



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA
MICRO EMPRESA: HOTEL EL DORADO, DISTRITO DE
SAN VICENTE, PROVINCIA DE CAÑETE, 2019**

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

AUTOR:

ORE PÁRRAGA, FRANCO JHAIR

ORCID: 0000-0002-2921-8287

ASESOR:

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

ORCID: 0000-0002-5034-7024

CAÑETE – PERÚ

2020

TÍTULO DE LA TESIS

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA
MICRO EMPRESA: HOTEL EL DORADO, DISTRITO DE
SAN VICENTE, PROVINCIA DE CAÑETE, 2019**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

ORE PARRAGA, FRANCO JHAIR

ORCID: 0000-0002-4923-4380

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

ASESOR

MGTR. RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANA

ORCID: 0000-0002-5034-7024

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Cañete, Perú

JURADO

PRESIDENTE

DRA. CARMEN ROSA ZENOZAIN CORDERO

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

MIEMBRO

LIC. VICTOR HUGO ESPINOSA OTOYA

ORCID ID: 0000-0002-7260-558

MIEMBRO

MGTR. JUAN PABLO MEZA DE LOS SANTOS

ORCID ID: 0000-0001-8852-134

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Carmen Rosa Zenozaín Cordero

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

Presidente

Lic. Víctor Hugo Espinosa Otoya

ORCID ID: 0000-0002-7260-558

Miembro

Mgtr. Juan Pablo Meza de los Santos

ORCID ID: 0000-0001-8852-134

Miembro

Mgtr. Lizbeth Giovanna Ralli Magipo

ORCID: 0000-0002-5034-7024

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios. Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi familia, por el aliento y el interés prestado en el desarrollo de mi vida académica, alentándome a alcanzar los éxitos aspirados.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por guiarme y darme la oportunidad de realizar y culminar este proyecto, dándome salud y vitalidad para afrontarlo.

A mi esposa por su amor y apoyo incondicional
y a mi hijo por ser mi orgullo y mi gran
motivación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad de la micro empresa: Hotel El Dorado, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.” Tiene como enunciado: ¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa: Hotel el Dorado, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019?. Para ello se planteó el siguiente objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad del micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019. Asimismo, metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Con la aplicación de un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 361 huéspedes. Respecto a la atención al cliente: la investigación señala que el servicio brindado por el hotel “EL DORADO” es considerado de nivel bueno por el 58.4% de los encuestados y con un nivel regular por el 41.6%, esto significa que hay aspectos por mejorar, en relación a la capacidad de respuesta y lenguaje usado por el personal, y de esa manera mantener satisfechos a sus huéspedes. Respecto a la Gestión de Calidad: La investigación señala que los servicios brindados por el hotel “EL DORADO” son considerados buenos en un 83.3% y con el 16.7% lo considera regular, es decir aplica los procesos de gestión de la calidad. Por lo tanto, se concluye que la propuesta de mejora estará centrada en mejorar la atención al cliente usando un lenguaje adecuado y entendible para el cliente, así como mejorar la rapidez en la prestación del servicio y solución oportuna de inconvenientes.

Palabras clave: Atención, Cliente, Calidad, Gestión, Hotel.

ABSTRACT

This research paper called “Proposal for improvement in customer service for the management of the quality of the micro enterprise: Hotel El Dorado, San Vicente District, Province of Cañete, 2019.” It has as a statement: What is the proposal for improvement in customer service for quality management in micro and small businesses: Hotel El Dorado, San Vicente District, Province of Cañete, 2019? following general objective: Prepare the proposal for improvement in customer service for the management of the quality of the micro enterprise: Hotel El Dorado, district of San Vicente, province of Cañete, 2019. Also, methodologically, the research has a quantitative approach, with a descriptive level, non-experimental design, cross-sectional. With the application of a questionnaire under the survey technique, which was conducted to 361 guests. Regarding customer service: the research indicates that the service provided by the hotel “EL DORADO” is considered of a good level by 58.4% of the respondents and with a regular level by 41.6%, this means that there are aspects to improve , in relation to the responsiveness and language used by the staff, and in that way keep their guests satisfied. Regarding Quality Management: The research indicates that the services provided by the hotel "EL DORADO" are considered good at 83.3% and with 16.7% consider it regular, that is, it applies the quality management processes.

Therefore, it is concluded that the improvement proposal will be focused on improving customer service using appropriate and understandable language for the client, as well as improving the speed of service delivery and timely resolution of problems.

Keywords: Attention, Customer, Quality, Management, Hotel.

CONTENIDO

	Pág.
TÍTULO DE LA TESIS	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
CONTENIDO	ix
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE FIGURAS	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes	5
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	5
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	9
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	12
2.2.1. Atención al cliente	12
2.2.2. Cliente.....	13
2.2.3. Tipo de cliente.....	13
2.2.4. Estructura en la atención al cliente	14
2.2.5. Objetivo de la Atención al Cliente	15
2.2.6. Importancia de la Atención al Cliente.....	15
2.2.7. Como optimizar la atención al Cliente.....	15
2.2.8. Necesidades del Cliente.....	16
2.2.9. Claves para mejorar la atención al Cliente.....	16
2.2.10. Gestión de la Calidad	17
2.2.11. Características de la gestión de calidad	19
2.2.12. Importancia de la Gestión de Calidad.....	20
2.2.13. Principios de la Gestión de la Calidad.....	20
2.2.14. Fundamentos de la Gestión de calidad.....	23
2.2.15. Teoría de las MYPES.....	23
2.3. Marco Conceptual	24

III. HIPÓTESIS	27
IV. METODOLOGÍA	28
4.1. Diseño de la investigación	28
4.1.1. El tipo de investigación	28
4.1.2. Nivel de la investigación de las tesis.....	28
4.2. Población y muestra	29
4.2.1. Población.....	29
4.2.2. Muestra	29
4.3. Definición y operacionalización de variables	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
4.4.1. Técnicas.....	33
4.4.2. Instrumentos.....	33
4.5. Plan de análisis.....	33
4.6. Matriz de consistencia.....	34
4.7. Principios éticos	35
V. RESULTADOS	35
5.1. Resultados	37
5.2. Análisis de resultados	45
VI. CONCLUSIÓN.....	48
PLAN DE MEJORA.....	51
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	53
ANEXOS.....	58
1.- Encuesta.....	58
2.- Consentimiento informado.....	60
3.- Ficha RUC	61

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	31
TABLA 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA	34
TABLA 3: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DE LOS NIVELES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.....	37
TABLA 4: DESCRIPCIÓN DE LA DIMENSIÓN LENGUAJE DEL PERSONAL.....	38
TABLA 5: DESCRIPCIÓN DE LA DIMENSIÓN NORMAS BÁSICAS.....	39
TABLA 6: DESCRIPCIÓN DE LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA	40
TABLA 7: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DE LOS NIVELES DE LA GESTIÓN DE CALIDAD.....	41
TABLA 8: DESCRIPCIÓN DE LA DIMENSIÓN PLANEAMIENTO DE CALIDAD	42
TABLA 9: DESCRIPCIÓN DE LA DIMENSIÓN MEJORA DE CALIDAD	43
TABLA 10: DESCRIPCIÓN DE LA DIMENSIÓN CONTROL DE CALIDAD	44

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: NIVELES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.....	37
FIGURA 2: NIVELES LENGUAJE DEL PERSONAL DE LOS NIVELES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.....	38
FIGURA 3: NIVELES DE LAS NORMAS BÁSICAS DE LOS NIVELES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.....	39
FIGURA 4: NIVELES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA DE LOS NIVELES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE	40
FIGURA 5: NIVELES DE LA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD.....	41
FIGURA 6: NIVELES DE DEL PLANEAMIENTO DE CALIDAD	42
FIGURA 7: NIVELES DE LA MEJORA DE CALIDAD.....	43
FIGURA 8: NIVELES DEL CONTROL DE CALIDAD.....	44

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada en la mejora en la atención al cliente en una empresa hotelera para gestión de calidad; el cual es un factor muy esencial para el éxito del negocio que debe ser brindada primordialmente en función de las necesidades o deseos del cliente. Puesto que incrementará la afluencia de visitantes por ende se obtendrá mayores ingresos económicos.

En la actualidad las organizaciones no solo buscan vender sus producto o servicios, sino también posicionarse y ser reconocidos como los mejores en el mercado; si bien es cierto el cliente siempre prefiere al establecimiento que mejor imagen tiene tanto externo como interno, también deben de tener en cuenta en nivel de productividad de los de los trabajadores, porque un trabajador bien orientado y motivado dará todo de sí para realizar y ofrecer un buen trabajo al cliente en este caso al huésped .

El sector hotelero ha tenido un crecimiento importante en el Perú por los niveles de inversión que se han dado en los últimos cinco años. Sin embargo, la gran mayoría de los alojamientos en el país andino no está manejada ni operado por profesionales con estudios y capacitación. "Hay mucho empirismo a nivel de establecimientos de hospedaje o restaurantes y eso se nota a nivel principalmente de provincias, pero también en la capital". En ese sentido, hace falta mayor inversión en capacitación para mejorar la calidad de servicio y profesionalización en el personal que labora en los hoteles de todo el país, así como capacitar a los actuales profesionales.

Nuestro país es un gran atractivo turístico que cuenta con numerosos destinos que atraen a turistas tanto nacionales como internacionales. La industria hotelera en Lima se ha desarrollado considerablemente a través de los años y los servicios que estos hoteles ofrecen también. Dado que la tecnología ocupa un lugar importante, como se menciona anteriormente, dentro de la operación y la atención al cliente, es importante que el Hotel “El Dorado” conserve un lugar alto dentro de los servicios ofrecidos. Para lo cual se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad de la microempresa Hotel el Dorado, ¿Distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019? Por lo siguiente se plantea el Objetivo general: Elaborar un plan de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad de la microempresa Hotel El Dorado, del distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019”. Considerando Objetivos específicos:

Describir las características de atención al cliente de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.

Determinar las características de la gestión de calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.

Determinar la propuesta de mejora de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.

Esta investigación, nos permitirá conocer desde el punto de vista teórico respecto a los principales modelos y teorías de la atención al cliente y gestión de la calidad que permitirá describir la problemática en el sector hotelero y plantear una propuesta de solución.

La justificación práctica al realizar la investigación, radica en conocer las características de la atención al cliente y la gestión de la calidad ofrecido por la empresa hotelera el Dorado; a partir de ello se podrá determinar la implementación del plan de mejora que les servirá no solo a los dueños del hotel, sino también a otros empresarios del rubro hotelero para mejorar la gestión de calidad considerando en primer lugar la satisfacción del cliente, generando beneficios para el desarrollo del sector turístico de la provincia de Cañete.

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación sigue el rigor del método científico lo cual garantiza la confiabilidad de la información lo cual permitirá que sirva de referencia para futuras investigaciones.

Asimismo, metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Con la aplicación de un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 361 huéspedes.

Respecto a los resultados, en cuanto a la atención al cliente: la investigación señala que el servicio brindado por el hotel “EL DORADO” es considerado de nivel bueno por el 58.4% de los encuestados y con un nivel regular por el 41.6%, esto significa que hay aspectos por mejorar, en relación a la capacidad de respuesta y lenguaje usado por el personal, y de esa manera mantener satisfechos a sus huéspedes. Respecto a la Gestión de Calidad: La investigación señala que los servicios brindados por el hotel “EL DORADO” son considerados buenos en un 83.3% y con el 16.7% lo considera regular, es decir aplica los procesos de gestión de la calidad. Por lo tanto, se concluye que la propuesta de mejora estará centrada en mejorar la atención al cliente usando un lenguaje adecuado y entendible

para el cliente, así como mejorar la rapidez en la prestación del servicio y solución oportuna de inconvenientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Villalba (2016). Según su estudio “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*”. En la ciudad de Quito – Ecuador. Para optar el título de Ingeniería en Gestión Hotelera. Cuyo objetivo general fue: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Con un diseño de investigación descriptiva, con una población de 3000 clientes y solo tomó una muestra de 341 clientes con el cual realizó las encuestas de 15 preguntas. Llegó a la conclusión que debería implementar programas de capacitaciones al personal que se ejecuten mínimo dos veces al año y cada quien realice actualización del menú, que mejore los conocimientos y habilidades de los colaboradores, y con esto la calidad en el servicio. También debería implementar un manual de procedimiento que permita mejorar los procesos de servicios de los establecimientos.

Quezada (2016) En su trabajo de investigación titulada: “*Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*”. Para optar el título profesional de Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebida en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador. Cuyo objetivo General:

Proponer un modelo de calidad, para la mejora continua en la presentación de productos y servicios en los restaurantes del Cantón de Ambato, empleó la metodología de la investigación científica, para el desarrollo de este trabajo, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, de la misma forma nos plantea el estudio o análisis de las mismas. Llego a la conclusión de que los restaurante de Ambo le falta más conocimiento sobre la gestión de calidad , por lo que se le propone el modelo de gestión de calidad P.D.C.A, que coadyuve en la solución de los procesos de producción de empresas dedicadas a la industria de la restauración.

Armijos S. (2016) En su investigación titulada: *Manual de gestión de calidad para la empresa Comercial Roxana del Cantón Milagro*. Para optar el título de “Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría. Ecuador. Tiene como objetivo general: Crear un manual de gestión de calidad para el Comercial Roxana que garantice la efectividad operativa y la satisfacción del cliente; La metodología de esta investigación fue cualitativo - cuantitativo. El enfoque cualitativo se aplicó mediante una entrevista a la Encargada de Recursos Humanos para tener una mejor apreciación del objeto de investigación, el enfoque cuantitativo mediante el uso de la encuesta el cual permitió recolectar datos sobre la gestión de calidad. Se utilizó como instrumento de recolección de datos la entrevista y la encuesta. Tiene una población finita de 1000 personas para lo cual se obtuvo una muestra de 278 encuestas para medir el grado de satisfacción de los clientes, y 40 encuesta para los empleados de la empresa ya que eso servirá para conocer la gestión de calidad que tiene Comercial Roxana. Se concluye que, por falta de información y capacitación no se aplica una buena gestión

de calidad para, por ende, se debe implementar un manual de gestión de calidad para brindar un buen servicio y así llegar a la satisfacción de los clientes además de dar eficiencia y eficacia a la empresa.

Joubert (2015). Según su estudio “*Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*”. Para optar el grado de Maestría de la U.N. de Quilmes. Cuyo objetivo general fue: Indagar sobre la potencialidad y la factibilidad de aplicar SGC en los hoteles de la ciudad de Neuquén y, a partir del análisis, sugerir propuestas que permitan a los gerentes y/o dueños involucrarse paulatinamente en el proceso de implementación de estos. Se llevó a cabo una investigación cualitativa de carácter descriptivo. Se concluyó que a medida que se fue realizando el análisis de la información, se fueron comprobando cada una de las Hipotesis planteadas. Se puede confirmar que la investigación contribuye a dar un panorama cierto de la situación hotelera de la ciudad de Neuquén, así como de las opiniones y percepciones de los gerentes y dueños acerca de la implementación de los SGC. En estos últimos años, la ciudad de Neuquén se ha posicionado como un gran centro de referencia empresarial, administrativo y comercial, que alberga una gran cantidad de servicios, infraestructura y equipamiento, propiciando el desarrollo de sedes de grandes empresas relacionadas, principalmente, con las actividades petrolera, gasífera, minera, hidroeléctrica y estatal. Asimismo, se ha fortalecido como una ciudad de paso para aquellos que se dirigen a los destinos turísticos de la provincia, a quienes provee un servicio de

“pernocte” con estadías de una noche, además de otros servicios necesarios propios de una gran ciudad

Jurado (2014). En su investigación titulada: *“Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”*. Para grado de Magister. Se realizó en la ciudad de Quito – Ecuador. Cuyo objetivo general fue: determinar el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en la ciudad de Quito, con la finalidad de mejorar los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200. La investigación tuvo un diseño descriptivo – situacional, con un enfoque cuantitativo de lo cual se aplicando un cuestionario de preguntas para la recolección de datos dirigida hacia los clientes, diseñado bajo el modelo de Servqual y Dineserv con una población de 4504, de lo cual tomo una muestra de 241 clientes. Llego a la conclusión que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio recibido, sin embargo, hay aspectos que mejorar dentro del proceso, así como otros que reestructurar.

González, (2013). En su investigación denominada: *“Análisis de Rentabilidad en Empresas Hoteleras: Rentabilidad del Servicio de Restaurante VS Servicios de Hotel. Caso Práctico Hotel Cuenca”*. Cuenca – Ecuador. Para optar el título de contador. Cuyo objetivo general fue: analizar la rentabilidad en empresas hoteles y determinar si el servicio de restaurante o el área de servicio de habitaciones de hotel en general. Con una investigación metodología descriptiva, teniendo un enfoque cuantitativo en lo cual se realizó encuesta para poder lograr obtener la información necesaria para el

planteamiento de las variables. Concluyo que la liquidez de la empresa se encuentra en un margen aceptado lo cual está confirmado por la investigación que se realizó. Asimismo, se planteó establecer factores que intervengan en el crecimiento del negocio y proporcionar al área de administración información útil y sencilla para poder tomar mejores decisiones; con una metodología de investigación cuantitativa y logrando obtener un análisis de investigación vertical.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Campos (2019) En su investigación titulada: *Caracterización de la Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios Rubro Restaurante en el Distrito de Sullana, Año 2018*. Para optar el título profesional de licenciada en administración. Cuyo objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018. La metodología de esta investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. La población para la variable de la gestión de calidad está conformada por 40 empresas de restaurantes y la población para la variable de atención al cliente fue infinita con una muestra estadística de 384 clientes. Aplicándose una técnica de encuesta, para recoger información por medios de un cuestionario prediseñado. Concluye que, para medir la optimización de la atención al cliente, es mediante una serie de proceso, siguiendo las normas básicas por medios de utilización de técnicas y formas para que el servicio sea eficiente y efectivo.

Calderón (2019) En su investigación titulada: “*Gestión de Calidad con el enfoque de Atención al Cliente de las MYPE del Sector Servicio Rubro Hoteles de Dos Estrellas de la Ciudad de Juliaca Año 2019*”. Para optar el título profesional de Licenciada en Administración. Cuyo objetivo general: Describir la práctica de gestión de calidad con en el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector servicio rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Juliaca año 2019. La metodología de esta investigación fue tipo cuantitativa y de nivel descriptiva, con diseño transversal y no experimental, Se aplicó la técnica de encuesta con la herramienta de cuestionario de 22 preguntas, con una población de 96 clientes. Concluye que, aplicando todas las herramientas de gestión de calidad y atención al cliente, logrando ser competitivo en el mercado globalizado. Se concluye que los hoteles de dos estrellas se encuentran una deficiencia en la gestión de calidad asimismo el servicio de atención al cliente es pésimo, por lo cual se recomienda mejorar las herramientas de la gestión de calidad y mejorar las características de la atención al cliente.

Villegas (2018) En su investigación titulada: “*La gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPE en el Sector Servicio – Rubro Hoteles Distrito de Chimbote Provincia del Santa 2017. Caso Del Hotel Boulevard*”. Para optar el bachiller en ciencias administrativas. Cuyo objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio rubro – hoteles distrito de 4

Chimbote provincia del Santa 2017. Caso de hotel Boulevard. La metodología de esta investigación fue tipo cuantitativa y de nivel descriptiva, con diseño transversal y no experimental, Se aplicó la técnica de encuesta con la herramienta de cuestionario de 28 preguntas. Concluye que aplica todas las herramientas de gestión de calidad y atención al cliente, logrando ser competitivo en el mercado globalizado.

Águila (2017). En su investigación: *“Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, Año 2017”*. Para obtener el título de Licenciado en Administración. Se realizó en la ciudad de Pucallpa – Perú. Cuyo objetivo general fue: El objetivo general es demostrar que la correcta aplicación de la gestión de calidad en la Mypes del rubro hoteles ecológicos dará como resultado una buena atención y plena satisfacción del cliente por parte de los empleados. Con un diseño de investigación descriptiva y un enfoque cuantitativo. Se aplicará un cuestionario con 20 preguntas cerradas. Llego a la conclusión que el que deben aplicar las herramientas del proceso de la gestión de calidad y atención al cliente para obtener mayores ingresos y satisfecho a sus huéspedes. Además, debe contar con capacitaciones constante para sus colaboradores.

Saavedra (2019). En su investigación: *“La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de huanchaco, 2019”*.

Para obtener el título de Licenciado en Administración. Se realizó en la ciudad de Trujillo – Perú. Cuyo objetivo general fue: Determinar las características en la gestión de calidad y plan de mejora en el micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019. Con un diseño de investigación descriptiva y un enfoque cuantitativo. Se aplicará un cuestionario a 12 microempresas, a quien le aplicaron un cuestionario con 28 preguntas cerradas. Llego a la conclusión que conoce la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente y medir el rendimiento del personal aplicando el proceso de gestión de calidad.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Atención al cliente

Blanco (como se citó en Pérez, 2007). “Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p.46).

Díaz (2016) Define la atención “En el proceso a través del cual podemos dirigir nuestros recursos mentales en algunos aspectos del entorno. Se refiere al estado de observación y alerta que nos permite tomar conciencia de lo que sucede en el entorno. La atención controla la actividad mental y conductual”. (p.26).

2.2.2. Cliente

Para Bastos (2006) define al cliente “como la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente” (p. 2).

2.2.3. Tipo de cliente

2.2.3.1. Cliente Ocasional

Muñiz (2017). El autor indica que “estos clientes nos compran, pero lo hacen muy pocas veces. Hay que analizar las necesidades reales que tiene estos clientes para saber por qué nos compran o requieren nuestros servicios. Hay que analizar los motivos de su compra esporádica: están insatisfechos con los productos o servicios, solo les interesa por su precio. El objetivo es hacer que estos clientes regresen y para ello hay que dedicarles tiempo y recursos si es necesario” (p. 9)

2.2.3.2. Cliente Genérico o Promedio

Muñiz (2017). El autor indica que “estos clientes están en el medio de toda la clasificación. Por lo general, compra bastante a menudo, pero pocas cantidades. Pero a un cliente genérico hay que prestarle atención en base a su importancia comercial. El hecho de tener muchos clientes promedio es porque tienes un buen producto o servicio, pero se está fallando en la forma de gestionar las acciones comerciales o ventas” (p. 9).

2.2.3.3. Clientes Fieles

Muñiz (2017). El autor indica que “estos clientes son los que por lo general es más fácil venderles porque están contentos con nuestros productos o servicios. Por lo general estos clientes están ahí no por sus precios sino porque comparten y valoran la actividad de la empresa. Es importante conocer a estos clientes y como se les puede ofrecer, más productos o nuevos servicios” (p. 9).

2.2.4. Estructura en la atención al cliente

Orientación al mercado:

Blanco (2013) Menciona que toda organización que busque la competitividad y eficiencia debe enfocarse en sus estrategias hacia el mercado y considerar las opiniones de los clientes. (p.60).

Expectativas de los clientes:

Blanco (2013) Menciona que los clientes van a un negocio con una expectativa determinada sobre el servicio o productos que desea adquirir. El personal debe conocer dichas expectativas para dar una respuesta de inmediata y poderles cumplir con sus expectativas de los clientes. (p.60).

Satisfacción de los clientes

Blanco, (2013) Indica que si la organización se enfoca en cumplir todas las expectativas de los clientes, y el cliente se va sentir satisfecho con la compra realizada. (p.60).

2.2.5. Objetivo de la Atención al Cliente

Zelada (2016) plantea los siguientes objetivos: “Escuchar al cliente activamente para atenderlo oportunamente, Asesorarlo y presentarle la mejor opción disponible, Definir con él aquellos beneficios que desea o necesita, Responder todas sus inquietudes, Aclarar sus dudas, Ofrecer todas las garantías y referencias, Coordinar con el cliente todo acerca de su compra, Efectuar un seguimiento tanto de satisfacción del cliente por el producto o servicio brindado, entre otros” (p. 13).

2.2.6. Importancia de la Atención al Cliente

Zelada, L. (2016) nos dice que la importancia de la atención al cliente “en la actualidad se ha vuelto una importante ventaja competitiva que permite dentro del mercado mantenerse y crecer, así como también la obtención de la rentabilidad” (p. 13).

2.2.7. Como optimizar la atención al Cliente

Para Soto (2015) Menciona que la atención al cliente es uno de los aspectos más importante de la empresa. Manifiesta lo siguiente:

- A. Ofrecerle la mejor atención brindándole una sonrisa, ser amable y cordial.
- B. Ofrecer asesoramiento a los clientes con respecto a lo que ofrece la empresa e incluso dar indicaciones de cómo se utiliza el producto.
- C. En algunos casos es tener presencia y en otras se necesita habilidades de marketing.
- D. Se debe utilizar un lenguaje claro y adecuado hacia los clientes

- E. El personal tiene que estar capacitado para atender al cliente, con un trato de acuerdo a la forma de actuar de la empresa. Para que lo clientes se encuentre familiarizado con la empresa.
- F. La empresa ha de ser única este aspecto y darle su propio toque personal que le diferencie de los demás.
- G. El tiempo que se da para la atención al cliente debe ser rápido de inmediato.

Cuidar los detalles, porque el cliente es importante para el crecimiento de la empresa. (p.45).

2.2.8. Necesidades del Cliente

Blanco (2013) Menciona que los clientes manifiestas sus necesidades en el mercado en forma de demanda. Es fundamental que la organización deba conocer sus orígenes y componentes para dar a los clientes una buena atención. El personal debe estar capacitado para poder atender las necesidades de los clientes y poderles ofrecer aquellos productos que satisfagan sus necesidades. (p.59).

2.2.9. Claves para mejorar la atención al Cliente

Para Chamorro (2016) Menciona unas claves para mejorar la atención al cliente:

- A. El cliente es lo primero.
- B. Escuchar de manera activa las necesidades de los clientes.
- C. Transmitir una imagen. Confianza. Diligencia y profesionalidad. (p.62)

2.2.10. Gestión de la Calidad

2.2.10.1 Definición

Munch, (Como se citó en Rubio y Uribe, 2013) Indica que la gestión de calidad es el conjunto de actividades coordinadas que se despliegan de la función general de la dirección, planificación y logística; sistemáticamente enfocadas a determinar e implantar la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades; éstas se establecen por medio de la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad dentro de un sistema de gestión, incluyendo la planeación estratégica, la asignación de recursos, el desarrollo de actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad (p.45).

Según Pérez y Gardey (2014) Denomina la gestión de calidad como un mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren. Por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa, mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc. (p.56).

Para Chicana, Jorge (2017) Indica que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las

actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones. (p.36).

Teoría de la Gestión de Calidad

A. Teoría de William Edwards Deming

Deming (Como se citó por Nava, 2005) Nos habla que “la gestión de calidad implica una filosofía de gestión. para satisfacer a los clientes a través de la orientación total de la empresa a la calidad., que es entregar a los clientes y a nuestros compañeros de trabajo productos y servicios sin defectos y hacerlos a tiempo, en este caso, considera dos tipos de clientes los internos y externos”. (p.35)

Deming (Como se citó por Nava, 2005) propone un Círculo de mejora continua, que consiste en cuatro pasos esenciales para mejorar la calidad en la empresa:

Planear: Esto considera hacia donde se quiere llegar, un diagnóstico actual de la empresa, luego una posible solución y por último un plan de trabajo a efectuar en la empresa. (p.36)

Hacer: En esta etapa se aplicará el plan de trabajo establecido y se tendrá que controlar que todo el proceso siga su cauce según lo proyectado por la empresa. (p.36)

Verificar: Se tiene que identificar los problemas que se van formando en el proceso, también evaluar los efectos y recoger los resultados. (p.36)

Actuar: Ello implica que se van analizar los resultados, confirman los cambios y se inicia con el mejoramiento de la empresa. (p.36).

2.2.11. Características de la gestión de calidad

Según Camisón (2006) la gestión de calidad cuenta con cuatro características:

- a) **Planeamiento de calidad:** las organizaciones son las responsables de la Gestión de una atractiva calidad que pueda brindar un producto al consumidor, el cual será de mucha importancia para el prestigio y confesión dentro del mercado. (p.44).
- b) **Control de calidad:** e basa precisamente en el procedimiento de problemas que puedan existir dentro de un producto por el deterioro de calidad, y que no se llega a cumplir las cualidades esperadas. (p.44).
- c) **Aseguramiento de la calidad:** Está en seguimiento de líneas de actuación planificada y sistemática dentro de un sistema de gestión de calidad de la organización, lo cual debe ser confirmado con objeto de obligación de confianza adecuada, tanto para la empresa como para los consumidores y proveedores. (p.44).
- d) **Mejoras en la calidad:** Es el incremento día a día para que las organizaciones ofrezcan un buen producto y satisfaga de una manera

eficiente a sus consumidores, esto también engloba al servicio que puedan tener sus colaboradores dentro de la organización. (p.44).

2.2.12. Importancia de la Gestión de Calidad

La Norma ISO 9001, destaca la importancia de la gestión de calidad como:

La gestión de calidad ayuda a reducir la improvisación: es una herramienta que nos permite llevar todos los procesos de la empresa. De tal manera que podamos dar solución a la brevedad posible en funcionamiento normales, óptimas o adversas.

La Gestión de calidad brinda una oportunidad clave: Nos ayuda a planificar y también a establecer los mecanismos para el seguimiento, control y mejora de la calidad de cada proceso.

A través de la aplicación eficaz del sistema: Permite alcanzar una estabilidad en el desempeño de los procesos, lograr productos con ceros defectos desde el inicio, reduciendo los costos, obteniendo una alta productividad y un importante ahorro de costos para la empresa.

2.2.13. Principios de la Gestión de la Calidad

Según Asensi., Soler y Pérez (2017). Las normas ISO 9001 señala que la organización tiene que tomarse no como un sistema de implementación, sino como un sistema de referencia y que se obtengan resultados de calidad, dentro de los principios podemos encontrar ocho:

2.2.13.1. Enfoque al cliente: La organización debe entender las necesidades de sus clientes actuales y futuras debido a que se debe a ellos propios, por lo tanto, debe conocer cuáles son sus posibilidades, que le gustaría que la organización le ofreciera, que cambios debería tener el producto o servicio, para conseguir que todas las empresas deben dedicarse a sus clientes específicamente, estar al tanto de los cambios o nuevas expectativas que aparecen dentro del mercado y dar respuesta de solución a los diferentes cambios que se dan dentro del rubro. (p.13).

2.2.13.2. Liderazgo: El liderazgo es un vínculo que involucra a todo el equipo de la organización y sobre todo a la alta conducta quienes comprometido de los logros obtenidos en equipo para poder logra los objetivos ya de cada uno de nosotros y también de la organización. (p.13).

2.2.13.3. Participación del personal: Adentro de la organización se debe tener muy en claro que el personal es principal para poder lograr los objetivos planteados, esto debido a que la empresa explota las habilidades y responsabilidad del participante y que sirven para el beneficio de la empresa, por tal razón la empresa debe tener muy de cerca al personal brindarte atención, confianza y hacerle sentir que es muy importantes dentro de la empresa. (p.13).

2.2.13.4. Enfoque basado en procesos: Dentro de una organización se valora los resultados obtenidos, todo esto se logra cuando las actividades y los recursos se desarrollan de una manera muy eficiente y hace posible que los procesos sea la parte fundamental de cada beneficio obtenido. (p.13).

2.2.13.5. Enfoque de sistema para la gestión: La organización debe identificar y sobre todo, gestionar para tener un sistema que contribuya en la eficiencia, eficacia de la empresa por el cual será muy importante detectar y gestionar de una forma muy específica cada proceso que se desarrollara y que hará permisible el logro de los objetivos planteados. (p.13).

2.2.13.6. Mejora continua: La organización está obligada a un avance permanente debido a la competencia y aparecimiento de nuevas posibilidades, por ello se deben aplicar procesos para lograr tener resultados, es muy importante dentro de la organización el saber planificar, hacer, verificar y actuar para tener una mejora permanente. (p.13).

2.2.13.7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Adentro de la organización siempre es importante tomar decisiones para corregir cada proceso, para ello es importante basarse en análisis de datos de información obtenidos que puedan ayudar a evitar cualquier caos dentro de la organización. (p.13).

2.2.13.8. Relaciones mutuas con el proveedor: Para la organización es muy importante tener una comunicación asertiva con sus proveedores, debido a que le permite agrandar la capacidad para crear valor y el proceso de nuevas estrategias que hace posible mejorar la productividad y rentabilidad de ambos. El sistema de gestión de calidad se basa en una decisión estratégica que opta en tomar cada dirección de la empresa. (p.13).

2.2.14. Fundamentos de la Gestión de calidad

Para Udaondo (2014) da a conocer las razones principales de la gestión de calidad y son las siguientes:

- A. Su objetivo es el mismo de las empresas, ser competitivos y mejorar
- B. continuamente.
- C. Pretende apoyar a cubrir los requerimientos del consumidor.
- D. Los recursos humanos con su elemento más importante.
- E. Es necesario la labor de equipo para alcanzarlo.
- F. La intervención, la información y la comunicación de todos los niveles son los elementos imprescindibles.
- G. Procura reducir los valores a través de la evitación de anomalías.
- H. Conlleva establecer propósitos de Avance permanente y la
- I. ejecución de un monitoreo periódico de efectos.
- J. Es componente de la gestión de la empresa, de cuya política de ejecución representa un propósito táctico esencial. (p.6)

2.2.15. Teoría de las MYPES.

En el Perú las MYPES enfrentan dificultades para convertirse en unidades productivas y competitivas. Las dificultades que se observan se centran en acceso al mercado, rentabilidad; financiamiento; tecnológica; innovación y transferencia; capacitación y asesoría. El problema mayor de las MYPES es su dificultad de acceder al mercado. Para enfrentar esta limitación se han desarrollado diversos

mecanismos como información sobre mercados, la oferta a través de consorcios, ruedas de negocios que contribuyen al encuentro entre oferta y demanda, o venta de servicios a través de subcontratación.

Según la Ley N° 28015. Ley de Promoción y Formalización de la Micro Pequeña Empresa, nos menciona lo siguiente:

Art.4 El estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPES y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permiten la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenido.

2.3. Marco Conceptual

Atención al cliente

(Diaz, 2016) “La atención es el proceso a través del cual podemos dirigir nuestros recursos mentales en algunos aspectos del entorno. Se refiere al estado de observación y alerta que nos permite tomar conciencia de lo que sucede en el entorno. La atención controla la actividad mental y conductual.” (p.26)

Calidad

Fontalvo y Vergara (2010) “la calidad es el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes” (p.22).

Gestión de Calidad

Chicana (2017) Nos indica que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones. (p.36).

Cliente.

Bastos (2006) define al cliente “como la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente” (p. 2).

Expectativas

Lovelock (2004) Las expectativas de las personas sobre los servicios están influenciadas por varios aspectos: sus experiencias previas, comentarios de otros clientes, necesidades personales, etc (p.35)

Servicio

Según Fisher y Navarro (1994) nos dice que es “un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que ofrece servicios”. (p. 185)

Hoteles

Martínez (2013). Es un establecimiento dedicado al alojamiento de huéspedes o viajeros. Planificado y acondicionado para otorgar servicio a las personas

temporalmente que permite a los visitantes sus desplazamientos en los lugares a los cuales va de forma temporal. (p. 6).

III. HIPÓTESIS

La presente investigación es descriptiva, no trata de establecer relaciones entre las variables, por lo tanto, no requiere de formulación de Hipótesis.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) refiere: “Las hipótesis son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones” (p. 93).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Se aplicó un diseño No experimental – Transversal

No experimental, Según Bernal (2010) Se realiza sin operar premeditadamente las

variables, es decir, se observa el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. (p.43).

Es Transversal, Para Hernández, Fernández & Baptista (2010) Indica que el estudio se realiza en un determinado espacio de tiempo. (p.151).

4.1.1. El tipo de investigación

El tipo de investigación usada fue cuantitativo.

Para Vara (2010) Tiene” un enfoque cuantitativo, donde se define que es un estudio basado en medición de cantidades o magnitudes; por tanto, se desea estudiar un fenómeno que puede ser expresado en datos numéricos, este tipo de investigación es la más apropiada”. (p.160)

4.1.2. Nivel de la investigación de las tesis.

El nivel de investigación es descriptivo, ya que se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) es descriptivo porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (p.126).

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

Hernández, Fernández & Baptista (2010) los autores afirman que la población es: “un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

Población N° 1: En base al estudio cuantitativo, la población estuvo conformada por todos los huéspedes que frecuenta a la micro empresa hotel “EL DORADO” durante el periodo 2019. Con un total de 6,000 huéspedes durante todo el periodo.

Población N° 2: En base al estudio cuantitativo, la población estuvo conformada por las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles del distrito de San Vicente de Cañete, en el año 2019, un total de 60 hoteles.

4.2.2. Muestra

Palomino, J. (2015) nos dicen que la muestra “es un sub conjunto representativo de una población” (p 140).

Muestra N° 1: La muestra será determinada por muestreo probabilístico para determinar el número de clientes, para poblaciones finitas. Estará compuesta por

el estudio de caso de un micro empresa y será aplicada a 361 clientes del hotel El Dorado.

Donde:

n: Tamaño de muestra

z: Nivel de confianza (Considerado para 95% de confianza = 1.96)

p: Probabilidad 0.5%

q: No probabilidad (donde Q=1-P), es decir: 0.5%

e: Error permitido = 0.05

En ese orden de ideas, la muestra de la variable Calidad del Servicio al cliente se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{z^2 * p * q * n}{e * (n-1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 6000}{(0.05)^2 * (6000-1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 360.75 < > 361$$

Muestra N° 2: Está conformada por 6 miembros del personal administrativo de la MYPE: “EL DORADO “, en el año 2019.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES	ESCALA
ATENCIÓN AL CLIENTE	Blanco (Como se citó en Pérez, 2007). Nos dice que “es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p. 46).	Se pretende determinar las características de la atención al cliente de la MYPE A través de las dimensiones: lenguaje del personal, normas básicas, capacidad de respuesta.	LENGUAJE DEL PERSONAL	Soto (2015) Ofrecerle la mejor atención brindándole una sonrisa, ser amable y cordial. Se debe utilizar un lenguaje claro y adecuado hacia los clientes. (p.45).	Lenguaje claro Atención personalizada	LIKERT
			NORMAS BASICAS	Soto (2015) Son reglas básicas de conducta que el personal tiene que estar capacitado para atender al cliente, con un trato de acuerdo a la forma de actuar de la empresa. (p.45).	Protocolo de Atención	
			CAPACIDAD DE RESPUESTA	Soto (2015) El tiempo que se da para la atención al cliente debe ser rápido de inmediato.	Rapidez del servicio Nivel de tiempo de espera	
				(p.45).	Disposición de ayuda	

Fuente: Elaboración propia

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES	ESCALA
GESTIÓN DE CALIDAD	Según Pérez y Gardey (2014) denomina la gestión de calidad como un mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren. Por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa, mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc. (p.56)	Se determinará las características de la gestión de la calidad de la MYPE a través de la Trilogía de Juran	PLANEAMIENTO DE CALIDAD	Camison (2006) Las organizaciones son las responsables de la Gestión de una atractiva calidad que pueda brindar un producto al consumidor, el cual será de mucha importancia para el prestigio y confesión dentro del mercado. (p.44).	Identificación de clientes Definición de objetivos Necesidades del cliente	LIKERT
			MEJORA DE CALIDAD	Camison (2006) Es el incremento día a día para que las organizaciones ofrezcan un buen producto y satisfagan de una manera eficiente a sus consumidores, esto también engloba al servicio que puedan tener sus colaboradores dentro de la organización. (p.44).	Infraestructura Tecnología Equipo de Trabajo	
			CONTROL DE CALIDAD	Camison (2006) Se basa precisamente en el procedimiento de problemas que puedan existir dentro de un producto por el deterioro de calidad, y que no se llega a cumplir las cualidades esperadas. (p.44).	Estrategia Retroalimentación Capacitación	

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación se requiere contar con técnicas e instrumentos que nos permitan recolectar información confiable y válida. En esta etapa se realiza trabajo de campo y la información obtenida permitirá responder a nuestras preguntas de investigación y lograr nuestros objetivos planteados.

4.4.1. Técnicas

Hernández, Fernández & Baptista (2010) La encuesta “es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”.(p.46)

4.4.2. Instrumentos

Se utilizó un cuestionario estructurado de 19 preguntas

Bernal (2010) sostiene que: “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p. 250).

4.5. Plan de análisis

Para la presente investigación se realizó la recolección de datos haciendo uso del análisis descriptivo entre la propuesta de mejora de la atención al cliente en la gestión de calidad. En la tabulación de los datos se tuvo como soporte el programa: IBM SPSS Statistics versión 25: SPSS es un software popular entre los usuarios de Windows, es utilizado para realizar la captura y análisis de datos para crear tablas y gráficas con data compleja.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2: Matriz de Consistencia

PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCION AL CLIENTE PARA LA GESTION DE LA CALIDAD DE LA MICRO EMPRESA: HOTEL EL DORADO, DISTRITO DE SAN VICENTE, PROVINCIA DE CAÑETE, 2019.				
ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION
¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019?	Objetivos General	Atención al Cliente		Diseño de la investigación No experimental Transversal Tipo de la investigación Un enfoque cuantitativo Nivel de investigación Descriptivo Técnica Encuesta Observación directa Instrumento Cuestionario Técnica documental Población La población estuvo conformada por 60 hoteles del distrito de San Vicente Muestra Muestra 1: Está conformada por 361 huéspedes la MYPE: “EL DORADO “, en el año 2019. Muestra 2: Está conformada por 6 miembros del personal administrativo la MYPE: “EL DORADO “, en el año 2019
	Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad de la micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.	Blanco (Como se citó en Pérez, 2007). Nos dice que “es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p. 46).	Lenguaje del personal	
	Objetivo Especificos		Normas Básicas	
	Describir las características de atención al cliente de la micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.		Capacidad de Respuesta	
	Determinar las características de la gestión de calidad de la micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.	Gestión de Calidad	Planeamiento de calidad	
	Determinar la propuesta de mejora de la micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.	Según Pérez y Gardey (2014) denomina la gestión de calidad como un mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren. Por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa, mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc. (p.56)	Mejora de Calidad	
		Control de Calidad		

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

Aprobado por acuerdo del consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH Católica, de fecha 25 de enero de 2016

Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

Beneficencia y no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren

prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Consentimiento informado y expreso. - En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Atención al Cliente

Tabla 3: Distribución de frecuencia de los niveles de la atención al cliente

Distribución de frecuencia de los niveles de la atención al cliente para la gestión de la calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	150	41,6
Bueno	211	58,4
Total	361	100,0

Fuente: Elaboración Propia

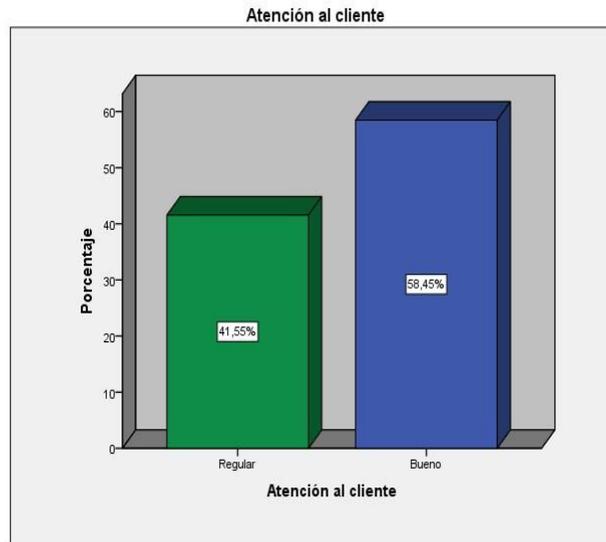


Figura 1: Niveles de la atención al cliente

Interpretación:

De un total de 361 huéspedes de la MYPE: “EL DORADO “, en el año 2019, consideran con un nivel bueno el 58,4% (211 huéspedes), y con un nivel regular el 41,6% (150 huéspedes) sobre la atención al cliente.

Tabla 4: Descripción de la dimensión lenguaje del personal

Distribución de frecuencia del lenguaje del personal de los niveles de la atención al cliente para la gestión de la calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	162	44,9
Bueno	199	55,1
Total	361	100,0

Fuente: Elaboración Propia

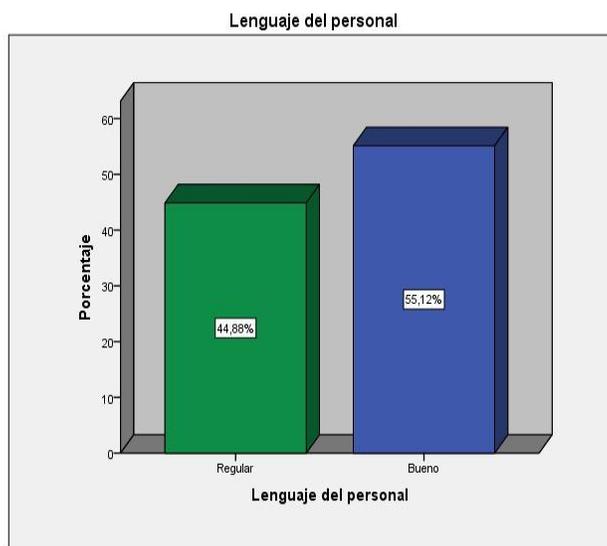


Figura 2: Niveles lenguaje del personal de los niveles de la atención al cliente

Interpretación:

De un total de 361 huéspedes de la MYPE: "EL DORADO", en el año 2019, consideran con un nivel bueno el 51,1% (199 huéspedes), y con un nivel regular el 44,9% (162 huéspedes) sobre el lenguaje del personal.

Tabla 5: Descripción de la dimensión Normas Básicas

Distribución de frecuencia de las Normas Básicas de los niveles de la atención al cliente para la gestión de la calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	25	6,9
Bueno	336	93,1
Total	361	100,0

Fuente: Elaboración Propia

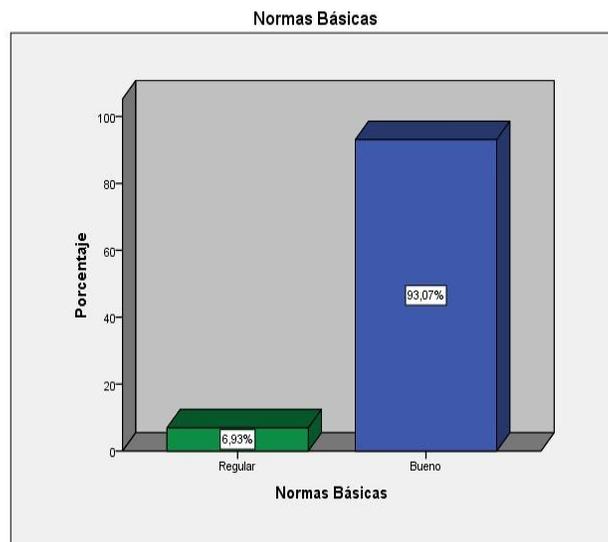


Figura 3: Niveles de las Normas Básicas de los niveles de la atención al cliente

Interpretación:

De un total de 361 huéspedes de la MYPE: “EL DORADO “, en el año 2019, consideran con un nivel bueno el 93,1% (336 huéspedes), y con un nivel regular el 6,9% (25 huéspedes) sobre las normas básicas.

Tabla 6: Descripción de la dimensión Capacidad de respuesta

Distribución de frecuencia de la Capacidad de respuesta de los niveles de la atención al cliente para la gestión de la calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	150	41,6
Bueno	211	58,4
Total	361	100,0

Fuente: Elaboración Propia

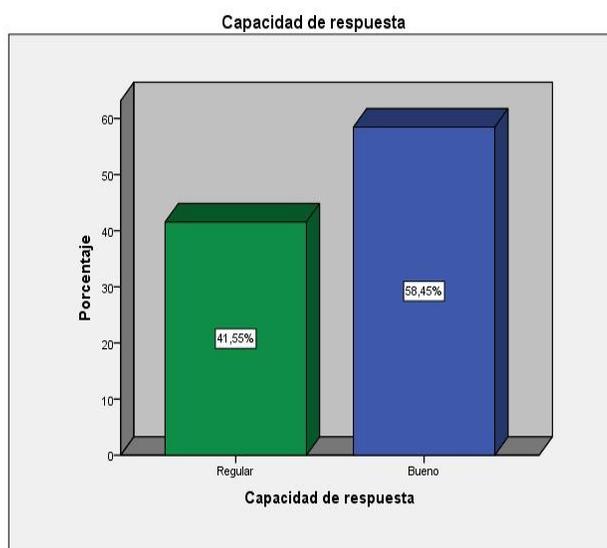


Figura 4: Niveles de la Capacidad de respuesta de los niveles de la atención al cliente

Interpretación:

De un total de 361 huéspedes de la MYPE: “EL DORADO “, en el año 2019, consideran con un nivel bueno el 58,4% (211 huéspedes), y con un nivel regular el 41,6% (150 huéspedes) sobre la capacidad de respuesta.

Gestión de Calidad

Tabla 7: Distribución de frecuencia de los niveles de la Gestión de calidad

Distribución de frecuencia de los niveles de la Gestión de calidad de la microempresa:
Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	16,7
Bueno	5	83,3
Total	6	100,0

Fuente: Elaboración Propia

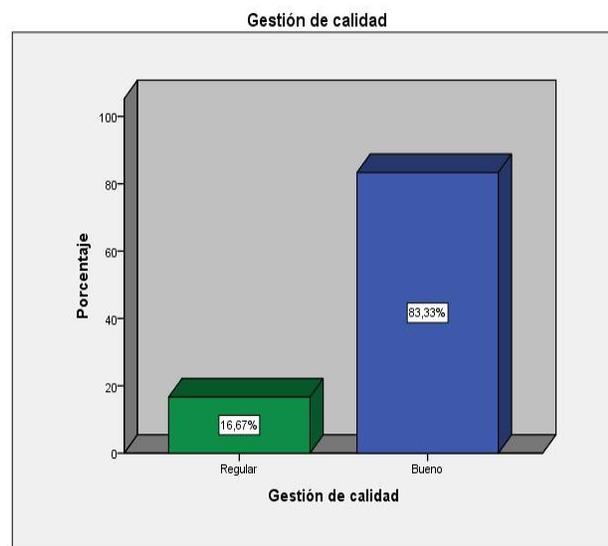


Figura 5: Niveles de la de la Gestión de calidad

Interpretación:

De un total de 6 personales administrativo la MYPE: "EL DORADO " en el año 2019, consideran con un nivel el 83,3% (5 personal administrativo) y con un nivel regular el 16,7% (1 personal administrativo).sobre la gestión de calidad.

Tabla 8: Descripción de la dimensión planeamiento de calidad

Distribución de frecuencia del planeamiento de calidad de los niveles de la Gestión de calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	16,7
Bueno	5	83,3
Total	6	100,0

Fuente: Elaboración Propia

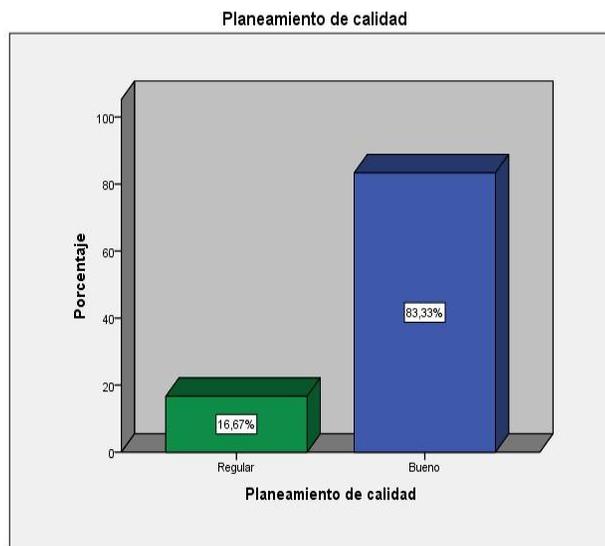


Figura 6: Niveles de del planeamiento de calidad

Interpretación:

De un total de 6 personales administrativo la MYPE: "EL DORADO " en el año 2019, consideran con un nivel bueno el 83,3% (5 personal administrativo) y con un nivel regular el 16,7% (1 personal administrativo) el planeamiento de calidad.

Tabla 9: Descripción de la dimensión mejora de calidad

Distribución de frecuencia de la mejora de calidad de los niveles de la Gestión de calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	16,7
Bueno	5	83,3
Total	6	100,0

Fuente: Elaboración Propia

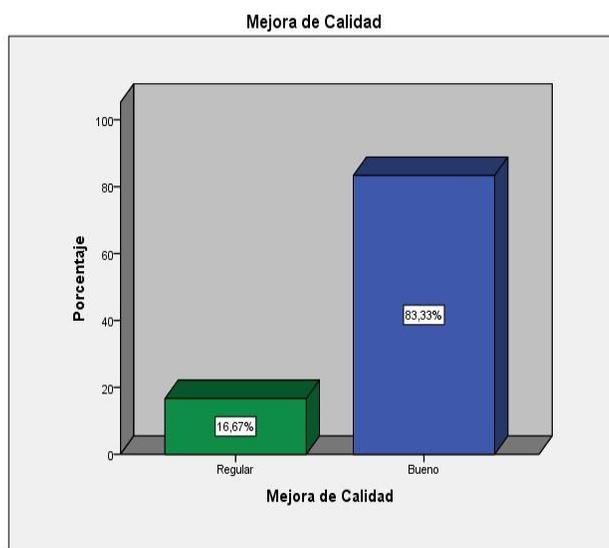


Figura 7: Niveles de la mejora de calidad

Interpretación:

De un total de 6 personales administrativo la MYPE: "EL DORADO " en el año 2019, consideran con un nivel el 83,3% (5 personal administrativo) y el con un nivel regular el 16,7% (1 personal administrativo) la mejora de calidad.

Tabla 10: Descripción de la dimensión control de calidad

Distribución de frecuencia del control de calidad de los niveles de la Gestión de calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	16,7
Bueno	5	83,3
Total	6	100,0

Fuente: Elaboración Propia

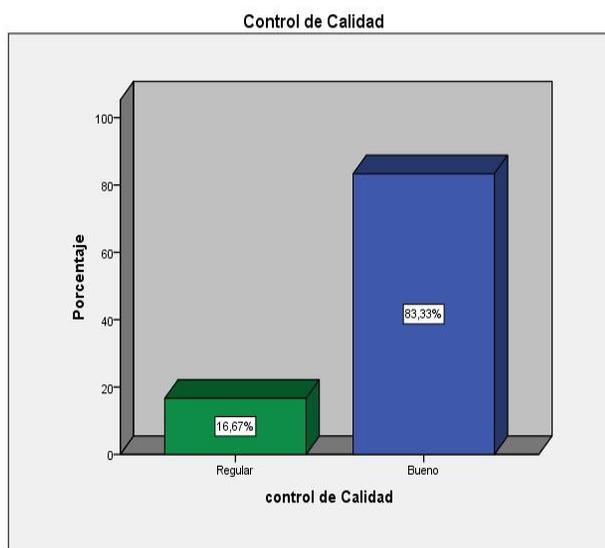


Figura 8: Niveles del control de calidad

Interpretación:

De un total de 6 personales administrativo la MYPE: "EL DORADO " en el año 2019, consideran con un nivel bueno el 83,3% (5 personal administrativo) y con un nivel regular el 16,7% (1 personal administrativo) el control de calidad.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Con respecto al objetivo general:

Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad del micro empresa: Hospedaje El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.

De acuerdo con la tabla N° 7, el hotel “EL DORADO” tiene una buena gestión de calidad para poder satisfacer al cliente al momento que ingresa al establecimiento; sin embargo, de acuerdo a los resultados de las tablas 4 y 6 se elaborara un plan de mejora para fortalecer la capacidad de respuesta y el lenguaje del personal. Comparado con Armijos S. (2016) quien concluye que se debe implementar un manual de gestión de calidad para brindar un buen servicio y así llegar a la satisfacción de los clientes además de dar eficiencia y eficacia a la empresa. Esto indica que es necesario establecer acciones de mejora para lograr un mejor servicio y satisfacer al cliente.

Por otro lado, Zelada, L. (2016) indica que la importancia de la atención al cliente “en la actualidad se ha vuelto una importante ventaja competitiva que permite dentro del mercado mantenerse y crecer, así como también la obtención de la rentabilidad” (p. 13).

5.2.2. Con respecto al objetivo específico 1:

Describir las características de atención al cliente de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019

De acuerdo a la tabla N° 5, el hotel “EL DORADO” aplica las normas básicas de la atención al cliente con la finalidad de poder lograr fidelizarlo y mantenerlo satisfecho.

Los colaboradores e siguen el protocolo de la empresa, desde el ingreso de los clientes los colaboradores tienen que recibirle con una bienvenida y luego atenderlo de acuerdo a sus necesidades. Comparado con Campos (2019) quien concluye que, para medir la optimización de la atención al cliente, es mediante una serie de proceso, siguiendo las normas básicas por medios de utilización de técnicas y formas para que el servicio sea eficiente y efectivo. Dichos resultados se complementan con lo indicado por Blanco (como se citó en Pérez, 2007). “Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p.46).

5.2.3. Con respecto al objetivo específico 2:

Determinar las características de la gestión de calidad de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.

De acuerdo a las tablas N° 8, 9 y 10, el hotel “EL DORADO” tiene una buena gestión de calidad; a través del planeamiento de calidad podemos saber cuáles son los factores que se toman en cuenta para entregar un buen servicio, la identificación de clientes, definiendo objetivos de acuerdo a las necesidades de los clientes, a través del control de calidad se evalúa y propone nuevas estrategias. Con la mejora de calidad se basa en mejorar las infraestructuras, mejores inmobiliarios y tener mejor tecnología para ofrecer un buen equipo de trabajo. Comparado con Calderón (2019) quien concluye que, aplicando todas las herramientas de gestión de calidad y atención al cliente, logrando ser competitivo en el mercado globalizado. Estos resultados están en relación a lo indicado por Chicana

(2017)” la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones. (p.36).

5.2.4. Con respecto al objetivos específicos 3:

Determinar la propuesta de mejora de la microempresa: Hospedaje El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.

De acuerdo a la investigación tablas 4 y 6, el hotel “EL DORADO”, se encuentra en un nivel bueno, pero no en su totalidad por lo cual se elabora una propuesta de mejora, con la finalidad de mejorar la capacidad de respuesta y el lenguaje del personal, que incluye el uso de herramientas de gestión y sistematización del proceso de atención. Estos resultados coinciden con Águila (2017) quien llegó a la conclusión que se deben aplicar las herramientas del proceso de la gestión de calidad y atención al cliente para obtener mayores ingresos y satisfecho a sus huéspedes. Además, debe contar con capacitaciones constante para sus colaboradores. Ambos autores resaltan la necesidad del uso de herramientas de gestión para mejorar la atención al cliente.

Del mismo modo Asensi, Solar y Pérez (2017) precisan que toda organización debe identificar y sobre todo, gestionar para tener un sistema que contribuya en la eficiencia, eficacia de la empresa por el cual será muy importante detectar y gestionar de una forma muy específica cada proceso que se desarrollara y que hará permisible el logro de los objetivos planteados. (p.13).

VI. CONCLUSIÓN

Con respecto al objetivo general: *Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad de la micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.*

La propuesta de mejora para el caso de estudio está enfocada en incrementar la capacidad de respuesta del personal y lograr el uso de un lenguaje claro, formal y entendible para el cliente, para ello se harán uso de herramientas administrativas que permitirán optimizar y sistematizar los procesos involucrados en la atención de tal manera que toda la información acerca de la estadía del cliente este integrada como por ejemplo el uso de restaurant, lavandería y/o servicio a la habitación de modo que al momento de retirarse el pago sea rápido y sin necesidad de consultas a terceros. Otro punto importante para la mejora es la capacitación e inducción para todo el personal de modo que cada uno tenga la información adecuada para brindarle al cliente en cualquier momento y use los términos adecuados.

Con respecto al objetivo específico 1: *Describir las características de atención al cliente de la micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.*

Se concluye que la atención al cliente en el hotel el Dorado es buena.

Respecto a la dimensión lenguaje del personal, más de la mitad de los clientes consideran que es buena, y el resto lo consideran regular, lo que evidencia que aún debe mejorarse la información y manera de dirigirse al cliente.

Respecto a la dimensión normas básicas, se concluye que el nivel es bueno, es decir existe un respeto por los protocolos de atención al cliente por parte del personal desde el ingreso de los huéspedes, durante su estancia y hasta que finalice la contratación del servicio.

Respecto a la dimensión capacidad de respuesta, más de la mitad de los clientes consideran que es buena, y el resto lo consideran regular, esto demuestra que debe mejorarse el tiempo de espera y la rapidez de la atención al cliente.

Con respecto al objetivo específico 2: *Determinar las características de la gestión de calidad de la micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.*

Se concluye que el nivel de gestión de calidad en general es bueno, tanto en el planeamiento, control y mejora de la calidad lo que indica que la empresa tiene identificadas plenamente las necesidades del cliente, constantemente innova en infraestructura, tecnología y capacita a su equipo de trabajo bajo una estrategia definida y retroalimentación constante.

Con respecto al objetivo específico 3: *Determinar la propuesta de mejora de la microempresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019.*

Se determina que la propuesta de mejora, debe estar enfocada en mejorar los aspectos relacionados con el lenguaje del personal el cual debe brindar información clara acerca de las prestaciones y servicios del hotel y a su vez dar una atención personalizada según el tipo de cliente con el que trate y de igual manera considerar la mejora referente a la capacidad de respuesta del personal, esto es reducir los tiempos de espera para el cliente

y tener personal siempre dispuesto a solucionar de manera rápida y oportuna los inconvenientes que pudieran surgir durante la estadía del huésped .

PROPUESTA DE MEJORA

Propuesta De Mejora En La Atención al Cliente para la Gestión de la Calidad de la micro empresa: Hotel El Dorado, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.

Diagnóstico

De acuerdo a los resultados obtenidos en la variable de Atención al cliente para la gestión de la calidad de la micro empresa: Hotel El Dorado, la cuales tienes algunas falencias en la Atención al cliente relacionados con el lenguaje del personal; dar una atención personalizada, la capacidad de respuesta del personal.

Propuesta

En tal sentido y de acuerdo a la problemática se presenta las siguientes estrategias en relación a la mejora de la atención al cliente.

Establecer una buena comunicación: Para saber cuáles son las expectativas del cliente acerca del servicio que brinda la empresa. Muchos estudios demuestran que el usuario prefiere un lenguaje más íntimo, más humano y más personalizado cuando se comunica con un proveedor de servicios o de productos.

Capacidad de respuesta: Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.

Objetivo	Actividades	Tiempo	Indicador de Medición	Meta	presupuesto	Responsables
1. Mejorar el lenguaje del personal de la micro empresa: Hotel El Dorado, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019	Se dará inducciones al personal donde deberá utilizar un lenguaje claro y adecuado hacia los clientes Ofrecerle la mejor atención personalizada; brindándole una sonrisa, ser amable y cordial.	1 vez al mes	Lenguaje claro Atención personalizada	El personal capacitado podrá atender al cliente, con un trato de acuerdo a la forma de actuar de la empresa.	Financiado por el Hotel.	Administrador , personal del hotel.
2. Mejorar la capacidad de respuesta del personal de la micro empresa: Hotel El Dorado, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019.	Se le capacitara al personal para que pueda brindar una atención rápida y eficaz. Tratando siempre de reducir el nivel de tiempo de espera. Y también puedan resolver dudas e inconvenientes que se puede presentar entre los clientes	2 veces por trimestre	Rapidez del servicio Nivel de tiempo de espera Disposición de ayuda	El personal capacitado brindará una atención rápida y sabrá como resolver los dudas o inconvenientes en los tiempos establecidos.	Financiado por el Hotel.	Administrador , personal del hotel.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Águila (2017). En su investigación: “*Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, Año 2017*”. Para obtener el título de Licenciado en Administración. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15008>

Armijos S. (2016) En su investigación titulada: *Manual de gestión de calidad para la empresa Comercial Roxana del Cantón Milagro*. Para optar el título de “Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría. Ecuador. Disponible en : <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3164>

Ballón (2016). “*Evaluación En La Calidad de Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay*”. Trabajo de Investigación para obtener el Título de Licenciado en Administración y Finanzas en la Universidad ESAN. Disponible en: http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Campos (2019) En su investigación titulada: *Caracterización de la Gestión de Calidad y La Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios Rubro Restaurante en el Distrito de Sullana, Año 2018*. Para optar el título profesional de licenciada en administración. Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10566>

Cahuaya y Ñahuincopa (2016) En su investigación titulada: “*Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la Provincia de Angaraes 2015*”. Para optar el Título de Licenciatura. Universidad Nacional del Centro del Perú”. Obtenido de: <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/1288>

Calderón (2019) En su investigación titulada: “*Gestión de Calidad con el enfoque de Atención al Cliente de las MYPE del Sector Servicio Rubro Hoteles de Dos Estrellas de la Ciudad de Juliaca Año 2019*”. Para optar el título profesional de Licenciada en Administración. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11679>

Cuenca (2018) En su investigación denominada: *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE’s del Sector Servicio Rubro Restaurante en el mercado de Tumbes, 2018*. Para optar el título de licenciado en administración. Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10650>

Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. La salida de la crisis. Madrid: Díaz de Santos.

Gosso, F. (2008). *Híper Satisfacción del Cliente*. México: Panorama S.A.de C.V.

González, (2013). En su investigación denominada: “*Análisis de Rentabilidad en*

Empresas Hoteleras: Rentabilidad del Servicio de Restaurante VS Servicios de Hotel. Caso Práctico Hotel Cuenca”. Cuenca – Ecuador. Disponible en::

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/4314>

Hernández J. Fernández y Baptista., (2010). *Clima organizacional*, México, Editorial

Azteca.

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. Trabajo

Profesional de Tesis de Maestría de la U.N. de Quilmes. Disponible en:

<https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOUBE>

[RT.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOUBE_RT.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Jurado (2014). En su investigación titulada: *Calidad de la Gestión en el Servicio y*

Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en

Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito. Para grado

de Magister. Se realizó en la ciudad de Quito – Ecuador. Obtenido de:

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8010>

Muñoz (2017). “*Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad*

de Esmeraldas”. Trabajo de Investigación para optar Título de Magíster en

Administración de Empresas en la U. Católica del Ecuador. Disponible en:

<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ>

[%20BENAVIDES%20GIRA.pdf](https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf)

Nava (2005). ¿Qué es la calidad? Concepto, gurus y modelos fundamentales. Mexico:

Limusa.S.A.

Nizama (2018). En su investigación titulada: “*La Calidad Percibida del Servicio Hotelero*

y Su Relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3

Estrellas León de oro suites, Área de Front Desk”. Obtenido de:

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama_rgc.pdf

Quezada (2016) En su trabajo de investigación titulada: “*Propuesta de un modelo de*

gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato”

tesis para optar el título profesional de Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebida

en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador. Obtenido de:

<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/5749>

Quiróa (2014). “*Servicio al Cliente en Hoteles de la ciudad de San Marcos*”. Trabajo

realizado para optar el grado Académico en Licenciada en Administración de

Empresas en la U. Rafael Landívar. Disponible en:

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Quiroa-Dorys.pdf>

Palomino, J. (2015). *Metodología de la investigación, guía para elaborar un proyecto en*

Salud y educación. Lima. San Marcos.

Stanton, W., Etzel, M., y Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing.* México,

México:Mc Graw Hill

Udaondo Durán, M. (2014). "*Gestión de calidad*". España: Ediciones Díaz de Santos.

Zambrano (2015). "*Diseño de un plan para mejorar la calidad de los servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil*". Esta investigación previa para el grado académico de Magister en Administración de Empresas en la U. Católica de Santiago de Guayaquil. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4091/1/T-UCSG-POS-MAE-88.pdf>

Vargas y Aldana (2014) *Calidad y servicios: Conceptos y herramientas*. (3ra ed.).

Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.

Villalba (2016). "*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*". En la ciudad de Quito – Ecuador. Para optar el título de Ingeniería en Gestión Hotelera. Disponible en : <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11384>

Villegas (2018) "*La gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPE en el Sector Servicio – Rubro Hoteles Distrito de Chimbote Provincia del Santa 2017. Caso Del Hotel Boulevard*". Para optar el bachiller en ciencias administrativas. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15008>

ANEXOS

1.- Encuesta



Encuesta:

El objetivo de este cuestionario detallado a continuación tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro indicado, lo cual será un factor elemental para el desarrollo del trabajo de investigación denominado:

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCION AL CLIENTE PARA LA
GESTION DE LA CALIDAD DE LA MICRO EMPRESA: HOTEL EL
DORADO, DISTRITO DE SAN VICENTE, PROVINCIA DE CAÑETE, 2019**

Para lo cual se le pide conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (x) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- 1.- TOTALMENTE EN DESACUERDO
- 2.- EN DESACUERDO
- 3.- NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
- 4.- DE ACUERDO
- 5.- TOTALMENTE DE ACUERDO

ATENCION AL CLIENTE		1	2	3	4	5
	LENGUAJE DEL PERSONAL					
1	El personal del hotel se muestra comunicativo y asertivo durante el servicio brindado					
2	La atención que brinda el personal responde de manera específica a lo que usted necesita.					
3	El personal se dirige a Ud. de manera educada y con los términos apropiados brindándole suficiente información acerca del servicio.					
	NORMAS BASICAS					
4	El personal del hotel maneja protocolos de bienvenida y de servicio.					
5	El horario de atención que brinda el hotel es el más adecuado para todos clientes que concurren a éste.					
6	Los trabajadores demuestran cortesia y amabilidad con todos los clientes por igual, sin distinción.					
	CAPACIDAD DE RESPUESTA					
7	El servicio que brinda el hotel es rápido y oportuno.					
8	El personal del hotel muestra disposición para solucionar sus inconvenientes en cualquier momento.					

9	El hotel cumple con el tiempo de espera indicado antes de entregar el servicio.						
GESTION DE CALIDAD							
PLANEAMIENTO DE CALIDAD							
10	El hotel cuenta con un segmento de mercado objetivo definido.						
11	El hotel toma en cuenta las sugerencias brindadas por sus clientes.						
12	El hotel personaliza sus servicios de acuerdo a las necesidades de los huéspedes.						
MEJORA DE CALIDAD							
13	Las habitaciones del hotel son instalaciones modernas con elementos visualmente atractivos para los huéspedes						
14	El hotel cuenta con equipos de última tecnología para la mejora del servicio.						
15	El personal del hotel trabaja conjuntamente buscando la satisfacción del cliente.						
CONTROL DE CALIDAD							
16	Constantemente se evalúa el comportamiento de la calidad del servicio que brinda a sus huéspedes.						
17	El hotel cumple con los estándares de calidad del rubro.						
18	Las fallas en el servicio sirven para plantear mejoras en la atención.						
19	El hotel cuenta con personal calificado para cada uno de los puestos de trabajo.						

2.- Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE
"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Cañete, 09 de Marzo del 2020

Sra:
GLORIA MILAGROSYACTAYO KOU
REPRESENTANTE LEGAL
HOTEL EL DORADO

Presente. -

De mi especial consideración:

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento al bachiller **ORE PARRAGA FRANCO JHAIR** con DNI N° 72195658 código 251111035, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando el taller de tesis para titulación en esta casa de estudios.

Por ello solicito a su despacho la autorización para recabar información respecto a su representada que será utilizada únicamente con fines científicos académicos para la investigación que se encuentra desarrollando, denominado:

"PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCION AL CLIENTE PARA LA GESTION DE LA CALIDAD DE LA MICRO EMPRESA: HOTEL EL DORADO, DISTRITO DE SAN VICENTE, PROVINCIA DE CAÑETE, 2019".

Estimado le brinde las facilidades que el caso requiere, expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,



Mg. Amelia R. Farfan De La Cruz
COORDINADORA

Ykari C.
REPRESENTANTE

Jr. Santa Rita 265 - 269 San Vicente
Cañete - Perú
Tel: (01) 5813725
www.uladech.edu.pe

3.- Ficha RUC

CRITERIOS DE BÚSQUEDA:

Número de RUC **Ingrese el código que se muestra en la imagen:** 

Tipo y Número de Documento de Identidad
 [Refrescar código](#)

Nombre ó Razón Social

Número de RUC: 10704981711 - YACTAYO KOU MILAGROS OLGA
Tipo Contribuyente: PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Tipo de Documento: DNI 70498171 - YACTAYO KOU, MILAGROS OLGA
Nombre Comercial: HOSTAL EL DORADO INN
Fecha de Inscripción: 20/03/2010 **Fecha de Inicio de Actividades:** 20/03/2010
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO **Profesión u Oficio:** 03 - ADMINISTRADOR DE EMPRESAS (PROFESIONAL)
Dirección del Domicilio Fiscal: -
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): 5590 - OTRAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Emisor electrónico desde: -
Comprobantes Electrónicos: -

INFORME FINAL....docx | INFORME FINAL....docx | INFORME FINAL....docx |

PAGINA 44 DE 67 12121 PALABRAS ESPANOL (MEXICO)