Definiciones y siglas

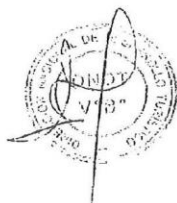
Para efectos de la aplicación del presente Reglamento, se tendrá en consideración las siguientes definiciones y siglas, conforme se señala a continuación:

4.1 Definiciones:

- Albergue:** Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines. Su ubicación y/o los intereses y actividades de sus huéspedes, determinarán la modalidad del mismo. Los Albergues deberán cumplir con los requisitos señalados en el Anexo N° 4, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- Apart-Hotel:** Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hoteles pueden ser categorizados de Tres a Cinco Estrellas, debiendo cumplir con los requisitos señalados en el Anexo N° 2, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- Cafetería:** Ambiente donde se sirve el desayuno y/o donde el huésped puede tomar otras bebidas y alimentos de fácil preparación.



- d) **Calificador de establecimientos de hospedaje:** Persona inscrita en el Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje y designada por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de MINCETUR, para emitir Informes Técnicos respecto a las solicitudes de reconocimiento oficial del estatus de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado, de acuerdo a los requisitos establecidos en el presente Reglamento.
- e) **Categoría:** Rango en estrellas establecido por este Reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimiento de hospedaje, las condiciones de funcionamiento que éstos deben ofrecer. Sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart- Hotel y Hostal.
- f) **Clase:** Identificación del establecimiento de hospedaje en función a sus características arquitectónicas de infraestructura, equipamiento y servicios que ofrece. Deberá estar de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 3 del presente Reglamento.
- g) **Contrato de Hospedaje:** Es la relación jurídica que se genera entre el huésped y el establecimiento de hospedaje, por la sola inscripción y firma en el Registro de Huéspedes, se regula por el Código Civil, las normas del propio establecimiento de hospedaje y las disposiciones contenidas en el presente Reglamento.
- Las agencias de viajes y turismo u otras personas naturales y jurídicas que pudieran intermediar en la contratación de los servicios de alojamiento, no son parte del contrato de hospedaje referido en el párrafo precedente.
- h) **Día hotelero:** Período de veinticuatro (24) horas dentro del cual el huésped podrá permanecer en uso de la habitación, de acuerdo al registro de ingreso y la hora límite de salida fijada por el establecimiento de hospedaje, a efecto de cobrar, sin recargo, la tarifa respectiva por el alojamiento.
- i) **Establecimiento de hospedaje:** Lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento. Los establecimientos de hospedaje que opten por no clasificarse y/o categorizarse, deberán cumplir con los requisitos señalados en el presente Reglamento.
- j) **Habitación o Departamento:** Ambiente privado del establecimiento de hospedaje, amoblado y equipado para prestar facilidades que permitan que los huéspedes puedan pernoctar, según su capacidad, el cual debe cumplir con los requisitos previstos en los anexos del presente Reglamento.
- k) **Hotel:** Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de Una a Cinco Estrellas, deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 1 que forma parte integrante del presente Reglamento.
- l) **Hostal:** Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser clasificados como Hostales deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 3, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- m) **Huésped:** Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de alojamiento.

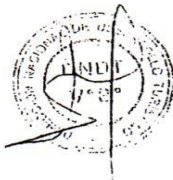


- n) **Informe Técnico:** Es el documento emitido por el Calificador de Establecimientos de Hospedaje, en el que se acredita que el establecimiento cumple rigurosamente los requisitos exigidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje para ostentar la condición de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado.
- o) **Inspector:** Servidor público autorizado por el Órgano Competente, para desarrollar las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.
- p) **Oficio:** Lugar donde se ubican los suministros de limpieza, lencería o ropa de cama y demás implementos que facilitan y permiten el aseo de las habitaciones.
- q) **Órgano Competente:** Las Gerencias Regionales o Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo o quienes hagan sus veces en los Gobiernos Regionales. En el caso de Lima Metropolitana el Órgano que ésta designe para tal efecto.
- r) **Personal Calificado:** Persona con formación, capacitación y/o con experiencia acreditada mediante constancia o certificado expedido por entidades públicas o privadas, de acuerdo a la función desempeñada, para prestar servicios en un establecimiento de hospedaje. El personal que acredite sólo experiencia y que en el cumplimiento de sus funciones tenga contacto directo con el huésped deberá acreditar haber recibido capacitación en técnicas de atención al cliente.
- s) **Recepción y Conserjería:** Área del establecimiento de hospedaje, en la cual se reciben y registran los huéspedes, se facilita información sobre los servicios que presta el establecimiento, se prestan los servicios de traslado de equipaje, correspondencia, información y otros servicios similares.
- t) **Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje:** Registro a cargo de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, en el cual se inscriben y registran los Calificadores de Establecimientos de Hospedaje.
- u) **Registro de Huéspedes:** Registro llevado por el establecimiento de hospedaje, en fichas, libros o medios digitales, en el que obligatoriamente se inscribirá el nombre completo del huésped, sexo, nacionalidad, documento de identidad, fecha de ingreso, fecha de salida, el número de la habitación asignada y la tarifa correspondiente con indicación de los impuestos y sobrecargas que se cobren, sea que estén o no incluidos en la tarifa.
- v) **Servicio higiénico:** Es el ambiente que cuenta como mínimo con un lavatorio, inodoro, tina y/o ducha (en caso se trate de medio baño solo se considera lavatorio e inodoro), iluminación eléctrica, toma corriente y un espejo, papelería, toalla de baño, jabón, papel higiénico y shampoo; debiendo cumplir además con requisitos establecidos en los Anexos adjuntos al presente Reglamento.

En el caso del servicio higiénico de uso público deberá contar como mínimo con un lavatorio, inodoro, iluminación eléctrica, papelería, jabón, secador eléctrico o papel toalla y papel higiénico.
- w) **Suite:** Habitación con instalaciones y ambientes separados y/o conectados.
- x) **Titular de Establecimiento de Hospedaje:** Persona natural o jurídica que ofrece la prestación del servicio, es el responsable y conductor del establecimiento de hospedaje.

4.2 Sigla:

- a) **MINCETUR:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.



CAPÍTULO II

FUNCIONES DEL ORGANO COMPETENTE

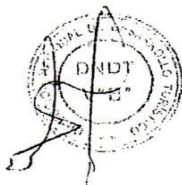
Artículo 5.- Órgano Competente

Los Órganos Competentes para la aplicación del presente Reglamento son las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo de los Gobiernos Regionales o la que haga sus veces, dentro del ámbito de su competencia administrativa; y en el caso de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Órgano que ésta designe para tal efecto.

Artículo 6°.- Funciones del Órgano Competente

6.1 Corresponden al Órgano Competente las siguientes funciones:

- a) Otorgar la clasificación y/o categorización a los establecimientos de hospedaje;
- b) Resolver los recursos de carácter administrativo que formulen los titulares de los establecimientos de hospedaje con relación al funcionamiento, clasificación y/o categorización asignada;
- c) Supervisar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento y aplicar las sanciones que correspondan por su incumplimiento;
- d) Llevar y mantener actualizado el Directorio de establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados, utilizando el sistema establecido por el MINCETUR;
- e) Llevar una base de datos de los establecimientos de hospedaje no clasificados ni categorizados, que operen en el ámbito de su competencia;
- f) Proporcionar al MINCETUR la información correspondiente a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados de su circunscripción territorial, para su posterior publicación en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.
- g) Ejecutar las operaciones de estadística sectorial necesarias de alcance regional, autorizadas por el ente rector del sistema estadístico nacional;
- h) Elaborar y difundir las estadísticas oficiales sobre establecimientos de hospedaje, observando las disposiciones del ente rector del sistema estadístico nacional;
- i) Remitir a la Oficina General de Estudios Económicos del MINCETUR, o a la que haga sus veces, los resultados estadísticos sobre establecimientos de hospedaje;
- j) Difundir las disposiciones del presente Reglamento, así como otras normas aplicables a los establecimientos de hospedaje, en coordinación y con el apoyo de las asociaciones representativas del Sector Turismo;
- k) Coordinar y desarrollar acciones con los Gobiernos Locales para el intercambio de información sobre autorizaciones y permisos y otros que sean necesarios para hacer cumplir las disposiciones del presente Reglamento;
- l) Impulsar el desarrollo de actividades, programas y proyectos orientados a promover la competitividad y calidad en la prestación del servicio de hospedaje, considerando los objetivos y estrategias del Plan Nacional de Calidad Turística - CALTUR, en coordinación con el MINCETUR y las asociaciones representativas regionales y nacionales, legalmente constituidas;
- m) Promover la suscripción de compromisos o códigos de conducta, por parte de los titulares de los establecimientos de hospedaje, dentro del marco de responsabilidad social empresarial, a fin de apoyar las acciones destinadas a prevenir la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, en el ámbito del turismo;
- n) Promover la aplicación de programas y proyectos orientados a la implementación de la certificación de competencias laborales, de conformidad con el marco legal vigente;
- o) Coordinar con otras instituciones públicas o privadas las acciones necesarias para el cumplimiento del presente Reglamento; y,



p) Ejercer las demás atribuciones que establezca el presente Reglamento y las disposiciones legales vigentes.

6.2 El Órgano Competente podrá delegar sus funciones a otras entidades, cuyo personal debe ser previamente capacitado y evaluado para tal efecto; la delegación se sujetará a las normas establecidas por la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y sus normas modificatorias y complementarias.

CAPÍTULO III

AUTORIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Artículo 7.-Requisitos para el inicio de actividades

7.1 Los titulares de establecimientos de hospedaje, para el inicio de sus actividades, deberán estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a que se refiere la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas, normas complementarias y modificatorias. Asimismo deberán contar con la Licencia de Funcionamiento.

7.2 Los datos consignados y presentados por los titulares de los establecimientos de hospedaje en virtud al presente Capítulo, ante el Órgano Competente, estarán sujetos a la presunción de veracidad, siendo que el presente procedimiento es de aprobación automática, de conformidad con lo establecido en el inciso 1.16 del artículo IV del Título Preliminar y el artículo 32 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, y sin perjuicio de la fiscalización posterior de la Administración.

Artículo 8.- Presentación de la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y expedición de la constancia de cumplimiento de requisitos mínimos.

8.1 Los establecimientos de hospedaje que inicien operaciones y opten voluntariamente por no ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías o Albergue, deberán presentar dentro de un plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, al Órgano Competente, una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, anexando una Declaración Jurada en la que evidencie su condición de Establecimiento de Hospedaje e informando del cumplimiento de requisitos exigidos para Establecimientos de Hospedaje del presente Reglamento, de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR señalando las siguientes condiciones mínimas:

8.1.1 Infraestructura

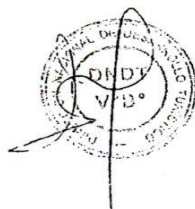
Deberán cumplir con los requisitos señalados en el artículo 5 de la Norma Técnica A.30 "Hospedaje" del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones – RNE.

8.1.2 Equipamiento

- a) Contar con teléfono de uso público, el mismo que puede ser el teléfono fijo de recepción, celular, dependiendo la zona y para uso exclusivo del huésped.
- b) Contar con un botiquín de primeros auxilios, según las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.
- c) Contar con sistemas que permitan tener agua fría y caliente las veinticuatro (24) horas del día, el cual no deberá ser activado por el huésped

8.1.3 Servicios

- a) Deben realizar limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes del establecimiento.



- b) Brindar el servicio de custodia de equipaje.
- c) El cambio de sábanas y toallas debe ser regular, el huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales y otros.

8.2 El Órgano Competente, en un plazo no mayor de cinco (05) días hábiles, y siempre que no hubieren observaciones sobre la información contenida en la Declaración Jurada presentada, evidenciando la condición de Establecimiento de Hospedaje e informando sobre el cumplimiento de requisitos mínimos, expedirá una Constancia según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR, dando cuenta de la presentación de la referida Declaración Jurada y de la condición de Establecimiento de Hospedaje. La Constancia será expedida, sin perjuicio de las acciones de supervisión posterior que deberá efectuar el Órgano Competente.

La presentación de la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y la expedición de la constancia es gratuita.

8.3 Los establecimientos de hospedaje que optaron voluntariamente por no ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías o Albergue deberán presentar anualmente al Órgano Competente, la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecida en el artículo precedente, evidenciando su condición de Establecimiento de Hospedaje y dando cuenta del cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos, señalados en el presente Reglamento.

Artículo 9.- Actualización de la información para la vigencia de la Constancia

Ante cualquier modificación de los datos contenidos en la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos señalados en el artículo 8, los titulares de los establecimientos están obligados a presentar una nueva Declaración Jurada debidamente actualizada. En estos casos, el plazo para informar al Órgano Competente, no será mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de su ocurrencia.

Artículo 10.- Establecimientos de hospedaje que operan en Áreas Naturales Protegidas

10.1 Los titulares de establecimientos de hospedaje que operen en Áreas Naturales Protegidas podrán solicitar su clasificación y/o categorización de acuerdo a lo establecido en el presente Reglamento.

10.2 En el caso de modalidades de alojamiento no previstas en el presente Reglamento, las mismas serán aprobadas por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas – SERNANP, de conformidad con las normas sobre la materia vigentes, previa opinión favorable de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, o de la que haga sus veces.

CAPÍTULO IV

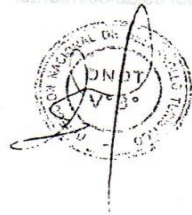
EXPEDICIÓN DEL CERTIFICADO DE CLASIFICACIÓN Y/O CATEGORIZACIÓN

Artículo 11.- Certificado de clasificación y/o categorización

El titular de un establecimiento de hospedaje interesado en ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías, o Albergue, según corresponda, solicitará al Órgano Competente, el Certificado de Clasificación y/o Categorización, cumpliendo con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

Artículo 12.- Requisitos de la solicitud de clasificación y/o categorización

12.1 El titular del establecimiento de hospedaje que solicite el Certificado deberá presentar al Órgano Competente una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, adjuntando:



- a) Formato de clasificación y/o categorización, según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo, en el que indicará en detalle, el cumplimiento de los requisitos y condiciones mínimas exigidos para ostentar la clase y/o categoría solicitada, señalados en los anexos del presente Reglamento;
- b) Recibo de pago por derecho de trámite.

12.2 El titular del establecimiento podrá, de estimarlo conveniente, solicitar de igual forma, el Certificado de Clasificación y/o Categorización, adjuntando a su solicitud un Informe Técnico expedido por un Calificador de Establecimientos de Hospedaje.

Artículo 13.- Procedimiento para otorgar el Certificado cuando el solicitante presente el Formato de clasificación y/o categorización

Recibida la solicitud con la documentación pertinente y calificada conforme por el Órgano Competente, éste procederá a realizar una inspección al establecimiento de hospedaje, a efectos de verificar el cumplimiento de los requisitos y condiciones exigidos por el presente Reglamento, para la clase y/o categoría solicitadas, cuyos resultados deberán ser objeto de un Informe fundamentado.

Artículo 14.- Procedimiento para otorgar el Certificado cuando se presente Informe Técnico del Calificador de Establecimientos de Hospedaje

Cuando el solicitante opte por presentar el Informe Técnico expedido por un Calificador de Establecimientos de Hospedaje, el Órgano Competente podrá prescindir de la realización de la inspección previa, siempre que el Informe Técnico del Calificador acredite el cumplimiento de los requisitos y condiciones mínimas exigidos para la clase y/o categoría solicitadas y no presente contradicciones en su forma y contenido.

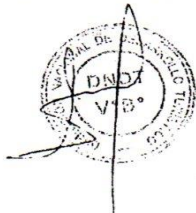
Artículo 15.- Plazo para la atención de las solicitudes de clasificación y/o categorización

El procedimiento y plazos para la atención de las solicitudes presentadas ante el Órgano Competente se rigen por las disposiciones de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

Artículo 16.- Excepciones aplicables en el proceso de clasificación y/o categorización

16.1 El Órgano Competente, en el proceso de evaluación de las solicitudes de clasificación y/o categorización, podrá aplicar las siguientes excepciones:

- a) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura y equipamiento del presente Reglamento, para los establecimientos que funcionen en inmuebles declarados Patrimonio Cultural de la Nación o que se ubiquen en zonas con calificación especial del Sector Cultura, deberán adjuntar a su solicitud un Informe previo de la entidad competente del referido Sector, que declare la imposibilidad física y/o técnica de cumplir con el o los requisitos exigidos.
- b) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura y equipamiento del presente Reglamento, para los establecimientos que funcionen en Áreas Naturales Protegidas, calificadas como tales por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas - SERNANP, deberán adjuntar a su solicitud un Informe previo de la referida entidad que declare la imposibilidad física y/o técnica de cumplir con el o los requisitos exigidos.
- c) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura, para los establecimientos de hospedaje en funcionamiento antes de la entrada en vigencia del presente Reglamento, así como en el caso de edificaciones no construidas con fines de alojamiento, adecuadas para prestar servicio en cualquier clase y/o categoría, en cuyo caso, se aplicará, un margen de tolerancia que no podrá exceder en diez por ciento (10%) de las medidas mínimas exigidas para cada categoría, o del veinte por ciento (20%), si las áreas que son menores están compensadas con otras áreas de uso de los huéspedes.



En ambos casos, necesariamente deberán cumplir con los demás requisitos exigidos por este Reglamento. Los porcentajes de tolerancia y compensación no son acumulables.

- d) Cuando para la clasificación y/o categorización, los establecimientos de hospedaje estén obligados a tener estacionamiento privado, podrán ser eximidos total o parcialmente de cumplir este requisito en el mismo local; sin embargo, deberán contar con una playa de estacionamiento cercana a su local que permita prestar este servicio.

16.2 Para el caso de los literales a) y b) del presente numeral, la excepción es aplicable si se cuenta con opinión favorable del sector correspondiente, caso contrario, concluye los procedimientos iniciados en el marco del presente Reglamento.

16.3 En los procesos de evaluación de las solicitudes de clasificación y/o categorización, cuando los titulares de los establecimiento de hospedaje no puedan cumplir con los requisitos de infraestructura, equipamiento y servicios, por razones de ubicación, tipo, características u otras razones técnicas debidamente justificadas, podrán ser exceptuados por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, para lo cual deberán presentar a dicha dependencia una solicitud adjuntando el sustento técnico respectivo.

La Dirección Nacional de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, comunicará los resultados al solicitante y al Órgano Competente que corresponda.

Artículo 17.- Vigencia del Certificado

17.1 El Certificado de clasificación y/o categorización tendrá una vigencia indeterminada.

17.2 El Titular del Establecimiento de Hospedaje deberá de presentar anualmente, ante el Órgano Competente, una Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecidos en el Anexo de clase y categoría correspondiente, utilizando el formato según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo, dejando constancia que continúa cumpliendo los requisitos que sustentaron la clase y/o categoría que le fue otorgada por el Órgano Competente.

Artículo 18.- Derecho a ostentar clase y/o categoría y exhibición de Placa indicativa

18.1 La exhibición, promoción, difusión de las clases de Hotel, Apart Hotel, Albergue u Hostal y de sus categorías, según corresponda, sólo podrá efectuarse si se cuenta con o el Certificado respectivo, expedido por el Órgano Competente y siempre que se encuentre vigente.

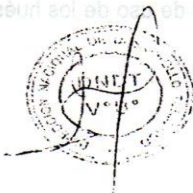
18.2 La razón social o nombre comercial de los establecimientos no deberá hacer referencia a cualquiera de las clases y/o categorías establecidas en el presente Reglamento.

18.3 Los establecimientos de hospedaje deberán mostrar en un lugar visible en el exterior del establecimiento, la placa indicativa que dé cuenta de la clasificación y/o categorización otorgada por el Órgano Competente. Dicha placa deberá cumplir con la forma y características que serán aprobadas por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR.

Artículo 19.- Directorio de establecimientos de hospedaje

19.1 Cada Órgano Competente llevará el Directorio actualizado de los establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados en el ámbito de su competencia administrativa, el mismo que deberá consignar lo siguiente:

1. Nombre o razón social del establecimiento;



2. Nombre Comercial;
3. Nombre del representante legal;
4. Número de RUC;
5. Domicilio;
6. Número de Certificado;
7. Clase;
8. Categoría (de corresponder);
9. Fecha de expedición del Certificado;
10. Capacidad instalada (número de habitaciones, camas y servicios complementarios);
11. Teléfono;
12. Correo electrónico (de ser el caso);
13. Página web (de ser el caso).

19.2 La información de los establecimientos de hospedaje será actualizada a través de la información que el administrado está obligado a comunicar al Órgano Competente.

Artículo 20.- Difusión del Directorio de establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados
El Directorio de establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados será difundido por el Órgano Competente y por el MINCETUR, a nivel nacional e internacional, a través de medios adecuados tales como páginas web, boletines, publicaciones u otros similares.

Artículo 21.- Naturaleza de la clasificación y/o categorización
La clasificación y/o categorización recae sobre el inmueble, equipamiento y servicios del establecimiento de hospedaje, independientemente del titular a cuyo favor se haya otorgado el Certificado correspondiente.

CAPÍTULO V

CAMBIO DEL TITULAR DEL ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

Artículo 22.- Cambio del Titular de los establecimientos de hospedaje.

22.1 En caso de cambio de titular, el establecimiento de hospedaje mantiene la clase y/o categoría otorgadas en el Certificado correspondiente.

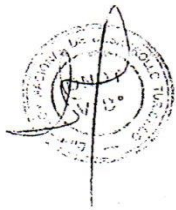
22.2 Si el nuevo titular decide seguir ostentando la clase y/o categoría otorgada al establecimiento de hospedaje, deberá solicitar al Órgano Competente, el Certificado de clasificación y/o categorización respectivo, siempre que cumpla los requisitos que sustentaron la clase y/o categoría otorgada. Para tal efecto deberá presentar una solicitud adjuntando:

- a) Declaración Jurada dando cuenta de la transferencia del establecimiento, según formato aprobado por el Viceministerio de Turismo; y,
- b) Certificado Original de clasificación y/o categorización otorgado a nombre del antiguo titular;

Artículo 23.- Aprobación del Certificado de Clasificación y/o Categorización.

23.1 La solicitud presentada conforme a lo establecido en el artículo anterior, es de aprobación automática. El Órgano Competente, en el plazo de cinco (5) días, expedirá un Certificado de clasificación y/o categorización a nombre del nuevo titular, previa cancelación del Certificado anterior.

23.2 El nuevo Certificado de clasificación y/o categorización mantendrá la fecha de expedición del Certificado original.



CAPÍTULO VI

DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Artículo 24.- Condiciones de la infraestructura, equipamiento y servicio

24.1 Los establecimientos de hospedaje, independientemente de su clase y/o categoría, durante su funcionamiento deberán mantener los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecidos en el presente Reglamento.

24.2 La infraestructura y equipamiento deberán estar en óptimas condiciones de conservación, presentación, funcionamiento, mantenimiento, limpieza y seguridad, de modo que permitan el uso inmediato y permanente de los servicios ofrecidos desde el día que inicia sus operaciones.

24.3 Asimismo, las condiciones de servicio y personal exigidas en el presente Reglamento, deberán mantenerse en forma constante, relevando principalmente la atención oportuna y permanente del huésped.

24.4 Las ampliaciones o modificaciones de infraestructura de los establecimientos de hospedaje deberán cumplir con los requisitos exigidos en el presente Reglamento para la clase y/o categoría que ostente, debiendo ser comunicados al Órgano Competente.

Artículo 25.- Información a ser facilitada a los huéspedes

Los establecimientos de hospedaje deberán mostrar en forma visible tanto en la recepción como en las habitaciones, las tarifas, la hora de inicio y el término del día hotelero y demás condiciones del contrato de hospedaje.

Artículo 26.- Registro de Huéspedes

26.1 Es requisito indispensable para ocupar las habitaciones, la inscripción previa de los clientes en el Registro de Huéspedes, acreditando su identidad y demás información, según lo establecido en el inciso u) del artículo 4 del presente Reglamento.

26.2 El ingreso de menores de edad se efectuará en compañía de sus padres, tutores o apoderados, debidamente acreditados por la Autoridad Competente.

Artículo 27.- Obligaciones y derechos de los establecimientos de hospedaje

El titular del establecimiento de hospedaje debe cumplir las obligaciones contenidas en el artículo 28 de la Ley N° 29408, Ley General de Turismo y le son aplicables los derechos establecidos en el artículo 29 de la misma norma. Asimismo, se regirá por las disposiciones del Código Civil en lo que le sea aplicable.

Artículo 28.- Suspensión de actividades

28.1 En el caso de suspensión de actividades, el titular del establecimiento de hospedaje deberá comunicarlo al Órgano Competente.

28.2 La suspensión de actividades del establecimiento de hospedaje, implicará la suspensión de todos los derechos conexos correspondientes a su clasificación y/o categoría.



CAPÍTULO VII

DE LA SUPERVISIÓN

Artículo 29.- Visitas de supervisión

El Órgano Competente tendrá la facultad de efectuar de oficio, a pedido de parte interesada o de terceros, las visitas de supervisión que considere necesarias para verificar las condiciones, requisitos, servicios mínimos y demás disposiciones del presente Reglamento.

Artículo 30.- Desarrollo de la supervisión

30.1 Las labores de supervisión serán realizadas por dos inspectores, quienes representan al Órgano Competente en todas las actuaciones que realicen en el ejercicio de sus funciones. Los hechos constatados por los Inspectores serán consignados en un Acta.

En aquellos Gobiernos Regionales donde no se cuente con el personal suficiente, el Órgano Competente, podrá autorizar que las labores de supervisión se realicen con un solo supervisor.

30.2 El Acta consignará la información prevista en el artículo 156 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. Asimismo, describirá el establecimiento en el que se ejecuta la supervisión, señalará la clasificación y/o categoría que ostenta cuando corresponda y los servicios prestados, así como los hechos que constituirán infracciones cuando corresponda.

30.3 El acta será firmada por el titular del establecimiento de hospedaje o el personal encargado del mismo al momento de su supervisión. En caso de negativa a firmar, los inspectores dejarán constancia de tal hecho.

30.4 Una copia del acta deberá ser entregada al titular, administrador o encargado del establecimiento.

Artículo 31.- Valor probatorio de las Actas de Supervisión

31.1 El Acta constituirá prueba para todos los efectos legales.

31.2 El Órgano Competente, basándose en los resultados del Acta, encausará los procedimientos para que se realicen las medidas correctivas y, en su caso, se apliquen las sanciones que correspondan.

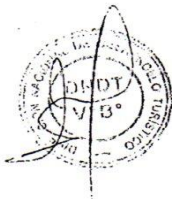
Artículo 32°.- Identificación de los Inspectores.

Para iniciar las labores de supervisión, los inspectores deberán presentar al titular del establecimiento de hospedaje, a su representante o al personal encargado, la identificación otorgada por el Órgano Competente. La identificación deberá consignar los nombres, apellidos, documento de identidad, cargo que desempeña, entidad a la que representa y fotografía.

Artículo 33°.- Facultades de los Inspectores

Las acciones de supervisión se ejecutan a través de los servidores públicos del Órgano Competente, debidamente acreditados, quienes están facultados para:

- a) Verificar que se preste el servicio de alojamiento;
- b) Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento;
- c) Verificar las condiciones bajo las cuales se presta el servicio de alojamiento y demás servicios que brinda el establecimiento de hospedaje;
- d) Solicitar la exhibición o presentación de la documentación que dé cuenta del cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en el presente Reglamento, vinculados con la actividad materia de supervisión;



- e) Citar al titular o a sus representantes, como a los trabajadores del establecimiento de hospedaje, e indagar sobre los hechos materia de la supervisión, de acuerdo a lo previsto en el presente Reglamento;
- f) Levantar actas en las que constarán los resultados de la supervisión;
- g) Recabar toda la información y medios de prueba necesarios que permitan sustentar lo señalado en el Acta de Supervisión; y,
- h) Otras que se deriven de las normas legales vigentes.

Artículo 34.- Obligaciones del titular del establecimiento de hospedaje

El titular del establecimiento de hospedaje objeto de supervisión se encuentra obligado a:

- a) Designar a un representante o encargado, para apoyar las acciones desarrolladas durante la supervisión. La negativa a tal designación o la ausencia del titular o del encargado, no será obstáculo para realizar la diligencia de supervisión;
- b) Permitir el acceso inmediato al establecimiento de hospedaje de los inspectores debidamente acreditados por el Órgano Competente;
- c) Proporcionar toda la información y documentación solicitada para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento, dentro de los plazos y formas que establezca el Órgano Competente;
- d) Asistir a las citas convocadas por el Órgano Competente luego de efectuada la acción de supervisión para facilitar información sobre los hechos materia de la supervisión; y,
- e) Brindar a los inspectores todas las facilidades necesarias para el desempeño de sus funciones.
- f) Firmar el Acta de Supervisión.

Artículo 35.-Apoyo de instituciones

Para llevar a cabo las visitas de supervisión, el Órgano Competente podrá solicitar el apoyo de la Policía Nacional, así como de la autoridad municipal, sanitaria, de defensa civil y otros, según el caso lo requiera.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

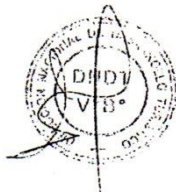
Primera.- Los establecimientos de hospedaje deberán cumplir con las disposiciones sobre seguridad y accesibilidad para discapacitados contenidos en la Ley General de la Persona con Discapacidad, Ley N° 29973 y en el Reglamento Nacional de Edificaciones.

Segunda.- Los establecimientos de hospedaje que operen en el país están obligados a presentar la Encuesta Mensual y Encuesta Económica Anual de acuerdo a los formatos y procedimientos que establezca el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

Tercera.- Los restaurantes que funcionen en establecimientos de hospedaje de cinco y cuatro estrellas, deberán cumplir con los requisitos establecidos para la categoría de cinco y cuatro tenedores en el Reglamento de Restaurantes vigente, en lo que corresponda.

Cuarta.- Las infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor, se someterán a lo dispuesto en la Ley N° 29571 que aprueba el Código de Protección y Defensa del Consumidor, por lo que serán atendidas y resueltas por la Comisión de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

De igual forma, las infracciones y sanciones relacionadas con las Normas de Publicidad, se someterán a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 1044, que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, por lo que serán atendidas y resueltas por la Comisión de Represión de la Competencia Desleal del INDECOPI.



Quinta.- El ingreso de objetos, bienes de propiedad del huésped al establecimiento de hospedaje, así como su custodia, se rige por las disposiciones del Código Civil.

Sexta.- Los establecimientos de hospedaje que ofrecen el servicio de movilidad a sus huéspedes desde los terminales al establecimiento o hacia otros lugares, deberán cumplir con los requisitos exigidos en el Reglamento Nacional de Transportes.

Séptima.- En todo lo no previsto en el presente Reglamento, resulta aplicable la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la Ley N° 28868, Ley que faculta al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a tipificar infracciones por vía reglamentaria en materia de prestación de servicios turísticos y la calificación de establecimientos de hospedaje y establece las sanciones aplicables y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2007-MINCETUR.

Octava.- Respecto a la aplicación del presente Reglamento, el MINCETUR dentro del ejercicio de su autonomía y competencias propias, mantendrá relaciones de coordinación, cooperación y apoyo mutuo, en forma permanente y continua con los Gobiernos Regionales.

Novena.- Los establecimientos de hospedaje a los cuales se les haya cancelado el Certificado de Clasificación y/o Categorización y deseen seguir prestando el servicio de hospedaje, deberán presentar al Órgano Competente, dentro de un plazo de treinta (30) días contados a partir de la notificación de la Cancelación, una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, anexando una Declaración Jurada en la que evidencie su condición de Establecimiento de Hospedaje e informando del cumplimiento de requisitos exigidos para Establecimientos de Hospedaje del presente Reglamento, de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR.

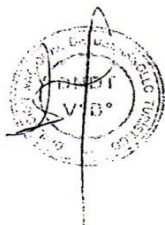
DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS TRANSITORIAS

Primera.- Los establecimientos de hospedaje que cuenten con el Certificado de Clasificación y/o Categorización expedido por el MINCETUR o por el Órgano Competente, vigente, antes de la entrada en vigencia del presente Reglamento, mantendrán su clasificación y/o categorización, siempre que mantengan los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal que sustentaron la misma al momento de la expedición del Certificado vigente.

Segunda.- Los establecimientos de hospedaje que se encuentren en funcionamiento a la fecha de promulgación del presente Reglamento que optaron por no clasificarse y/o categorizarse y cumplieron con presentar la Declaración Jurada ante el Órgano Competente, podrán seguir prestando sus servicios, siempre que cumplan las condiciones mínimas que fueron sustentadas en la Declaración Jurada respectiva.

Tercera.- La disposición establecida en el numeral 18.2 del artículo 18 del presente Reglamento es aplicable para aquellos establecimientos de hospedaje que inicien sus actividades con fecha posterior a la promulgación del presente Reglamento, sin perjuicio de las acciones de fiscalización que INDECOPI, en el marco de sus competencias, pudiera efectuar.

Cuarta.- Las solicitudes de clasificación y/o categorización en trámite a la dación del presente Reglamento serán evaluadas de acuerdo a los requisitos establecidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje aprobado por Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR o por el presente Reglamento, en lo que sea más conveniente para el administrado.



ANEXO N° 1 - HOTEL
A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA

Deberán cumplir con el ANEXO 1 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.¹

B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Generales					
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
En habitaciones					
Frigobar	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel.

C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Generales					
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín	Botiquín	Botiquín
Habitaciones					
Atención en habitación (room service)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

(1) Servicio prestado en el Hotel o a través de terceros.

(2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.

(3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Personal calificado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-

(1) Definición contenida en el Reglamento.

¹ Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.



INFORME DE CALIFICACIÓN DE PROBABILIDAD DE COINCIDENCIA

turnitin Erp University

https://turnitin.com/t_inbox.asp?aid=648 80%

AS VIENDO: INICIO * TALLER DE TESTS 2017 02 * MARCO TEORICO

erca de esta página
es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono
uado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

ARCO TEORICO

IDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▾

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin ramifcantes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TITULO	SIMILITUD	NOR	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Rosmary Chumacero Ho...	CHUMACERO HOLQUIN ROSMERY	0%				902632699	14-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Katherine Cordova Ka...	katherine cordova	0%				931817116	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Leslie Garrido Lesli...	leslie garrido	0%				931818662	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Medina Vargas Medina...	medina vargas	0%				931793835	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Gladys Martínez More...	gladys martinez more	4%				931817291	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Martin Silva	martin silva zatan	5%				931812872	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Yahaira Banos Banos...	yahaira banos	8%				931793246	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Cruz María Cordova R...	CORDOVA ROMAN	13%				802633798	14-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Fior Correa	fior correa	13%				931812599	17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Mayra Gomez Moran	GOMEZ MORAN	13%				801843230	11-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Isolina Ramírez Cord...	RAMIREZ CORDOVA ISOLINA	14%				802633475	14-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Karla Aldana Human	ALDANA HUAMAN KARLA	18%				801675311	10-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Sandra Palomino Sand...	SANDRÁ PALOMINO	26%				820484010	23-feb.-2018
<input type="checkbox"/>	Isabel Guadalupe Jimi...	ISABEL GUADALUPE JIMENEZ RIVERA	29%				802621532	14-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Karina Saba Chulle 3	SABA CHULLE 3	31%				903003708	15-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Eliana Orihuela Apon...	ORIHUELA APONTE ELIANA	32%				802634288	14-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Edith Palomino Chamb...	PALOMINO CHAMBI EDITH	33%				902626926	14-ene.-2018

07:12 p 17/02