

En crisis social los aspectos que limitan el crecimiento de las Microempresas del sector de hoteles en la Localidad de Tambobamba 2023

José Huamaní Arone¹

johuamani@unamba.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-1734-1798>

Universidad Nacional Micaela Bastidas de
Apurímac
Abancay – Perú

Zacarías Félix Guerrero

felixguerrerozacarias@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4217-336X>

Universidad Nacional Micaela Bastidas de
Apurímac
Abancay – Perú

Heiner Rhaner Vargas Ortega

214235@unsaac.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0005-9879-1481>

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Abancay – Perú

RESUMEN

Como objetivo de investigación es identificar en el contexto de crisis social los aspectos que limitan el crecimiento de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023. La metodología desarrollada es tipo básica, nivel descriptivo, diseño no experimental transversal, muestra de 28 empresas hoteleras, a una técnica de encuesta y el instrumento es cuestionario, los resultados alcanzados es que el 64.3% de las empresas trabajan con sus recursos propios lo que es el autofinanciamiento, donde llegó concluir que la gran parte de establecimientos microempresas hoteleras trabajan con financiamiento interno, como también no cuentan con el apoyo financiero del gobierno, pocos acceden al crédito a caja Cusco, mientras trabajan con los recursos propios, es así que pocas de las empresas acceden o financiamiento externo, algunas se están adecuando al comercio electrónico, utilizando la venta online a través de los canales de plataformas de marketing digital y lo que es atención personalizado.

Palabras clave: crisis social; crecimiento microempresas hoteleras.

¹ Autor Principal

In the context of social crisis, the aspects that limit the growth of microenterprises in the hotel sector in the town of Tambobamba 2023

ABSTRACT

The research objective is to identify in the context of social crisis the aspects that limit the growth of microenterprises in the hotel sector in the town of Tambobamba 2023. The methodology developed is basic type, descriptive level, non-experimental cross-sectional design, sample of 28 hotel companies, to a survey technique and the instrument and questionnaire, the results achieved is that 64.3% of the companies work with their own resources what is self-financing, where I cameor conclude that the large part of hotel microenterprise establishments work with internal financing, as they also do not have the financial support of the government, littles access to credit to cash Cusco, while working with their own resources, so few of the companies access or external financing, some are adequate to electronic commerce, using online sales through the channels of Digital marketing platforms and what is personalized attention.

Keywords: *social crisis; growth of hotel microenterprises.*

Artículo recibido 20 marzo 2023

Aceptado para publicación: 05 abril 2023

INTRODUCCIÓN

En la industria de servicio de hoteles en el contexto internacional se viene activando después de las paralizaciones que se ha vivido, donde ocurrió durante la pandemia y la guerra en se ha desato en Europa, en ese entender en la unión europea las empresas hoteleras como expresa Granados (2022) están iniciando implementar en el marco legal con el fin de reducir las emisiones de carbono a un 55%, con la finalidad de neutralizar la contaminación al 2030, el uso mesurado de lo que es servicio de transporte, con el propósito de ver el sector turismo hotelero de manera eficiencia con energía y lograr la sostenibilidad laboral, económico y ambiental. De la misma forma los hoteles europeos urgen frenar los altos precios de la energía lo que realizan la asociación europea de hoteles Hotrec (2022) después del calvario de Covid-19 los hoteles europeos viene afrontando una serie de desafíos como la escasez de trabajadores y la inflación de precio de los alimentos, por otra parte se viene quebrando muchas empresas hoteleras debido al alza de precio de energía de 200% a 600% por que la empresas dependen de la energía para la calefacción y refrigeración, así mismo el sector de la hotelería contribuye en gran medida a la economía en la unión europea, es por ello que representa a 2,000,000 de empresas y del cual el 90% de las empresas son microempresa y además emplean a 12 millones de trabajadores. Hosbec (2022) en Europa los hoteleros muestran preocupaciones por el impacto de la guerra en Ucrania y Rusia donde la situación económica y social se viene complicando debido a que aun no se puede recuperar de la crisis afectado por la covid, antes de las crisis de covid 19 y la guerra en la comunidad valencia recibía un promedio de 1,3 millones ya que demandan servicios de hoteles entre 40 a 50 millones de turistas rusos de los 149 millones rusos realizan turismo en la comunidad europea y el mundo. De acuerdo al organismo internacional de trabajo OIT (2021), en cual expresó que recuperar el turismo es la clave para poder superar la crisis de la pandemia en que se ha vivido, ya que el 45% de puestos de trabajo están enfocados en el sector turismo y la gran parte en los hoteles en el contexto de América latina, ya que genera puesto laboral muchos mano de obra no calificado, es por ello se evidenció que el 24.8% ha sido la perdida de puesto laboral en los sectores de hoteles y como en los sectores de restaurantes. Mientras la política de los organismos internacionales tiene programado de mejorar la calidad de vida de los trabajadores, ya que están impulsando la formalización de las microempresas como hoteles, restaurantes

y agentes de viajes que son factores de turismo que permite desarrollar de manera activa. En el contexto nacional con el efecto de la pandemia y así como las consecuencias de protestas sociales en que se ha vivido, por eso las paralizaciones de aeropuertos y de las carreteras como indica Ybañez (2023) son los principales motores de la economía en el Perú, ya son afectadas de manera negativa el sector de servicio de los hoteles y como efecto negativo sector turismo, así como el comercio en la región del Cusco se ha mostrado una recesión más baja en todo los tiempos, ya que las reservas de viajes de servicio de hoteles y servicio de los restaurantes que hicieron reservas perdieron las inversiones como consecuencia ingresos pésimos y las ventas de los servicios se ha reducido, las cancelaciones de la reservas les ha afectado de manera irreparable a los empresarios del sector de hoteles. Ya es el sector que mantenía y mantiene contratos laborales de manera formal e informal en el sector de servicio de hoteles.

El servicio de hotel en la región de Apurímac, así como en la provincia de Cotabambas en el distrito de Challhuahuacho y en el distrito de Tambobamba que son distritos próximos a la minería las Bambas, las microempresas hoteles son los que ofrecen servicio de habitaciones a los trabajadores de la empresa las Bambas y al público en general, mientras sufren muchas limitaciones de crecimiento, donde se ha visualizado en la paralización de la minería, así como por las protestas sociales que se vivió, donde ha sido afectado de manera negativa el desarrollo y crecimiento del servicio de los hoteles. A pesar que el gobierno regional de Apurímac (2022) ha venido implementado políticas de fiscalización a los prestadores de servicio en el rubro de hoteles no ayuda resolver problemas de ventas, y así como de restaurantes en la región, son pocas de las empresas vienen acogiendo a las políticas implementadas por el gobierno regional. Ya que muchas empresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba dificultan en cumplir las normativas propuestas del gobierno regional, debido a las protestas sociales y otros factores que dificultan implementar las políticas las microempresas del sector no pueden solventar los gastos como es el pago al personal por que sus ingresos son bajas y las ventas diarias del servicio de hoteles es reducida.

La investigación es justificada según los fundamentos teóricos de García (2004) en ella se mostró las razones teóricas y las razones prácticas de la investigación, de la misma manera el sustento y la conveniencia de lo que se ha hecho el presente investigación, asumiendo los 4 aspectos de investigación se logró alcanzar en la presente estudio de la siguiente manera como la: Magnitud del problema; en la

realización de investigación los factores que permitieron son los colaboradores de los hoteles, son los principales interesados; mientras en la transcendencia del problema en este caso los problemas que tienen la limitación de crecimiento afectaron a todas las empresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba, por ello son los que requiere de información para mejorar el servicio de hoteles; el estudio es factible ya que hubo apoyo de los mismos dueños trabajadores de hoteles porque son los que proporcionó datos primarios; la vulnerabilidad de problema con los datos alcanzado es posible mejorar y aplicar políticas de servicio de hoteles de esa manera las microempresas no cierran sus negocios, sino más bien amplíen abrir otros establecimientos.

Respecto a los aportes teóricos de crecimiento de microempresas, donde el crecimiento de las microempresas está enfoca en los cuatro aspectos como indica Avolo et al. (2013) los aspectos o factores, como primer componente es la gestión administrativa se trata de manejo de las finanzas, el manejo de gestión de recursos humanos o el personal que la empresa cuenta y de la misma manera la administración general. De la misma manera el factor o aspecto operativos donde las empresas esta enfoca en el manejo de políticas de marketing como es la publicidad y las relaciones públicas, de la misma manera la logística, y la propia operación del servicio o la producción de bienes o de servicios. Otro de los factores o de los aspectos es la gestión externa de la empresa como la infraestructura lo que es acceso a ello, de la misma manera el acceso al uso de la tecnología y el análisis de nivel de demanda de servicio o de bienes que ofrecen las empresas. Por último, como cuarto factor o aspecto de crecimiento de las empresas es la implementación de gestión de estrategia, en ello se trata el planeamiento de las ventas del servicio, como también la operación, por otro lado, se trata de investigación de mercados que para una empresa es vital de mucha importancia ya que de esa manera maneja una información de demanda y de oferta de bienes y de los servicios.

Estrategia de crecimiento de las microempresas como indica Mungaray y Ramirez (2004) está basado en ofrecer en función de los bajos precios de los bienes o de los servicios, de la misma manera se trata brindar servicio a través de costos menores que de la competencia, y otros aspectos el dominio del mercado en que está desarrollando su actividad económica. De por otra parte la estrategia de la empresa es la incorporación progresiva en la formalidad como expresa Ortega (2006) En ello menciona que debe haber formación de los emprendedores de esa manera el autoempleo y empleo en las microempresas

deben incorporarse de manera gradual en la formalización como persona jurídica, de esa forma maneja el estado de manera regulatoria las microempresas. Por otra parte la reforma laboral que promueve el auto empleo asalariado en empresas formales lo que permite es a través de sistemas para la apertura rápida de empresas, esos dos aspectos requiere una estrategia integral de las microempresas en la lo que es las micro financiamientos, marco jurídico para formalización incipiente, la identificación de las competencias empresariales, lo que es la asistencia técnica, de la misma manera asesoramiento y redes de microempresa, como también financiamiento y las garantías. Otra estrategia es la simplificación para construir emprendedores morales. Como también la educación a los adultos, así como también escolares, capacitación laboral, identificación de competencia laboral y lo que es los ahorros. Otro de los factores o aspectos de crecimiento de las microempresas es la digitalización de los servicios y venta de bienes como indica Rendón (2022) con el objetivo de superar la competencia entre empresas, de esa manera para conseguir un avance muy significativo en la madurez de la microempresa y a los mismos trabajadores. Romper la brecha digital y lo que también se trata del personal que tenga la especialización del servicio o venta y el manejo de plataformas digitales. Como también otro de los aspectos de crecimiento de las microempresas es el uso de las TIC en las microempresas ya que en los últimos años se ha incrementado la venta y compra digital por que el comercio electrónico ayuda a crecer con la venta online y la venta de offline en lo que ha venido a llamarse la omnicanalidad de venta. De la misma manera lo que es e-commerces es mejorar los canales de comunicación con el cliente, que demandan nivel de atención y de servicio superiores como expresa Sainz (2021).

De la misma manera estudio de Granda y Asanza (2019) expresan las limitaciones que cuenta las empresas que ofertan los servicios hoteleros es el acceso a los créditos de fuentes financieros, otras de las limitaciones es la innovación en el servicio y de la misma manera la oferta y la demanda es baja. Pinargote y Llor(2021) las perspectivas del futuro económico en la industria hotelera son positivas para los trabajadores y para los empresarios donde contribuye de manera positiva en la reactivación de la economía, de la misma forma Santos y Duarte (2021) la industria hotelera atraviesa la situación más difícil inscrita, esto como consecuencia de pandemia, en la cual ha paralizado diversos factores, siendo una de las más afectadas es el sector turístico en el cual se paralizó las actividades. El estudio de Parades y Quispe (2022) donde encontró que los factores que limitan lo que es el crecimiento de la empresa es

los factores administrativos, lo que son el endeudamiento financiero, por ello las ganancias esta compartidas con las empresas y con las entidades que acreditan los recursos financieros, observando esa realidad la educación es un factor que permite el desarrollo y crecimiento de las microempresas.

Como presentó su investigación por Campos (2020) en ello indicaron que los hoteles están caracterizados por su autofinanciamiento, ya que como segundo plano esta los préstamos bancarios del hotel el mediterráneo. Plaza y Nieves (2020) gestión de recursos humanos, como es la selección, reclutamiento y la retención de personal y como también el crecimiento del personal en las empresas hoteleras en el territorio española están implicados en mejorar los niveles de conocimientos, de las habilidades y las destrezas de los colaboradores de las empresas de la industria hotelera.

El objetivo general identificar en el contexto de crisis social los aspectos que limitan el crecimiento de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023. Objetivo específico1 determinar en el contexto de crisis social los aspectos que limitan en la gestión administrativa de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023, por otro lado Objetivo específico 2 identificar en el contexto de crisis social los aspectos que limitan en la gestión operativo de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023, de la misma manera Objetivo específico3 determinar en el contexto de crisis social los aspectos que limitan en la gestión externa de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023 y Objetivo específico 4 determinar en el contexto de crisis social los aspectos que limitan en la gestión de estrategia de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023.

METODOLOGÍA

En este apartado se presenta la metodología que se ha utilizado es el tipo de investigación básica como indica Barrero (2022) su propósito principal fue la obtención de los conocimientos sin tomar la aplicabilidad en un trabajo de investigación, de la misma forma el nivel de investigación es, descriptivo como Indica Hernández et (2014)al donde busca especificar las propiedades, así como las características y de la misma manera los perfiles de grupo de personas o fenómenos donde es sometida en un análisis de datos, donde su valor es y asido encontrar los fenómenos y los sucesos del comercios de servicios de hospedajes, de la misma manera el diseño es no experimenta transversal como expresa Gómez (2006)

donde se recolecto datos en solo tiempo con la finalidad de describir las variables y de la misma manera analizar los eventos como los fenómenos o el contexto, por ello el objetivo fue indagar la variables de crecimiento empresarial. La población y la muestra es de 28 microempresas de sector hotelero en la localidad de Tambobamba ya que de esa manera el muestreo no probabilístico como indica según Abascal e Ildefonso (2005) se trata de elección no azar de los encuestados sino se eligió de manera conveniente la muestra, ya también ha reducido los costos y dificultades en su elección. Las técnicas encuestan lo que es la recolección es a través de la encuesta en el trabajo de campo como expresa Grasso (2006) Donde permite obtener datos de manera más sistemática donde se detalla el registro de datos de investigación, es así en la presente investigación se usó la técnica de encuesta y como también el instrumento de cuestionario como indica Castillo y Torregroza (2013) tuvo la redacción de las preguntas y así como otros elementos que aparecen en el instrumentos de cuestionario las preguntas de cada factor o aspectos de crecimiento de la empresa.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta parte de investigación se presenta los resultados en función de Administrativos que esta referidos a finanzas, de la misma manera al manejo de recursos humanos y la administración general.

Tabla 1 *¿Qué tipo de financiamiento utiliza?*

	Frecuencia	Porcentaje
Interna	18	64,3%
Externa	2	7,1%
Interna y externa	8	28,6%
Total	28	100,0%

Observando la tabla 1 el 64% cuentan con financiamiento interna de la misma manera el 29% de los encuestados indicaron que cuentan con financiamiento interna y externa y el 7% de encuestados manifestaron que se cuentan con financiamiento externa. Lo que se encontró con mayor importancia es que las empresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba, la gran parte de establecimientos trabajan con financiamiento interno.

Tabla 2 *¿Recibió apoyo financiero de parte del estado?*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	7,1
No	26	92,9
Total	28	100,0

Según a la tabla 2 el 7% indica que, si recibieron apoyo del estado para su negocio, por otro lado, el 93% de encuestados indica que el estado no les apoya financiamiento para el emprendimiento de su negocio. Según los datos obtenidos, la mayoría del sector de hoteles de la localidad de Tambobamba no cuentan con el apoyo financiero del gobierno eso indica que buscan fuentes de financiamiento propio o externo para la continuidad de sus actividades empresariales.

Tabla 3 *¿Con que entidad financiera accede a los créditos comerciales?*

	Frecuencia	Porcentaje
Cooperativa los andes	4	14,3
Caja Cusco	6	21,4
Banco de la nación	4	14,3
Ningunos	14	50,0
Total	28	100,0

Observando la tabla 3 el 50% no trabaja con entidades financieras de la misma manera el 21% de los encuestados indicaron que trabajan con la entidad financiera caja Cusco y el 14% de encuestados según entidad financiera manifestaron que acceden a financiamiento por parte de las entidades financieras Banco de la Nación y Cooperativa los andes respectivamente. Dados los resultados de la encuesta, se concluye que la gran mayoría de empresas del sector de hoteles de la localidad de Tambobamba, trabajan con capital propio, es decir no trabajan con ninguna entidad financiera.

Tabla 4 *¿Qué cantidad de personas trabajan en su negocio?*

	Frecuencia	Porcentaje
Solo 1 persona	14	50,0

2 a 3 personas	12	42,9
Más de 3 personas	2	7,1
Total	28	100,0

Observando la tabla 4 y el 50% de los encuestados cuentan con un solo personal de la misma manera el 43% de los encuestados indicaron que cuentan de 2 a 3 personas y el 7% de encuestados manifestaron que trabajan en su negocio más de 3 personas. Conforme a los datos obtenidos de la encuesta, lo que muestra con mayor relevancia en las empresas del sector de hoteles en la localidad Tambobamba cuentan con un solo personal que labora en su negocio.

Tabla 5 *¿El personal que trabaja tiene formación profesional?*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	57,1
No	12	42,9
Total	28	100,0

Observando la tabla 5 el 57% de los encuestados cuentan con formación profesional de la misma manera el 43% de los encuestados indicaron que no cuentan con formación profesional. Lo que muestran con mayor relevancia es que las empresas del sector de hoteles en la localidad Tambobamba, cuentan con personal que tiene formación profesional.

Tabla 6 *¿Cuándo ingresa un nuevo colaborador realiza el proceso de inducción?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	18	64,3
Algunas veces	6	21,4
Nunca	4	14,3
Total	28	100,0

Según a la tabla 6, el 64% de ellos siempre realizan el proceso de inducción, 21% indican que casi siempre realizan este proceso por otro lado, 14% de encuestados responde que nunca realizaron el proceso de inducción a sus nuevos colaboradores. El personal que ingresa recibe capacitaciones, trabajo en equipo, atención al cliente, de tal manera de que el nuevo colaborador se adapte a los procedimientos correspondientes para el logro de las metas y este esté identificado con la empresa.

A continuación, se presenta los datos en función de gestión externos como es la infraestructura, así como el acceso a tecnología y nivel de demanda.

Tabla 7 *¿Cada cuánto tiempo mejora la ambientación del establecimiento?*

	Frecuencia	Porcentaje
Cada 3 meses	10	35,7
Cada 6 meses	12	42,9
Cada año	4	14,3
Una vez al año	2	7,1
Total	28	100,0

Observando la tabla 7, el 43% de los encuestados expresaron que realizan mejoras de ambientes del negocio cada 6 meses, así mismo se verifica con un porcentaje de 36 % de los encuestados indicaron que realizan mejoras cada 3 meses, del mismo modo se verifica con un porcentaje de 14 % de los encuestados expresaron que realizan mejoras cada año y un porcentaje de 7% de los encuestados indican que realizan mejoras a los ambientes del negocio una vez al año. Plasmados los datos de la encuesta, se puede interpretar que gran parte de empresas del sector de hoteles de la localidad de Tambobamba, realizan mejoras de los ambientes del establecimiento cada 6 meses, en vista de que dichas mejoras requieren gastos adicionales.

Tabla 8 *¿Qué herramientas utiliza para el registro de prestaciones de servicio?*

	Frecuencia	Porcentaje
Cuaderno	22	78,6
Software Excel	2	7,1
Otros	4	14,3
Total	28	100,0

Observando la tabla 8 el 79% de los encuestados indicaron el cuaderno que ha sido utilizada para el registro de prestaciones de servicio, así mismo se verifica con un porcentaje de 14% de los encuestados expresaron otros tipos de herramienta que se utiliza para el registro de prestaciones servicio y por último se identifica con un porcentaje de 7% de los encuestados expresaron la herramienta el software Excel para el registro de prestaciones de servicio. Acorde a los datos obtenidos de la encuesta con mayor ponderación de las empresas del sector de hoteles de la localidad de Tambobamba utilizan cuaderno para registrar sus prestaciones de servicio.

Tabla 9 *¿Cuáles son los medios digitales que utiliza para comercializar sus servicios?*

	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	12	42,9
Emisoras radiales	4	14,3
Mensajerías	12	42,9
Total	28	100,0

Según a la tabla 9, el 43% indica que utilizan las redes sociales para la promoción de sus servicios, 43 % indican utilizan medios de mensajería para la comercialización de sus servicios y 14% indica que utiliza emisoras radiales para la comercialización de sus servicios. Lo que expresa los resultados obtenidos del sector de hoteles de la localidad de Tambobamba, se utiliza con frecuencia las redes sociales, eso indica que los clientes tienen contacto directo con los establecimientos.

Tabla 10 *¿Qué es lo que le diferencia de su competencia?*

	Frecuencia	Porcentaje
Precios bajos	14	50,0
Atención al cliente	8	28,6
Descuento por frecuencia de uso del servicio	2	7,1
Variedad de habitaciones (King, matrimonial, simple)	4	14,3
Total	28	100,0

Según a la tabla 10, el 50% indica que a diferencia de sus competencias ellos ofrecen sus servicios por precios bajos, 29% indican que la atención al cliente que ellos ofrecen es mejor a diferencia de sus competencias, por otro lado, el 7% de encuestados indican que se diferencia de su competencia por los descuentos que ofrecen por su frecuencia de uso del servicio y el 14% de encuestados indica que la versatilidad y variedad de habitaciones los hace diferentes ante su competencia. Lo más relevante de los datos obtenidos del sector de hoteles de la localidad Tambobamba, se ve reflejada en los precios bajos eso indica que lo utilizan como una estrategia para diferenciarse de la competencia.

En esta parte se presenta datos en función de las estrategias como el planeamiento y así investigación de mercados.

Tabla 11 *¿Realiza el inventario de entrada de servicios?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	22	78,6
Algunas veces	4	14,3
Nunca	2	7,1
Total	28	100,0

Observando la tabla 11, el 79% de los encuestados expresaron que siempre realizan el inventario de ingreso de servicios, así mismo se verifica con un porcentaje de 14 % de los encuestados indicaron que algunas veces hacen el inventario de ingreso de servicios y 14 % de los encuestados que expresaron que nunca hacen el inventario de ingreso de servicios. Lo que expresan, es que las empresas del sector de hoteles en la mayoría hacen el inventario de ingreso de servicios, para que de esta manera tener un mejor control con respecto a los activos que tiene la empresa.

Otros de los factores que mide el crecimiento de la microempresa es la parte operativos, así el Marketing, logística operaciones de las empresas del sector de hoteles.

Tabla 12 *¿Qué tipo de promoción de servicio realiza?*

	Frecuencia	Porcentaje
Promoción de servicio de descuento por cliente frecuente	8	28,6
Promoción de servicio a precios bajos	12	42,9
Otros (servicios adicionales)	8	28,6
Total	28	100,0

Observando la tabla 12, el 43% de los encuestados expresaron que el tipo de su promoción por servicio indican que ofrecen precios bajos, y el 29% de los encuestados expresaron que el tipo de promoción que realizan son las promociones de servicio de descuento por ser cliente frecuente mientras que la otra parte del 29% de los encuestados indican que prefieren ofrecer otro tipo de servicios adicionales. Los datos evidenciados de la encuesta, en el sector hotelero la gran parte brindan promociones con precios bajos.

Tabla 13 *¿A través de qué medio de publicidad promocionar sus servicios?*

	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	14	50,0
Emisoras radiales	2	7,1

Volantes	4	14,3
Mensajería	8	28,6
Total	28	100,0

Observando la tabla 13, el 50% indica que realiza la publicidad de la venta de sus servicios por medio de las redes sociales mientras que el 29% de los encuestados indica que realiza publicidad mediante mensajerías, así también el 14% de los encuestados manifiesta que la publicidad lo realiza mediante emisoras radiales y por último el 7% de los encuestados prefiere realizar publicidad mediante volantes. Según los datos conseguidos de la encuesta, con mayor importancia de las empresas del sector hotelero en la localidad de Tambobamba la gran parte opta por realizar publicidad mediante las redes sociales ya que estos sitios son más prácticos para llegar a los clientes.

Tabla 14 *¿Registra las prestaciones de servicio diario?*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	78,6
No	4	14,3
Algunas veces	2	7,1
Total	28	100,0

Observando la tabla 14, el 79% de los encuestados que manifestaron si realizan el registro de las prestaciones de servicio diario, de hice modo se verifica con un porcentaje de 14% de los encuestados que expresaron que no realizan el registro de las prestaciones de servicio diario y por último se identifica con un porcentaje de 7% de los encuestados indicaron que algunas veces si registran las prestaciones de servicio diario. En conformidad con los datos obtenidos de la encuesta, con mayor importancia en las empresas del sector de hoteles de la localidad de Tambobamba se registran a diario las prestaciones de servicio.

Tabla 15 *¿Cuáles son las modalidades de pago que utiliza?*

	Frecuencia	Porcentaje
En efectivo	24	85,7
Link	2	7,1
Transferencias	2	7,1

Total	28	100,0
-------	----	-------

Observando a la tabla 15, el 86% de los encuestados expresan que la modalidad de pago que utiliza es el de efectivo, así mismo el 7% de los encuestados prefieren el pago por el aplicativo link mientras que la otra parte del empate al 7% indican que utilizan transferencias. De los datos obtenidos de la encuesta, con mayor detalle de las empresas del sector hotelero en la localidad de Tambobamba se puede concluir que los pagos se realizan en efectivo.

Los resultados logrados muestran que en la parte administración lo que es los financiamientos acceden al propio financiamiento, ya que muchas de ellas no reciben ningún apoyo financiero, pero si acceden a préstamos de financiamiento a caja Cusco es 21.4, mientras las empresas en su mayoría son personales con formación profesional no exclusivamente especialistas en servicios hoteleros, otra de las partes es que las empresas el 64.3% si realizan las inducciones al personal que ingresa. Mientras los resultados alcanzados por Plaza y Nieves (2020) sobre gestión de recursos humanos, están implicados en mejorar los niveles de conocimientos, de las habilidades y las destrezas de los colaboradores de las empresas de la industria hotelera. Los resultado logrados de Rendón (2022) el objetivo de superar a la competencia es conseguir un avance muy significativo en la madurez de la microempresa y a los mismos trabajadores. Lo que es gestión externa el acceso a tecnología y la demanda de servicios de hoteles es, realiza la mejora de ambiente de hoteles cada 6 meses, mientras el acceso a uso de tecnología es limitado por aun se sigue registrando el control de los clientes, lo que son medios digitales de comercialización es el uso de redes sociales, mientras lo que se diferencia es son los precios bajos a los resultados alcanzado corrobora Avolo et al (2013) el acceso al uso de la tecnología y el análisis de nivel de demanda de servicio o de bienes que ofrecen las empresas. Otra de que las estrategias de planeamiento y la investigación de mercado, en ello siempre realizan inventario el 78.6% de los encuestados. La parte operativa es otra de los factores así como la utilización de tipos de promociones, en su gran mayoría precios bajos, realizan las promociones a través de canal de redes sociales en un 50%, así como también realizan registro de venta diario en un 78.6% y la utilización como medio de pago en gran parte se hace en efectivo y los Santos y Duarte (2021) la industria hotelera atraviesa la situación más difícil en consecuencia de pandemia, en la cual ha paralizado diversos factores, siendo una de las más afectadas

es el sector turístico en el cual se paralizó las actividades. Los resultados alcanzados son corroboran Avolo et al (2013) la operación, por otro lado, se trata de investigación de mercados que para una empresa es vital de mucha importancia ya que de esa manera maneja información de demanda y de oferta de bienes y de los servicios

CONCLUSIONES

Se identificó en el contexto de crisis social los aspectos que limitan el crecimiento de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023. Lo que se concluye que la gran parte de establecimientos trabajan con financiamiento interno, como también no cuentan con el apoyo financiero del gobierno, pocos acceden al crédito a caja cusco, trabajan con los recursos propios, pocas de las empresas accedes o financiamiento externo, algunas son están adecuado al comercio electrónico, utilizando la venta online y así como también utiliza plataformas de marketing digital y atención personalizado.

Se determinó en el contexto de crisis social los aspectos que limitan en la gestión administrativa de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023, Lo que se concluye que la gran parte de establecimientos trabajan con financiamiento interno, como también no cuentan con el apoyo financiero del gobierno, poco acceden al crédito a caja cusco, trabajan un solo personal con formación profesional y pocos reciben la inducción laboral.

Se determinó en el contexto de crisis social los aspectos que limitan en la gestión operativo de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023, donde se concluye que realizan las mejoras de los ambientes del establecimiento cada 6 meses, como herramienta utilizan cuaderno para registrar sus prestaciones de servicio, a su vez los clientes tienen contacto directo por medios digitales, donde se diferencia los precios bajos de los servicios hoteleras.

Se determinó en el contexto de crisis social los aspectos que limitan en la gestión externa de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023, donde se concluye que realizan el inventario de ingreso de servicios y muchos de las empresas aun no tienen planificado otro establecimiento

Se determinó en el contexto de crisis social los aspectos que limitan en la gestión de estrategia de las microempresas del sector de hoteles en la localidad de Tambobamba 2023, se concluye la gran parte brindan promociones con precios bajos, así mismo realizan publicidad mediante las redes sociales, a la vez se registran a diario las prestaciones de servicio y la modalidad de pago es en efectivo en gran parte de las empresas

LISTA DE REFERENCIAS

- Abascal , E., y Ildefonso, E. (2005). *Análisis de encuestas*. Lima: Esic. Obtenido de https://www.google.com/books/edition/An%C3%A1lisis_de_encuestas/qFczOOiwRSgC?hl=es&gbpv=0
- Avolo, B., A., y Roca, E. (2013). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Peru (Mypes). *Academia*, 74. Obtenido de file:///C:/Users/JOSE/Downloads/4126-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15740-1-10-20130120.pdf
- Barrero, T. (2022). *Apuntes sobre Metodologías de la Investigación Científica*. La Paz: Siñani.
- Campos, O. (2020). *Caracterización del Finaciamiento de la MYPE del sector hotelero, estudio de caso "Hotel Mediterraneo" del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2018*. Chiclayo: Uladech. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/15843>
- Castillo, M., y Torregroza, E. (2013). *Cultura de la investigacion para los estudios urbanos politocso e internacionales*. Rosario: Universidad de rosario. Obtenido de https://www.google.com/books/edition/Cultura_de_la_investigaci%C3%B3n_para_los_es/mFwyDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=instrumento+de+encuesta&pg=PA305&printsec=frontcover
- Garcia, C. (2004). *Recomendacion metodologicas para la elaboracion de los trabajos de tesis*. Mexico: Limusa. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=IYgFr4WBtvIC&pg=PA35&dq=tipos+de+justificacion+de+una+tesis&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiIiv6n1cr9AhV1I7kGHYrgCOkQ6AF6BAGeEAI#v=onepage&q=tipos%20de%20justificacion%20de%20una%20tesis&f=true>

- Gobierno regional de Apurímac. (2022). *Acuerdo del consejo regional N° 043 - 2022- GR - Apurímac/CR*. Abancay: GRA. Obtenido de <https://app.regionapurimac.gob.pe/transparencia/wp-content/uploads/2022/10/ACUERDO%20DEL%20CONSEJO%20REGIONAL%20N%C2%B0%20043-2022-GR.APURIMAC.CR.pdf>
- Gómez, M. (2006). *Intruducción a la metodologia de la investigacion cientifica*. Cordoba: Bruja. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA85&dq=dise%C3%B1o+de+investigacion+no+experimental&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjWpZSyu8v9AhUHgpUCHZPQC0YQ6AF6BAgJEA#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20de%20investigacion%20no%20experimental&f=true>
- Granados, O. (09 de Marzo de 2022). La transformación del sector turístico hotelero a través del fondo europeo Next Generation EU. *El país*, pág. 5. Obtenido de <https://elpais.com/economia/estar-donde-estes/2022-03-09/la-transformacion-del-sector-turistico-hotelero-a-traves-del-fondo-europeo-next-generation-eu.html>
- Granda, M. A., y Asanza, L. (2019). *Problemas y limitaciones de las pymes ofertantes del servicio hoteles en Santo Domingo*. URE: Santo Domingo –Ecuador. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/10922>
- Grasso, L. (2006). *Encuestas elementos para su diseño y analisis*. Buenos Aeres Argentina: Encuentro. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Encuestas_Elementos_para_su_dise%C3%B1o_y_an/jL_yS1pfbMoC?hl=es&gbpv=1&dq=tecnica+encuesta&pg=PA13&printsec=frontcover
- Hernandez, R., Fernandez, C., y Baptista, P. (2014). *Metodologia de investigacion*. Mexico: McGRAW HILL.
- Mungaray, A., y Ramirez, M. (2004). *Lecciones de microeconomia para microempresas*. Mexico: Conocer. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=jeFb7lu_2hIC&pg=PA161&dq=crecimientos+de+mic

oempresas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiNxbC_3sr9AhVzIrkGHXFbBTAQ6AF6BAgMEA
I#v=onepage&q=crecimientos%20de%20microempresas&f=true

OIT. (30 de Junio de 2021). *OIT: Recuperación del turismo es clave para superar crisis laboral por COVID-19 en América Latina y el Caribe*. Obtenido de OIT: Recuperación del turismo es clave para superar crisis laboral por COVID-19 en América Latina y el Caribe: https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_809292/lang--es/index.htm

Ortega, A., Paz , J., Villarreal, R., Gracida , E., y Guerrero, C. (2006). *Reto de la informalidad y la pobreza moderada*. Mexico: Placso. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=EQvqN75NuHQC&pg=PA30&dq=crecimientos+de+microempresas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjQoru94Mr9AhVUGbkGHaspAx44ChDoAXoECAIQAg#v=onepage&q=crecimientos%20de%20microempresas&f=true>

Paredes, Y., y Quispe, R. D. (2022). *Factors that limit the growth of Micro and Small Grocery Companies in the district of Tambopata*. Madre de Dios: Revista amazonica. Obtenido de <https://revistas.unamad.edu.pe/index.php/racs/article/view/154/295>

Pinargote, K. G., y Loor , T. D. (2021). *COVID-19 AND ITS ECONOMIC IMPACT ON THE HOTEL COMPANIES OF MANTA-ECUADOR*. Ecuador: ECA. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588566096011/588566096011.pdf>

Plaza , J., y Nieves, J. (2020). *The impact of human resources practices on human capital and the organizational performance of Spanish hotels*. Canarias: UPGC. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/426151/283191>

Randon, H. (2022). *Sociedad digital españa 2022*. Madrid España: Taurus - Fundacion telefonica. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=2ZWGEAAAQBAJ&pg=PA501&dq=crecimientos+de+microempresas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi9u6Sz5cr9AhVIR7gEHSvsDjY4FBD0AXoECACQAg#v=onepage&q=crecimientos%20de%20microempresas&f=true>

Sainz, V. (2021). *Hcia una nueva era en la que el mayor desafío que tenemos en gestionar la transicion digital con exito*. Mdrid: Esic. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=YaYWEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=marketi>

ng+digital+y+crecimientos+de+microempresas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjastyb6cr9AhUPJLkGHYj6DT8Q6AF6BAgNEAI#v=onepage&q=marketing%20digital%20y%20crecimientos%20de%20microempresas&

Santos , E. L., y Duarte, M. (2021). *Factores que afectan el crecimiento de las empresas hoteleras en Bucaramanga*. Bogota: UTS. Obtenido de <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/5220>

Ybañez, I. (08 de Enero de 2023). Obtenido de <https://www.infobae.com/america/peru/2023/01/08/industria-turistica-en-el-peru-un-sector-golpeado-fuertemente-por-las-protestas-sociales-y-la-pandemia/>