



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN EL ENFOQUE DE MEJORA
CONTINUA EN LAS MYPES SECTOR SERVICIOS,
RUBRO HOTELERÍA, EN EL DISTRITO DE JUANJUÍ,
2018.

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL
GRADO ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA:

ROSITA DEL PILAR PINEDO HUANSI

ASESOR:

CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO

CHIMBOTE – PERÚ

2018

HOJA DE JURADO Y ASESOR

Dr. Salinas Gamboa José German
Presidente

Mgtr. Lino Vásquez Miguel Angel
Miembro

Mgtr. Morillo Campos Yuly Yolanda
Miembro

Mgtr. Rebaza Alfaro Carlos Enaldo
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios en primer lugar, por la vida y por cada oportunidad que me brinda para demostrar que estoy aquí con un propósito, que yo misma puedo desconocer pero que cada logro y esfuerzo demostrado, me llevarán a encontrar el verdadero rumbo en mi vida, un rumbo lleno de sacrificios y superación.

A mis maestros y compañeros por los conocimientos brindados y adquiridos; quienes con toda la paciencia necesaria.

DEDICATORIA

A mi hijo, quien es mi motor y motivo para seguir con todo este largo, difícil, pero no imposible proceso en busca de mi superación personal y profesional, por cambiar para bien cada día mi vida, por todos los bonitos momentos vividos a su lado, aunque a veces las circunstancias no sean tan buenas.

A mi padre, abuelita y hermano, quienes con su apoyo moral e incondicional siempre están alentándome a seguir luchando por cada uno de mis sueños y el cumplimiento del logro de mis objetivos.

RESUMEN

La presente investigación tuvo a bien analizar y determinar si las empresas del rubro de Hotelería en la Ciudad de Juanjuí, Provincia de Mariscal Cáceres, Departamento de San Martín, consideran en sus actividades diarias el tema de mejora continua y ausencia de un programa de capacitación y especialización para el personal, en diversos temas como por ejemplo: evaluación de procesos, actividades de mejora, calidad de atención, distribuciones de tareas entre otros aspectos. Por otro lado, el problema sobre el desconocimiento de los beneficios de formalizarse, a esto se suma que hay cierto temor a pagar impuestos a la Sunat.

Es por ello que se hace la siguiente investigación, lo cual nos permite determinar el siguiente enunciado: ¿Qué estrategias de gestión de calidad en el enfoque de mejora continua aplican los propietarios y/o representantes legales de las Mypes sector servicios rubro hotelería en el distrito de Juanjuí, 2018? Para responder a esta interrogante se plantea el siguiente objetivo general: Determinar que estrategias de Gestión de Calidad en el enfoque de mejora continua aplican los propietarios para y/o representantes legales de las Mypes sector servicios rubro hotelería en el distrito de Juanjuí año 2018. Y como objetivos específicos: se busca Determinar si la empresa realiza actividades de mejora para perfeccionar los procedimientos de trabajo. También se Determinar si la empresa evalúa la Gestión del Servicio que presta al cliente interno o externo de la organización. Y por consiguiente se Determinará si la empresa realiza evaluaciones de eficiencia de la infraestructura y equipos utilizados durante el servicio ofrecido. Palabra clave; gestión de Calidad, Capacitaciones Mypes.

ABSTRACT

The present investigation had a good analysis and determination of the companies of the heading of Hospitality in the City of Juanjuí, province of Mariscal Cáceres - Department of San Martín, considers the issue of continuous improvement and the absence of a training and specialization program for the staff in various topics such as process evaluation, improvement activities, quality of care, distribution of tasks among other aspects. On the other hand, the problem about the lack of knowledge of the benefits of formalizing, to this is added that there is a fear of paying taxes to the Sunat.

That's why the next investigation is done, which allows us to determine the next statement: What quality management strategies in the improvement approach are still the owners and / or legal representatives of the Mypes sector services hotel business in the district of Juanjuí, 2017?

To answer this question, the following general objective is presented:

Determine which quality management strategies in the approach to improvement are still the owners for and / or legal representatives of the Mypes sector services hotel industry in the district of Juanjuí, 2017. And as specific objectives: the purpose is to determine if the company performs improvement activities to improve work procedures. It will also be determined if the company evaluates the Service Management that it provides to the internal or external client of the organization. And therefore determines the company performs efficiency assessments of infrastructure and equipment tailored to the service offered.

Keyword; quality management, Mypes training.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado evaluador	ii
3. Agradecimiento/Dedicatoria.....	iii
4. Resumen/Abstract.....	v
5. Contenido	vii
6. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	01
II. REVISIÓN DE LITERATURA	05
2.1 Antecedentes	05
2.2 Bases teóricas.....	09
2.3 Marcoconceptual	14
III.HIPOTESIS	16
IV.METODOLOGÍA	17
4.1Diseño de la investigación.....	47
4.2 Población y muestra	47
4.3 Definición y operacionalización de variables	48
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
4.5 Plan de análisis	51
4.6 Matriz de consistencia.....	52
4.7 Principios éticos	53
V. RESULTADOS	54
5.1 Resultados	54
5.2 Análisis de los resultados	58
VI. CONCLUSIONES	63
Aspectos complementarios.....	64
Referencias bibliográficas	64
Anexos.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS

Tablas	Nº de Página
Tabla 1. Características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del Distrito de Juanjui, año 2018.....	54
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del Distrito de Juanjui, año 2018.....	54
Tabla 3. Características de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del Distrito de Juanjui, año 2018.....	54

Gráficos	Nº de Página
Acerca del Gerentes y/o Representantes legales:	
Gráfico N° 1. Conocimiento sobre gestión de calidad.....	71
Gráfico N° 2 La empresa evalúa del desempeño laboral.....	71
Gráfico N° 3 Medición la calidad de servicio brindado a los clientes.....	72
Gráfico N° 4 Publicidad en algún medio de comunicación.....	72
Gráfico N° 5 El hotel tiene presencia en el internet.....	73
Gráfico N° 6 El negocio cuenta con Pág. Web.....	73
Gráfico N° 7 Estrategias para captar clientes y fidelizarlos.....	74
Gráfico N° 8 El personal cuenta con capacitación en atención al cliente.....	74
Gráfico N° 9 El hotel que ha visitado cuenta con una buena atención al cliente.....	75
Gráfico N° 10 Los trabajadores cuentan con capacitación en Atención al Cliente.....	75
Gráfico N° 11 El personal cuenta con uniforme.....	76
Gráfico N° 12 El local le brinda seguridad y confort.....	76

I. INTRODUCCION

En el mundo existen alrededor de 500 millones de microempresarios y que cada una de ellos necesita en promedio US\$ 500 al año para iniciar sus operaciones, pero sus activos rara vez exceden los US\$ 1 000 (son más intensivas en trabajo que en capital). Ante todo, esto ¿por qué son importantes las Mypes en el mundo?, es por el número de empresas, la cantidad de empleo que genera y su aporte al PBI (Milante, 2000). Por mencionar; en cuanto al número de empresas: en Francia son el 98.8%, en Finlandia el 98.3%, en Suecia el 98.9%. En relación al empleo: en Francia son el 45.5%, en Finlandia el 40.9%, en Suecia el 47.0%, por último, en relación a su aporte al PBI: Francia aporta el 40.8%, Finlandia el 30.7%, Suecia el 38.4%.

Actualmente las Mypes afrontan una serie de problemas como son el financiamiento, el movimiento de capitales, la rentabilidad y una gestión de calidad, que trae como consecuencia que muchas de ellas permanezcan poco tiempo en el mercado o que su tiempo de duración o permanencia sea corto. (Panorama Cajamarquino, 2010).

En América Latina las importancias de las empresas en algunos países son: en Colombia el 95.9%, en Perú el 98% y en Bolivia el 99.5%; en el empleo: en Colombia es el 66.4%, en Bolivia el 80.5%. Pero en materia de política legal y asignación de presupuestos sus criterios y parámetros son diferentes, por ejemplo: Chile asigna unos 511 millones de dólares, Brasil US\$ 450 millones, EE.UU. US\$ 14,651 millones y si estos datos los traducimos en inversión por Mype, podemos señalar que la inversión es de: US\$ 157 en Chile, en Brasil 110, en Ecuador.

Si analizamos las cifras estadístico concluiremos la importancia que representan las Mypes en el mundo y los recursos que destina el gobierno a este sector es demasiado paupérrimo en comparación con otros países. Sin embargo las Mypes así como contribuyen al desarrollo económico de los países también afrontan ciertos problemas como la escasa competitividad, informalidad y ausencia de garantías; tal vez por la falta de visión de los gobiernos, que no se preocupan por fortalecer sus estructuras, es por ello que las Mypes no tienen el menor incentivo para formalizarse (ya que no gastan en impuestos, ni en IGV, no pierden tiempo en abrir su negocio por demora del papeleo, etc.); y la ceguera de los gobiernos en apoyarlos es tal que sólo aparecen en campañas políticas prometiendo los cofres presupuestales que después no cumplen; se ha avanzado una brizna en la formalización, pero sin mercados y sin capacitación que futuro les espera.

En el Perú Existen aproximadamente un millón de Mypes dedicadas al sector servicios entre ellas tenemos transporte, turismo y educación, la cual contribuyen con el desarrollo de las localidades que las albergan (Gonzales, 2000), sin embargo la informalidad es un problema que continúa afectando la economía de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes). De 3 millones de negocios que funcionan en el país, 1,2 millones (37.5%) son formales, mientras que 2 millones (62.5%) operan al margen de la ley. Y esto se debe porque muchas Mypes son conducidas por jefes de hogar que trabajan por necesidad, y a modo de autoempleo deciden abrir su negocio. En otros casos son emprendedores, pero que al no ponerse en regla no se benefician del crecimiento económico del país.

La ciudad de Juanjuí no es exceptúa a este problema, las Mypes en especial del sector servicios rubro hotelería y en general no utilizan las herramientas de gestión modernas, y mantienen un esquema laboral sin protección y con sueldos limitados. Por ejemplo la del hotel Grau según diario (Voces, 2018), sostiene que la mayoría de los que trabajan en esta empresa no ganan el sueldo básico que es s/850.00 establecida constitucionalmente, además el personal que laboran en la empresa no son profesionales en la materia en especial la gerencia y el área de administración la cual son personas con secundaria completa o superior incompleta, como consecuencia una calidad de servicio que no están bajo los parámetros de una gestión de calidad, el dueño de la empresa igualmente no acredita estudio alguno. En lo que se refiere a mejora continua no hay un programa de capacitación y especialización para el personal en diversos temas como por ejemplo evaluación de procesos, actividades de mejora, calidad de atención, distribuciones de tareas entre otros aspectos. Por otro lado, el problema, sobre el desconocimiento de los beneficios de formalizarse, a esto se suma que hay cierto temor a pagar impuestos a la Sunat.

Es por ello que se hace la siguiente investigación, lo cual nos permite determinar el siguiente enunciado:

¿Qué características presentan la gestión de calidad bajo el enfoque de mejora continua en las Mypes del sector servicios rubro hotelería en el distrito de Juanjui periodo 2018?

Para responder a esta interrogante se plantea el siguiente objetivo general:

Determinar las características de la Gestión de Calidad en el enfoque de mejora continua en las Mypes sector servicios – rubro hotelería en el distrito de Juanjui periodo 2018. Y como objetivos específicos:

1. Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hotelería en el distrito de Juanjui, año 2018.
2. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hotelería en el distrito de Juanjui, año 2018.
3. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hotelería en el distrito de Juanjui, año 2018.

El problema formulado permite al investigador entender mejor la practicidad de las técnicas mencionadas en el estudio y la posibilidad de ser adecuadas conforme las diversas necesidades que las empresas del rubro hotelería afrontan en el mercado peruano e inclusive internacional. Consideramos que el aporte fundamental que se espera alcanzar con este estudio radica en el hecho de hacer comprender como una gestión de calidad basado en el enfoque al cliente es en alto porcentaje garantía de éxito.

Se empleará instrumentos y técnicas de investigación como encuestas, entrevistas, y la observación; a los microempresarios de acuerdo a la región, al sector y al tamaño de cada microempresa esta información será validada y procesada estadísticamente y con las inferencias y las pruebas de hipótesis, correspondientes.

Asimismo, consideramos útil investigar el problema formulado para entender mejor la practicidad de las técnicas mencionadas en el estudio y la posibilidad de ser adecuadas conforme las diversas necesidades que las Mypes afrontan en el mercado peruano e inclusive internacional. Consideramos que el aporte fundamental que se espera alcanzar con este estudio radica en el hecho de hacer comprender como una gestión profesional de los negocios es en alto porcentaje garantía de éxito.

Además, este trabajo puede servir de base a futuras investigaciones sobre la gestión de calidad en atención al cliente en el rubro hotelero en la ciudad de Juanjuí.

El informe final para su mejor entendimiento se ha distribuido en cinco partes:

- I. Introducción.: donde está la caracterización del problema, el enunciado, los objetivos, la justificación y la distribución.
- II. Revisión de literatura: Antecedentes y Marco teórico-conceptual
- III. Metodología: aquí se ha ubicado el diseño de la investigación, población, muestra, y las técnicas e Instrumentos.
- IV. Resultados: Los resultados y el análisis de los resultados
- V. Conclusiones: Aquí se ubica las conclusiones a que se ha llegado.

Además de contener las referencias bibliográficas y los anexos

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES.

Internacionales.

Sanchez (2005), realizó una investigación sobre los aspectos de gestión de calidad en las Mypes sector servicios rubro hotelería, en la ciudad de Buenos Aires, en la cual se propone analizar aspectos de la gestión de calidad. El estudio se aplicó a la empresa Saucedo. Los resultados muestran que en un 64% los clientes no están de acuerdo con la atención y servicios que brinda el hostel y no recomienda su uso; esto debido a la mala calidad de atención al cliente. El 72% del personal que labora en la empresa sostiene que rara vez se establecen actividades de mejora mantienen el rutinismo, ni mucho menos existe un plan de mejora ya que no se ha establecido metas para mejorar el servicio. La investigación concluyó que para mejorar la calidad de atención al cliente se debe optar por poner en marcha las herramientas de la gestión de calidad basado en el enfoque el cliente.

Gutierrez (2012), realizo una investigación sobre calidad y servicio en las Mypes sector comercial rubro hotelería, en la ciudad de Andaluz, en la cual se propone conocer los rasgos que definen el concepto tradicional de productividad y su adecuación al sector, además de Estudiar la evolución de la gestión de la calidad que desemboca en el enfoque actual de gestión de la calidad total, así como los sistemas disponibles en la práctica para la gestión de la calidad y los estándares internacionales que los fundamentan. El estudio se aplicó a una muestra de 13 hoteles del distrito de Andalucía, recogidos a través de cuestionarios semiestructurados. Los resultados muestran que no se encuentra relación positiva entre la productividad del trabajo y las variables liderazgo, personas y Alianzas y recursos. En los casos de liderazgo y alianzas y recursos, este hecho podría justificarse dadas las menores consistencias internas, obtenidas por los coeficientes alfa de Cronbach, de dichos constructos. Además, la variable liderazgo muestra el valor medio más bajo de todas los constructos y una desviación típica relativamente elevada, lo que podría motivar estos resultados, además una empresa puede incrementar su productividad, mediante la oferta de un mayor nivel de servicio, que además tendrá implicaciones sobre la calidad del establecimiento. El 56% de los encuestados sostienen que casi nunca se realiza la evaluación del desempeño del personal por lo que los trabajadores no se exigen haciendo de su trabajo

no un compromiso si no de rutina descuidando aspectos como la limpieza y la atención al cliente. El estudio concluyó que un mayor nivel de servicio obliga a mejorar la calidad desde el punto de vista del cliente, pero también anima a adoptar sistemas de gestión de la calidad.

Nacionales

Martinez (2006), en un estudio sobre análisis estratégico de la gestión de calidad en hoteles en el distrito de Patapo ciudad de Chiclayo, con la finalidad de investigar la gestión de calidad empresarial. Los resultados muestran que el 67% de los encuestados sostienen que Frecuentemente se dan evaluaciones del servicio al cliente en talleres y con especialistas en el tema, referidos a las relaciones positivas entre proveedores, clientes potenciales y no potenciales, A pesar que los que laboran en las empresas no son profesionales. Además, el 55% de los encuestados afirman que en la empresa Frecuentemente existen planes de evaluación de infraestructura, servicios tales como: servicios higiénicos, tocadores, cuartos, duchas, así como se realizan evaluaciones frecuentes en lo que se refiere a equipos y recursos ya sean reparaciones de televisores, internet, equipos de gimnasia, entre otros. La investigación concluyó que la educación formal de los promotores, sus estudios superiores o la capacitación o asesoría recibida sobre la calidad en la administración durante el desarrollo de su negocio, es reconocida por los microempresarios como un factor imprescindible para el fortalecimiento y la consolidación de sus empresas. Y que a pesar de que muchas de estas empresas empezaron por necesidades personales de sus propietarios, prácticamente sin capital físico y con muy pocos conocimientos sobre negocios, sus promotores han demostrado una dosis inmensa de sentido común, y también una gran dedicación hacia su negocio y, en especial, hacia sus clientes. Cabe destacar la flexibilidad para adaptarse a situaciones cambiantes, y la confianza en sí mismos para resolver cada problema según se presente y no dejar nunca que las dificultades los paralizasen. También se nota un justificado orgullo por los diferentes logros obtenidos y la prioridad que cada uno ha puesto a su superación personal y educación en cuanto a la gestión administrativa de calidad, su paulatina profesionalización y el compartir tanto el esfuerzo como los éxitos con su familia y su personal. Estos son casos de negocios donde fácilmente se demuestra que la iniciativa y las capacidades personales logran sobreponerse a diversas dificultades por el bajo desarrollo de los mercados, como la escasez de financiamiento especializado o la falta de información comercial. Creemos que siempre,

independientemente que se trate de las MYPE o de las grandes empresas, el lograr los objetivos de cada etapa de un proyecto de inversión, dependerá de contar con una gerencia eficiente y eficaz. Si bien indudablemente las necesidades de financiamiento varían en cada negocio según la infraestructura productiva que se requiera, conseguir oportunamente los aportes societarios o los créditos necesarios en condiciones suficientemente buenas- dependerá también de la capacidad del promotor del mismo.

Hurtado (2001) realizó un estudio sobre Gestión de calidad en las Mypes sector servicios rubro hospedajes y albergues. Los resultados muestran que el 65% de los encuestados sostienen que casi siempre existen evaluaciones de la calidad de servicio que se brindan así como de las capacitaciones que se programan para los trabajadores so recuentes competencias necesarias para la creación y gestión exitosa de pequeñas y microempresas en el Perú, cuyo objetivos del estudio son: (i) determinar cuáles son las competencias necesarias para crear y gestionar pequeñas y microempresas (pymes) en cualquier actividad económica con eficiencia, competitividad y éxito; (ii) identificar las carencias y limitaciones que enfrentan los empresarios y empresarias para conducir sus empresas; y, (iii) establecer las orientaciones generales sobre la relación entre la educación formal y la adquisición de competencias básicas para la actividad empresarial.

Regionales y/o locales.

Fleming. (2013), realizó una investigación sobre servicio de guiado en el área de conservación regional cordillera escalera en dos sitios turísticos, en la región San Martín, la cual llegó a las siguientes conclusiones:

1. Antes y durante la investigación pudimos darnos cuenta que, en el departamento de San Martín, existe la Asociación de Guías Oficiales de Turismo de San Martín, formado por personas egresadas de la Universidad Nacional de San Martín y del instituto América Tur de Tarapoto, quienes tienen carreras afines a turismo y guías de turismo. Además, existen también personas que brindan este servicio de guiado, porque se encuentran asociados dentro de organizaciones que se encargan de proteger, conservar y administrar los sitios turísticos de estudio que son la Ruta turística del Alto Shilcayo y las Cataratas del Ahuashiyacu que se encuentran dentro del Área de Conservación Cordillera Escalera. Todas las personas quienes trabajan en este servicio al turista,

según la norma vigente del estado peruano con respecto a los guías oficiales en turismo, pueden ser denominados como orientadores turísticos.

2. Otro de los aspectos que pudimos sacar de la investigación es que los orientadores turísticos a pesar de tener un nivel instructivo universitario y técnico cabe resaltar que la mayoría no tienen estudios netamente de turismo, por lo tanto, no tienen claro el cómo se desarrolla la actividad turística bajo un enfoque de turismo sostenible.

3. A pesar de que los turistas sobre el guiado turístico en los 02 sitios turísticos: Cataratas de Ahuashiyacu y Ruta Turística Alto Shilcayo, tienen un índice alto de satisfacción, no determina la calidad del servicio, porque existen muchos aspectos que mejorar, como su presentación en la forma de vestirse y otro como tener más información de los sitios, con respecto a la interpretación del patrimonio natural y cultural.

4. Según las características del Área de Conservación Regional Cordillera Escalera, se pueden desarrollar diferentes tipos de actividades que buscan el desarrollo sostenible, uno de ellos es la actividad que vienen desarrollando como es el caso del turismo, pero con un enfoque de especialidad como es el ecoturismo, turismo verde, turismo ecológico, turismo de aventura, turismo científico, etc.

La percepción de los visitantes es muy satisfactoria con respecto a los atractivos principales de los 02 sitios turísticos, pero existe una fuerte demanda por conocer más de la naturaleza, en ese sentido lo que resalta es la necesidad de capacitaciones para buscar una mejora en la técnica de manejar grupos durante la visita. Otro de los aspectos más relevantes que destacan los turistas y visitantes es la característica dinámica y el carisma de los orientadores turísticos, por lo tanto, podríamos decir y compartir estos datos con otros muy importantes que destacan esta característica primordial de las personas.

2.2 BASES TEORICAS

Evolución de la calidad.



Primera Etapa: desde la revolución industrial hasta 1930

La revolución industrial, desde el punto de vista productivo, representó la transformación del trabajo manual por el mecanizado. A principios de 1900 surge el supervisor, que muchas veces era el mismo propietario, el cual asumía la responsabilidad por la calidad del trabajo. Durante la 1era guerra mundial, los sistemas de fabricación se hicieron más complicados y como resultado de esto aparecen los 1eros inspectores de calidad a tiempo completo, estos se crearon áreas de inspección separadas de las de inspección. Esta época se caracteriza por la inspección y la idea era productos defectuosos para separarlos de los aptos para venderse.

Segunda Etapa: de 1930 a 1949.

El control estadístico de la calidad introdujo la inspección por muestreo, en lugar de la inspección al 100%. Lo principal de esta etapa fue el control que garantice no solo conocer y seleccionar desperfectos de productos, sino también la toma de acción correctiva sobre los procesos tecnológicos. Los inspectores de calidad no solo tenían la responsabilidad de la inspección del producto final, sino que estaban distribuidos a todo lo largo del proceso.

Tercera Etapa: 1950 a 1979.

Se inicia con la idea de hacer hincapié en la inspección, tratando de no sacar a la venta productos defectuosos. Se dan cuenta que el problema de los productos malos radicaba en las diferentes fases del proceso y que no era suficiente la inspección estricta para eliminarlos, se pasa de la inspección al control de todos los factores del proceso, abarcando desde la identificación inicial hasta la satisfacción final de todos los

requisitos y las expectativas del consumidor, se consideró que era el enfoque correcto: la calidad. Se pasó a producir con mayor calidad a fin de poder vender lo mejor, considerando las necesidades del consumidor y produciendo en función y a la par del mercado. Aparecen programas y sistemas de calidad, se incorpora la planeación de la calidad.

Cuarta Etapa: los 80's

Se caracteriza en la dirección estratégica de la calidad, sobre la elaboración de una estrategia encaminada al perfeccionamiento continuo de esta, en toda empresa, no es solo el mercadeo, sino el conocer necesidades y expectativas de los clientes y construir una organización empresarial que le satisfaga. La calidad era vista como " una oportunidad competitiva, la orientación o enfoque se concibe como la calidad se administra".

Quinta etapa: de 1900 hasta la actualidad.

Lo fundamental en esta etapa es que pierde sentido la antigua distinción entre producto y servicio. Lo que existe es el valor total para el cliente, se conoce como servicio de calidad total. El cliente aprecia la calidad desde 2 puntos de vista: calidad perceptible y calidad factual. La primera es la clave para que la gente compre, y la segunda es la responsable de lograr la lealtad del cliente con la marca y la organización un servicio de calidad total es un enfoque organizacional global, que hace de la calidad de los servicios, según la percibe.

Concepto de calidad.

La calidad es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. (Leonidasher, 2013).

La calidad es cumplir con los requerimientos que necesita el cliente. La calidad es satisfacer las necesidades de los clientes, traduciéndose como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes, como pueden ser: la reducción de costos, presencia y permanencia en el mercado y la generación de empleos (Ishikawa, 2008)

Gestión de calidad.

Es la manera cómo la organización dirige y controla las actividades de su negocio que están asociadas con la calidad. Se debe hacer un sistema no sólo para certificación, se debe preguntar qué aspectos de la organización están asociados con la calidad.

Este sistema comprende la estructura organizacional, conjuntamente con la planificación, los procesos, los recursos, los documentos que necesitamos para alcanzar los objetivos de la organización para proveer mejoramiento de productos y servicios y para cumplir los requerimientos de nuestros clientes.

Enfoques de la gestión de calidad.

Es importante destacar los enfoques actuales que se toman en cuenta para lograr un desarrollo de la gestión de calidad total estos son:

- **Enfoque trascendental de la calidad.**

La calidad no es mente ni materia, aunque una tercera entidad independiente de las dos... No se puede definir, pero sabemos lo que es. (Sewell., 2006)

Se sugiere que la calidad, es una simple y no analizable propiedad que aprendemos a reconocer solo a través de la experiencia. Ya que la calidad es algo que no se puede tocar, pero se conoce instantáneamente también se supone que la calidad está ligada con un trabajo manual más que con una producción en masa.

La importancia de este enfoque solo se entiende parcialmente ya que se ha investigado poco en esa área, sin embargo, se afirma que un consumidor que compra un producto o servicio, lo hace porque el enfoque de la calidad desarrollado bajo esta premisa está positivamente reforzado por la compra y consecuente uso.

- **Enfoque de la calidad basado en el producto:**

Una estrategia de diseño basada en el producto, donde la calidad está determinada como una variable precisa y medible las diferencias en calidad reflejan las diferencias en la cantidad de cierto ingrediente o atributo del producto.

- **Enfoque de la calidad basado en el usuario.**

Las definiciones se basan en la premisa de que la calidad solamente la determina el usuario. Se considera que los consumidores individuales tienen diferentes gustos y necesidades, y los artículos que mejor satisfacen sus preferencias son considerados como los que poseen una mayor calidad percibida. Esta visión por supuesto es altamente subjetiva.

- **Enfoque de la calidad basado en la fabricación.**

Los fabricantes utilizan generalmente una estrategia de fabricación. Este hecho también sugiere el punto de partida del concepto de Crosby de la conformidad con los requisitos. La estrategia de fabricación busca asegurar que se minimicen las desviaciones del modelo estándar, ya que estas reducen la calidad del producto fabricado.

- **Enfoque de la calidad basada en el valor:**

Se sugiere que la base de este enfoque es la comprensión psicológica del significado de *valor*. Es una determinación independiente que refleja la tendencia de costo individual. El juicio basado en el valor refleja la calidad en realidad un enfoque inspirado en la fabricación. El hecho de tener dentro de los principios de las Normas ISO 9000, el Liderazgo y Participación del personal, significa que para una correcta implantación de las Normas ISO es relevante el conocimiento del clima organizacional imperante, el cual puede facilitar o entorpecer dependiendo de su madurez para poder asumir el cambio con éxito.

Clásicos actuales de la calidad como (Juran & God Frey, 2001), reconocen que han sido identificados algunos componentes culturales como soportes de los sistemas de calidad: comunicaciones abiertas, liderazgo, enfoque en los recursos humanos, confianza, estabilidad en el empleo, valoración del rendimiento y adiestramiento, participación, entre otros. Con los argumentos anteriores queda definido el papel determinante de la

cultura organizacional en el proceso de cambio, para lograr una orientación hacia la calidad desde dentro.

Mejora continua.

La continua mejora de la capacidad y de los resultados debe ser el objetivo permanente de nuestra organización. La excelencia ha de alcanzarse mediante un proceso de mejora continua en todos los campos: capacidades del personal, eficiencia de la maquinaria, relaciones con los clientes, etc.” (Sarv, S. 1995).

Técnicamente puede haber dos clases de mejora de la calidad: mediante un avance tecnológico o mediante la mejora de todo el proceso productivo. Si tecnológicamente no se puede mejorar (o tiene un coste excesivo), la única forma de mejorar el servicio prestado es mediante un sistema de mejora continua. Siempre hay que intentar mejorar los resultados. Este hecho lleva aparejada una dinámica continua de estudio, análisis, experiencias y soluciones cuyo propio dinamismo tiene como consecuencia un proceso de mejora continua de la satisfacción del cliente. La mejora continua debe entenderse como "mejora mañana lo que puedas mejorar hoy, pero mejora todos los días". Alcanzar los mejores resultados no es labor de un día. Es un proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos. Han de cumplirse los objetivos de la organización y prepararse para los próximos requerimientos más exigentes, por lo que necesitaremos obtener rendimientos superiores en nuestro trabajo y en los resultados del conjunto de la organización.

Es mejor mejorar un poco día a día y tomarlo como hábito, que dejar las cosas tal como están teniendo altibajos. Lo peor es un rendimiento irregular. Con estas últimas situaciones no se pueden predecir los resultados de la organización porque la información no es fiable ni modelos para implantar la mejora continua en la gestión de empresas de transporte por carretera homogénea. Como conclusión, “sin mejora continua no se puede garantizar un nivel de calidad ni tomar decisiones acertadas ni cumplir las metas y objetivos” (Carrasco, 2001)

Satisfacción del cliente.

Kotler (1998), define la satisfacción del cliente como "El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”.

Hotel

Un **hotel** es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas y que permite a los visitantes sus desplazamientos.

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

Definición de la Micro y Pequeña Empresa

Una Micro y Pequeña Empresa es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. **(Ley N° 28015, 2003)**

Definición de Gestión de Calidad

Udaondo, M. (1992) define a la Gestión de Calidad, de la siguiente manera:

Modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente. Así pues, mediante la gestión de calidad, la gerencia participa en la definición, análisis y garantía de los productos y servicios ofertados por la empresa, interviniendo y haciendo que se realicen los siguientes tipos de actuaciones:

- a) Definir los objetivos de calidad, aunando para ello los intereses de la empresa con las necesidades de los clientes.
- b) Conseguir que los productos o servicios estén conformes con dichos objetivos, facilitando todos los medios necesarios para lograrlo.
- c) Evaluar y vigilar que se alcanza la calidad deseada.
- d) Mejorarla continuamente, convirtiendo los objetivos y la consecución de la calidad en un proceso dinámico que evoluciona de modo permanente, de acuerdo con las exigencias del mercado.

Definición de Clientes

Según la **Real Academia de lengua Española (2014)** "un cliente es aquella persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa".

Según **Escudero, M. (2015)** da las siguientes definiciones:

Consumidor: Es aquella persona que compra un producto o servicio.

Cliente: Es la persona que compra habitualmente en la misma empresa (consumidor habitual).

Usuario: Es la persona que disfruta habitualmente de un servicio o del empleo de un producto.

Jiménez, J. & Rodríguez, J. (2008) en su artículo titulado Servicio al cliente definen al servicio de atención al cliente de la siguiente manera:

El servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Ramos. (1983), comenta que es muy difícil precisar la antigüedad de los establecimientos de hospedaje, sin embargo puede decirse que es muy similar a la del hombre mismo. Gracias al instinto de conservación este se veía en la necesidad de estar viajando y muchas veces no encontraba un lugar adecuado donde dormía. De esta forma en los pueblos primitivos tenían costumbre de dar hospedaje al viajero por una noche y al día siguiente éste continuaba su viaje.

La Organización Mundial de Turismo (2004), menciona que los sistemas de calificación fueron desarrollados para asegurar la confianza de los viajeros en los establecimientos de hospedaje debido al crecimiento de turismo internacional en los últimos 50 años, en los cuales esta industria alcanzado su madurez, se han enfocado a la protección del consumidor brindándoles mayor información acerca del lugar donde desean hospedarse.

III. HIPÓTESIS.

La presente investigación denominada la “Gestión de calidad en el enfoque de mejora continua en las Mypes sector servicios, rubro hotelería, en el distrito de Juanjuí periodo 2018”, no se elabora hipótesis es una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se aplicó un diseño de investigación No Experimental-Cuantitativo/Descriptivo; No Experimental por que se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente, Cuantitativo porque la recolección de datos y los resultados se analizaron utilizando procedimientos estadísticos e instrumentos de medición, Descriptivo porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado.

4.2 POBLACION Y MUESTRA.

Población

La población del estudio estuvo constituida por 05 micro y pequeñas empresas del sector rubro hotelería en el Distrito de Juanjui, año 2018.

Muestra

La muestra se tomó de las micro y pequeñas empresas (05) del rubro hotelería disponibles al momento de hacer el estudio.

4.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes legales de las micro y pequeñas empresas	Son las personas que dirigen o son los encargados de las empresas encuestadas	Edad del encuestado	a. De 18 a 30 años b. De 31 a 50 años. c. De 51 años a más.	Ordinal: Numérico
		Sexo del encuestado	a. Masculino. b. Femenino.	Nominal
		Grado de instrucción académica del encuestado	a. Primaria b. Secundaria c. Superior no Universitario. d. Superior Universitario. e. Sin instrucción.	Ordinal
		Cargo dentro de la empresa del encuestado	a. Propietario. b. Administrador. c. Otro.	Nominal
		Tiempo que desempeña el cargo en la Empresa.	a. 0 año a 3 años. b. 3 años a 6 años. c. 6 años a más.	Ordinal: Numérico

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y Pequeñas empresas	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.	Años de permanencia en la actividad	a. 0 a 3 años. b. 3 años a 6 años. c. 6 años a más.	Razón
		Número de familiares que trabajan en la empresa	a. 1 a 5 b. 6 a 10 c. 11 a más d. Ninguno	Razón
		Relación de los trabajadores con el propietario	a. Familiares b. Amigos. c. Ni familiares ni	Nominal
		Finalidad de la creación de la empresa	a. Generar ganancias. b. Subsistencia. c. Generar puestos de trabajo.	Nominal

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Modo en que la Dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente.	Planificar	.Objetivos. .Estrategias. .Procedimientos.	Nominal
		Dirigir	Comunicación. .Liderazgo .Motivación	Nominal
		Implantar	.Capacitación. .Interiorización. .Adaptar.	Nominal
		Controlar	.Evaluar. .Comparar. .Verificar.	Nominal
Servicio de atención al cliente	Actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad	Relacionar	.Introducir .Identificar .Seleccionar	Nominal
		Satisfacer	.Brindar valor .Dar a conocer .Negociar	Nominal
		Fidelizar	.Ofertar .Brindar Exclusividad. .Crear vinculo	Nominal
		Interactuar	.Encuestar .Servicio Post venta .Retroalimentar	Nominal

4.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS.

a) Técnica: Se aplicó la técnica de la encuesta tanto a los administradores, así como a los clientes de los Hoteles de la ciudad de Juanjuí.

b) Instrumento: Se elaboró un cuestionario con 12 ítems para la encuesta aplicada a los administradores o propietarios de Hoteles de la ciudad de Juanjuí y, 09 ítems para la encuesta aplicada a usuarios frecuentes (viajeros) de hoteles.

4.5 PLAN DE ANALISIS.

Se utilizaron técnicas y medidas de la estadística descriptiva, porque se clasificaron, organizaron, representaron y resumieron (en suma hacer entendible) la información obtenida de las variables observadas sobre una muestra representativa, lo cual permitió emitir conclusiones para toda una población a partir de la información obtenida en la muestra.

El procesamiento de los resultados se realizó en el Programa Informático Microsoft Excel, en el cual se construyó la base de datos, a partir de la cual se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como figuras estadísticas de las variables en estudio.

4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	VARIABLES	Población y Muestra	Metodología y Diseño de la Investigación	Instrumento y Procedimiento
<p>General: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Servicios rubro hotelería del distrito de Juanjui, año 2018?</p> <p>¿Cuáles son las características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del distrito de Juanjui, año 2018?</p> <p>¿Cuáles son las características de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro servicios rubro hotelería del distrito de Juanjui, año 2018?</p>	<p>General: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del distrito de Juanjui, año 2018</p> <p>-Determinar las características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del distrito de Juanjui, año 2018</p> <p>-Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del distrito de Juanjui, año 2018</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Servicio de atención al cliente</p>	<p>Población: La población consiste en 5 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del distrito de Juanjui, año 2018</p> <p>Muestra: Consta del 100% (5) de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del distrito de Juanjui, año 2018</p>	<p>Diseño: <u>No experimental</u>, Porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables Gestión de calidad y servicio de atención al cliente, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de las micro y pequeñas empresas.</p> <p><u>Transversal</u>, Porque la investigación estuvo centrada en analizar el nivel o estado de las variables en el año 2018.</p> <p><u>Descriptivo</u>, Porque solo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: - Cuestionario estructurado</p>

4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS

En el presente trabajo se hace hincapié a los principios éticos de confidencialidad, confiabilidad y respeto a la persona humana, siendo estos principios los más resaltantes para llevar a cabo una buena investigación.

Se utilizaron los siguientes principios éticos:

Confidencialidad:

La información presentada en esta tesis ha sido elaborada bajo consultas de diferentes autores, libros virtuales que representan la seguridad de la información plasmada.

Confiabilidad

La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, presentando bibliografías y consultas de autores que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para el buen funcionamiento de los resultados.

Respeto a la persona humana

El presente trabajo de investigación se ha elaborado respetando a la persona humana y sin dañar susceptibilidades.

IV. RESULTADOS.

RESULTADO DE LA ENCUESTA A LOS ADMINISTRADORES DE EMPRESAS DEL RUBRO HOTELERÍA DE LA CIUDAD DE JUANJUÍ.

Tabla N° 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del Distrito de Juanjui, año 2018.

Características	Número	Porcentaje %
Edad del encuestado		
18 a 30 años	1	20.0
31 a 50 años	1	20.0
51 años a más	3	60.0
Total	5	100.0
Sexo del encuestado		
Masculino	4	80.0
Femenino	1	20.0
Total	5	100.0
Grado de instrucción		
Primaria	0	0.0
Secundaria	4	80.0
Superior No Universitaria	1	20.0
Superior Universitaria	0	0.0
Sin instrucción	0	0.0
Total	5	100
Cargo en la empresa		
Propietario	5	100.0
Administrador	0	0.0
Otro	0	0.0
Total	5	100.0
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	0	00.0
3 a 6 años	1	20.0
6 años a más	4	80.0
Total	5	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del Distrito de Juanjui, año 2018.

Tabla N° 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del Distrito de Juanjui, año 2018.

Características %	Número	Porcentaje
Tiempo del hotel en el rubro		
0 a 3 años	0	00.0
3 a 6 años	0	00.0
6 años a más	5	100.0
Total	5	100.0
Número de trabajadores en el hotel		
De 1 a 5	3	60.0
De 6 a 10	2	40.0
11 a más	0	00.0
Total	5	100.0
Relación de los trabajadores con el propietario		
Familiares	4	80.0
Amigos	0	0.0
Ni familiares ni amigos	1	20.0
Total	5	100.0
Objetivo de creación de la empresa		
Generar ganancias	5	100.0
Subsistencia	0	0.0
Generar puestos de trabajo	0	0.0
Total	5	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del Distrito de Juanjui, año 2018.

Características	Número de MYPES
------------------------	----------------------------

Conocimiento de gestión de calidad		
Nunca	0	
A veces	1	2
Siempre	4	8
Total	5	100 .0
Evaluación de desempeño laboral		
Nunca	0	
A veces	2	4
Siempre	3	6
Total	5	100
Mide calidad de servicio		
Nunca	0	00
A veces	2	4
Siempre	3	60
Total	5	100
Cuenta con publicidad		
Nunca	0	00
A veces	0	00
Siempre	5	
Total	5	100 .0
Presencia publicitaria en internet con otras		
Nunca	0	0
A veces	0	
Siempre	5	00.
Total	5	100.0
Cuenta con página web		
Si	4	
No	1	2
Total	5	100 ^

Estrategias para captar clientes y fidelizarlos		
Nunca	0	0.0
A veces	1	20.0
Siempre	4	80.0
Total	5	100.0
Cuenta con capacitación en atención al cliente		
Nunca	0	0.0
A veces	3	60.0
Siempre	2	40.0
Total	5	100.0
Los clientes consideran que han recibido buena atención		
Nunca	1	10.0
A veces	6	60.0
Siempre	3	30.0
Total	10	100.0
Los clientes perciben que los trabajadores tienen capacitación en atención al cliente		
Nunca	2	20.0
A veces	7	70.0
Siempre	1	10.0
Total	10	100.0
El personal cuenta con uniforme		
Nunca	3	30.0
A veces	6	60.0
Siempre	1	10.0
Total	5	100.0
El hotel le brinda seguridad y confort		
Nunca	0	0.0
A veces	3	30.0
Siempre	7	70.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería del Distrito de Juanjui, año 2018.

5.1. Análisis de resultados

Respecto al Objetivo específico N° 1

- El 60% de los encuestados tienen de 51 años de edad a más, lo cual contrasta con **Trujillo, L. (2014)** que en su investigación encontró que el 53% tiene de 31 a 40 años de edad.
- El 80% de los encuestados son de sexo masculino, lo cual corrobora a **Pantoja, E. (2016)** que encontró que el 70% de los encuestados son de género masculino y a **Trujillo, L. (2014)** quien en su investigación encontró que el 60% de los representantes legales encuestados son varones.
- El 80 % de los encuestados tiene grado de instrucción secundaria, lo cual contrasta a lo encontrado por **Pantoja, E. (2016)** quien encontró que el 24.2% de los encuestados tienen educación secundaria, además contrasta a **Trujillo, L. (2014)** quien encontró que el 60% de los encuestados tienen estudios técnicos.
- El 100% de los encuestados son los propietarios de los hoteles, esto demuestra que en estas micro y pequeñas empresas del sector el propietario está pendiente del negocio la mayor parte del tiempo y se encuentra presente para tomar decisiones.
- El 80 % tiene de 6 años a más en el cargo, es decir, la gran mayoría de estos negocios tiene al propietario y a la vez administrador en el cargo quien tiene una experiencia laboral de muchos años, lo cual redundará en el éxito de la empresa.

Respecto al Objetivo específico N° 2

- El 100% de los hoteles tienen de 6 años a más en el rubro, lo cual muestra que son negocios que han perdurado en el tiempo y que tienen una posición en el mercado, así como un conocimiento del entorno en el que se desenvuelve.
- El 60 % de las panaderías tiene de 1 a 5 trabajadores, lo cual nos muestra que estos negocios a pesar de tener años en el mercado y ser administrados por su propietario, se han quedado con escaso personal a fin de poder perdurar en el tiempo.

- El 80 % de los trabajadores de las panaderías son familiares del propietario, esto nos demuestra que el negocio es una MYPE familiar, que a pesar de estar diversos años en el mercado, son los familiares del propietario quienes realizan las diversas labores en la panadería, y que no crece por ser un negocio familiar.
- El 100% de las panaderías fueron creadas con la finalidad de generar ganancias, que es la finalidad por la que se crean las empresas familiares.

Respecto al Objetivo específico N° 3

GRAFICO N° 01

Conocimiento sobre gestión de calidad



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

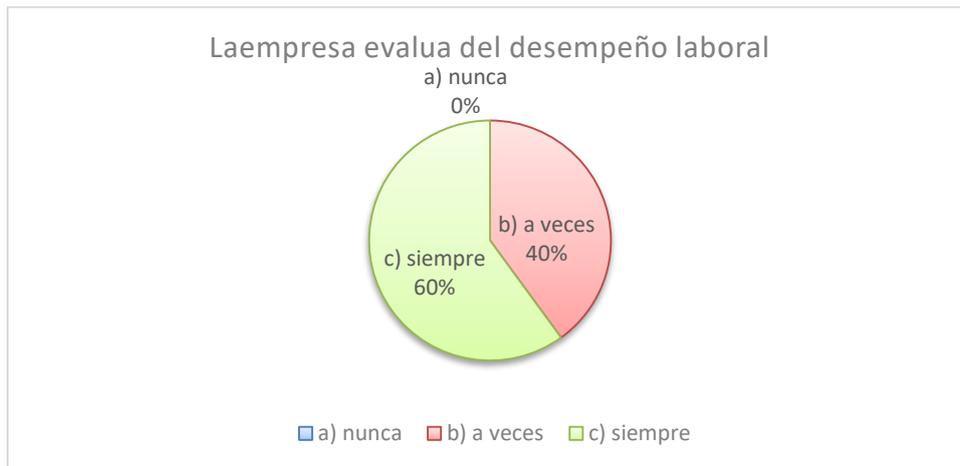
Análisis:

El 80% de los encuestados indican que los que administran estas empresas, **Siempre** tienen conocimiento sobre gestión de calidad, y solo un 20% dicen que **A veces** tienen conocimiento sobre gestión de calidad.

Interpretación:

Un elevado porcentaje de los encuestados indican que a veces tienen conocimiento sobre gestión de calidad, esta respuesta de los encuestados lo hacen de acuerdo a su realidad.

GRAFICO N° 02 La empresa evalúa del desempeño laboral



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

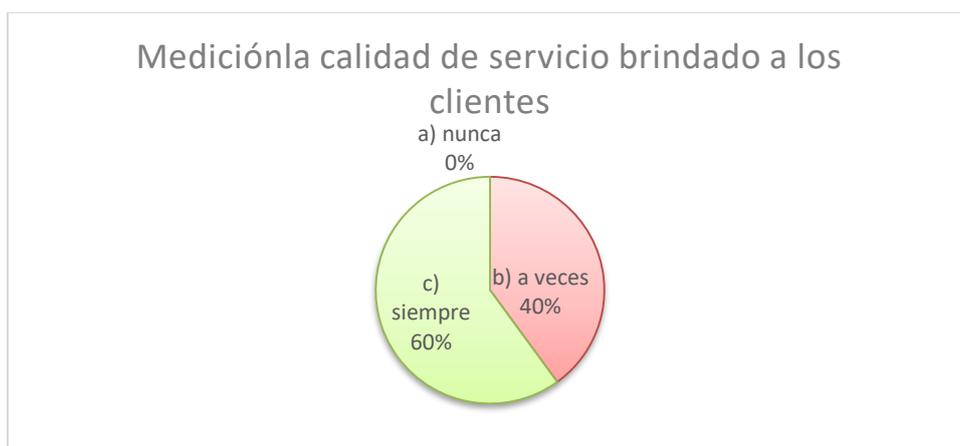
Análisis:

El 60% de los encuestados indican que siempre evalúan el desempeño laboral de sus trabajadores y el 40% dicen que esto se da a veces.

Interpretación:

Un porcentaje mayor al 50 % de las empresas encuestadas dicen que siempre realizan evaluaciones del desempeño laboral y una minoría solo a veces.

GRAFICO N° 03 Medición la calidad de servicio brindado a los clientes



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

Análisis:

El 60% de los encuestados indican que Siempre miden la calidad del servicio al cliente que se brindan a los clientes y el 40% indican que esto se cumple A veces.

Interpretación:

Un elevado porcentaje de los encuestados indican que siempre cuentan con sistema de identificación de sus proveedores.

GRAFICO N° 04 Publicidad en algún medio de comunicación



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

Análisis:

El 100% de los representantes de las empresas encuestadas indican que a Siempre cuentan con publicidad en uno que otro medio ya que estos están considerados de vitales importancias para la imagen de las mismas.

Interpretación:

La mayoría de los encuestados indican que a veces cuentan con publicidad.

GRAFICO N° 05 El hotel tiene presencia en el internet



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

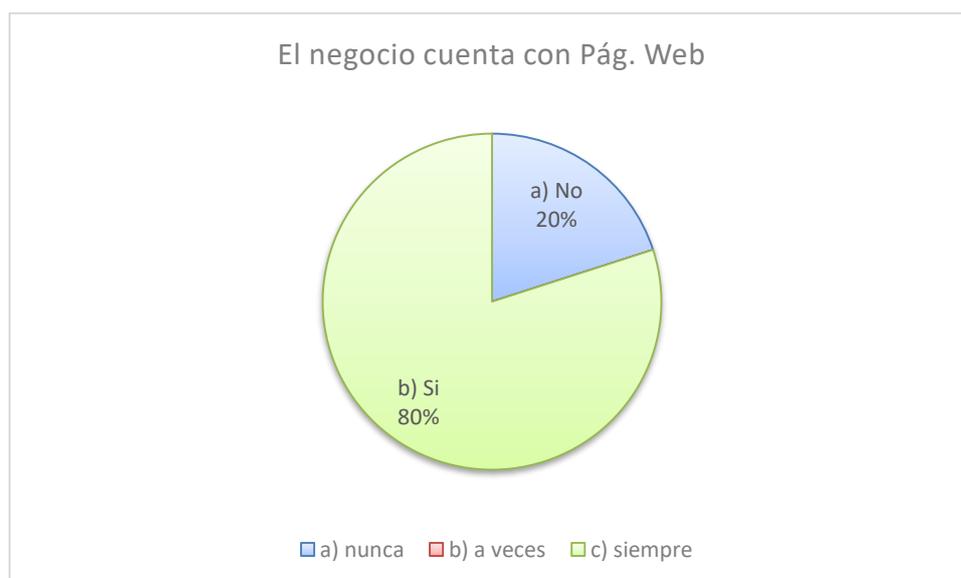
Análisis:

El 100% de las empresas encuestadas a través de sus representantes, indican que Siempre están de acuerdo que sus empresas tengan presencia en la internet ya que en ella puedes extender a miles de miles de personas la marca de sus empresas.

Interpretación:

Todos los encuestados están de acuerdo que la internet es importante en la empresa para incrementar sus ventas.

GRAFICO N° 06 El negocio cuenta con Pág. Web



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

Análisis:

En nuestra ciudad solo un 80% de los hoteles Siempre cuentan con Página Web y un 20% Nunca.

Interpretación:

Debido a la importancia de la internet en el mundo del negocio, un elevado porcentaje de empresas cuenta Siempre con su propia Página Web.

GRAFICO N° 07. Estrategias para captar clientes y fidelizarlos



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

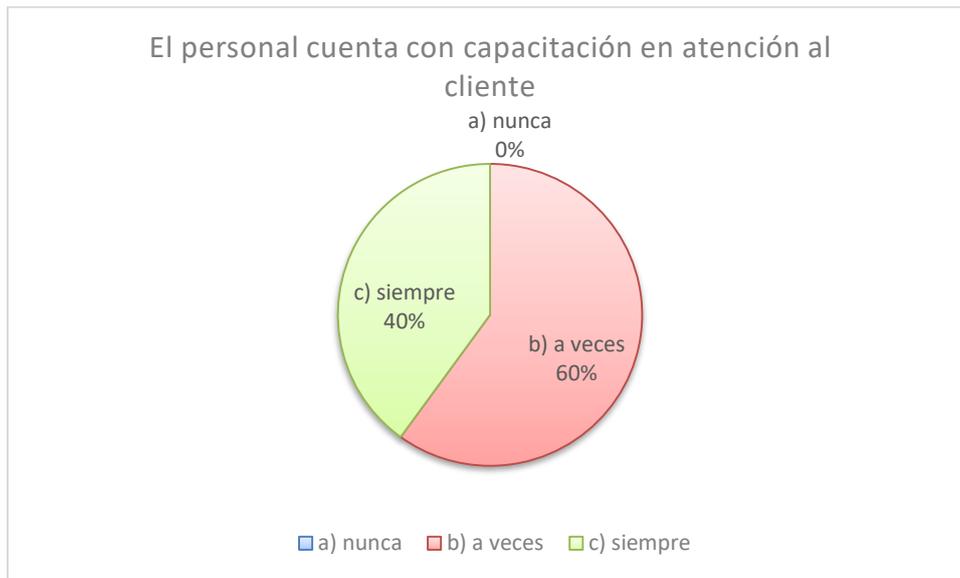
Análisis:

En su mayoría de las empresas hoteleras en un 80% Siempre utilizan estrategias para captar clientes y a su vez fidelizarlos y un 20% solo A veces utilizan estrategias.

Interpretación:

Todos los encuestados aseguran que utilizan estrategias para captar clientes y fidelizarlos.

GRAFICO N° 8. El personal cuenta con capacitación en atención al cliente



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

Análisis:

El 60% de los encuestados afirman que A veces sus personales cuentan con capacitación en atención al cliente y el 40% dicen que Siempre.

Interpretación:

Un elevado porcentaje de los encuestados afirman que su personal siempre cuenta con capacitación en atención al cliente.

RESULTADO DE LA ENCUESTA A LOS *CLIENTES* DE EMPRESAS DEL RUBRO HOTELERÍA DE LA CIUDAD DE JUANJUÍ.

GRAFICO N° 9 Considera que el hotel que ha visitado cuenta con una buena atención al cliente



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

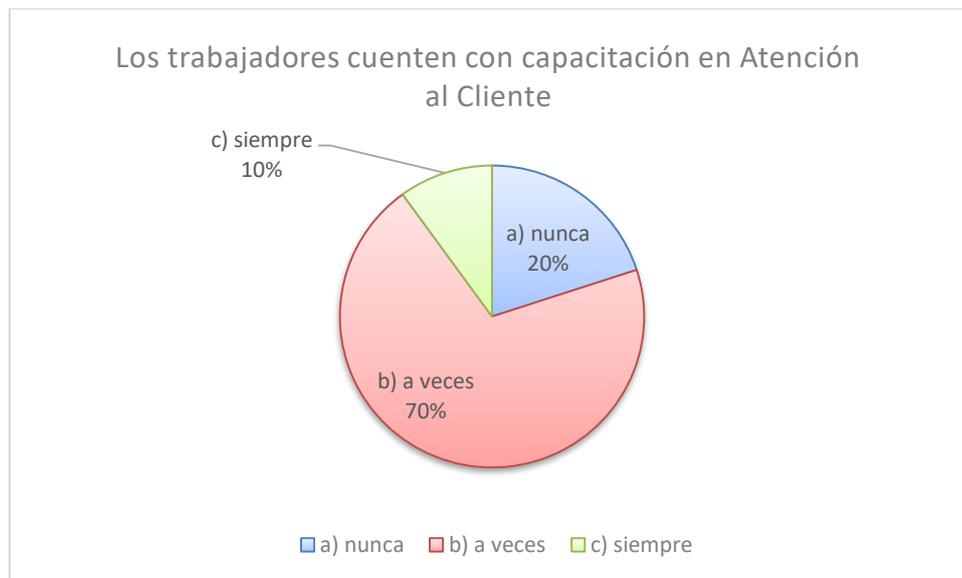
Análisis:

El **60%** de los encuestados afirman que en los Hoteles en Juanjuí A veces cuentan con una adecuada atención, un **30%** Siempre y un **10%** Nunca.

Interpretación:

Según las respuestas obtenidas nos damos cuenta que, en la mayoría de empresas hoteleras, han recibido una atención adecuada y en algunas varían respuestas de acuerdo a la experiencia vivida.

GRAFICO N° 10. Los trabajadores cuentan con capacitación en Atención al Cliente



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

Análisis:

El 70% de los encuestados consideran que los trabajadores A veces cuentan con capacitación al cliente, un 20% Nunca han sido capacitados y un 10% Siempre son Capacitados.

Interpretación:

Un elevado porcentaje de usuarios consideran que los trabajadores de los Hoteles son A veces capacitados en Atención al Cliente.

GRAFICO N° 11. El personal cuenta con uniforme



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

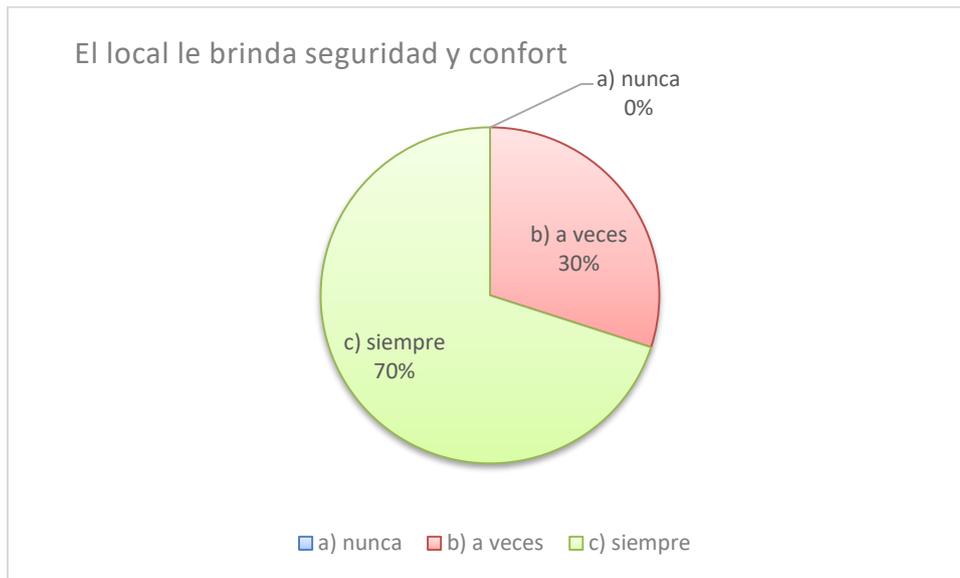
Análisis:

Un 60% de los encuestados afirman que el personal de atención al público de estas empresas A veces se encuentra identificados con ropa uniforme, 30% dijo que esto no han visto Nunca y 10% casi Siempre.

Interpretación:

Es poco relevante ver a personal de atención con ropa uniforme ya que es el porcentaje adquirido de las respuestas de los encuestados.

GRAFICO N° 12. El local le brinda seguridad y confort



Fuente: Resultado de encuesta. Elaborado por el Investigador.

Análisis:

De acuerdo a las respuestas de los encuestados sacamos lo siguientes porcentajes: El 70% de los Hoteles Siempre brindan Seguridad y confort y un 30% solo A veces.

Interpretación:

Un elevado porcentaje de encuestados nos dicen que el local nunca les brinda seguridad y confort, ellos responden en función a sus experiencias.

V. CONCLUSIONES

Si de hablar de una empresa hotelera se trata, nos conducimos a imaginar en un descanso placentero, fuera del bullicio del ambiente común en el que vivimos, relax total; recibiendo un servicio ideal, seguridad y confort. Así es, concluimos considerando que toda empresa de hotelería es indispensable en todas las ciudades del país y del mundo ya que existen miles de miles de visitantes a la espera de recibir atención especial y diferente al que recibimos en casa.

Basándonos a la realidad en la que vivimos, de acuerdo a las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas a los administradores y/o representantes de las empresas del rubro hotelero, se constató que en la ciudad de Juanjuí muchos de estos, tienen conocimiento de lo que es Gestión de calidad, llegando esto a ser un buen indicador ya que si existe la voluntad de ser una empresa que tenga una imagen y con una posición marcada en el mercado verá a esto como una fortaleza para buscar estrategias y ser mejores.

En gran parte las empresas hoteleras brindan un servicio no tanto ideal, pero si apropiado ya que son pocos los clientes que tienen quejas de éstas, sin duda con algunos detalles faltaría mejorar

A demás de considerar falta de capacitación en atención al cliente, también algunos usuarios creen que estas empresas deberían mejorar sus servicios ya sea con desayunos, lavandería, piscinas y hasta sala para conferencias.

Los medios de comunicación juegan un rol muy importante en el mundo de los negocios, y si nos enfocamos en las empresas hoteleras vemos a menudo recibir visita de turistas que bien pueden informarse y elegir el lugar en el que vas a descansar a través de la vía internet, por ejemplo, también los carteles publicitarios que bien podrían encontrarse en las agencias de viajes entre otras

VI.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Arias, A.** (2014). Caracterización del financiamiento y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comidas criollas del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima - Período 2013 – 2014. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de lima. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036873>
2. **Beltrán, L.** (2008). Predicción del crecimiento del micro y pequeñas empresas en Bolivia. Tesis para optar la maestría en la universidad de Bolivia. Recuperado de: <http://dpicuto.edu.bo/tesis/facultad-de-ciencias-economicas-financieras-y-administrativas/carrera-de-ingenieria-comercial/1543-prediccion-del-crecimiento-de-las-micro-y-pequenas-empresas-en-bolivia.html> Bernaola, J. (2014). Caracterización del financiamiento, capacitación competitividad y rentabilidad de las Mype del sector comercio - rubro cevicherías del distrito de Chimbote, período 2012 – 2013. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Chimbote. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036882>
3. **Curay, M.** (2014). Caracterización del financiamiento en el micro y pequeñas empresas del sector Industrial rubro panaderías de la ciudad de Piura, 2014. Tesis para optar la Lic. Administración en la universidad de Piura. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039071>
4. **Claros, J.** (2015). caracterización del financiamiento capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – Rubro compra/venta de productos de abarrotes del distrito de Chíncha Alta – provincia de Chíncha, 2014. tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de chíncha. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035480>

5. **Chávez, F. (2013).** El financiamiento y la rentabilidad de las Mype, en el sector servicios, rubro peluquerías del distrito de Huaraz, 2012. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote Huaraz. Recuperado de:
[ttp://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035428](http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035428)

6. **Domínguez, G. (2013).** Caracterización del financiamiento, de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pollerías en la ciudad de Chimbote, periodo 2014. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034712>

7. **Dueñas, D. (2014).** La influencia del Financiamiento crediticio en las MYPE de la ciudad de Huaraz 2013. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Huaraz. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037738>

8. **Echavarría, C. (2006).** Alternativas de financiamiento para el micro y pequeñas empresas (MYPE) en México. Tesis para optar el grado de maestría en la universidad de México. Recuperado de: <http://www.eumed.net/eve/resum/07-enero/aes.htm>

9. **Guevara, A. (2012).** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad del micro y pequeñas empresas (Mype) del sector servicios. Rubro restaurantes - distrito de Chimbote. Periodo 2010 – 2011. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037614>

10. **Giraldo, K. (2012).** Caracterización del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las Mype del sector comercio, rubro ferretería, del distrito de Chimbote, período 2011. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036119>

11. **Gómez, A. (2014).** Caracterización del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las Mype del sector servicios, rubro restaurantes en el centro comercial espinar, del distrito de Chimbote, período 2011. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035887>
12. **Herrera, S, Limón, A & Soto, A. (2010).** Fuentes de financiamiento en época de crisis realizado en las Empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del Río – México. Tesis para optar el doctorado en la universidad de México. Recuperado de: <http://gitmexico.com/acacia/busqueda/pdf/M15P18.pdf>
13. **Inchicaqui, S. (2013).** El financiamiento y rentabilidad del micro y pequeñas empresas del sector servicio - Rubro hoteles de la ciudad de Huaraz, 2013. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035423>
14. **Liñán, S. (2014).** El financiamiento en la gestión económico y financiera de las Mype del distrito de Sihuas, período 2013. Tesis para optar el título profesional en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Huaraz. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036130>
15. **Martínez, M. (2011).** Contabilidad de costos y rentabilidad en la PYME. México. Tesis para optar la maestría en la universidad de México. Recuperado de: <http://www.buenastareas.com/materias/tesis-rentabilidad-pyme/>
16. **Melgarejo, M. (2014).** el financiamiento y rentabilidad de la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro alquiler de maquinaria Transporte Pablito E.I.R.L. Carhuaz, 2014. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035474>
17. **Mendoza, D. (2014).** Financiamiento, capacitación y rentabilidad en las micro y pequeña empresa, rubro panadería de Huaraz, 2013. Tesis para optar el título

profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036005>

18. **Mena, A. (2014).** Caracterización del financiamiento y la rentabilidad en las Mype del sector servicio, rubro restaurant en el centro de la ciudad de Piura año 2014. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Piura. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035641>

19. **Mota, S. (2014).** El Financiamiento y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicios - Rubro Restaurantes de la Provincia de Huaraz, Año 2013. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036344>

20. **Morales, C. (2014).** Financiamiento y rentabilidad de las Mype del sector comercio rubro implementos deportivos de la provincia de Huaraz - región Ancash año 2013. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036361>

21. **Mejía, G. (2014).** El financiamiento, capacitación y rentabilidad del micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro restaurantes del distrito de Piura, 2014. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Piura. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035518>

22. **Olaya, E. (2013).** Caracterización del financiamiento del micro y pequeñas empresas (Mype) del sector comercio rubro abarrotes, provincia de Sullana - Piura, periodo 2010. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Sullana. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035519>

23. **Peña, M. (2014).** Caracterización de la formalización y el financiamiento de las Mype del sector comercio - rubro venta de prendas de vestir para damas del distrito de Nuevo Chimbote, del año 2013. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035315>

24. **Peláez, P. (2013).** Incidencia del Financiamiento en la Rentabilidad de las MYPE del sector servicio, rubro constructoras, Huaraz 2012 - 2013. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036004>

25. **Robles, R. (2014).** El financiamiento y rentabilidad en el micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencia de información turística - Huaraz, 2014. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038628>

26. **Rodríguez, L. (2014).** Caracterización del financiamiento y la formalización de las Mype del sector servicios rubro restaurantes distritos de ventanilla, Provincia Constitucional del Callao, Departamento de Lima Periodo, 2013 - 2014. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035389>

27. **Ramírez, R. (2015).** El financiamiento y la rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro recreo campestre de la provincia de Yungay, 2014. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los ángeles de Chimbote – Huaraz. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038622>

28. **Ramos, F. (2009).** El financiamiento bancario que incide en la rentabilidad de la microempresa, en el caso de la ferretería Santa María SAC del distrito de México,

periodo 2012. Tesis para optar la maestría en la universidad de México. Recuperado de:

<http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Mype.pdf>

29. **Silva, F. (2014).** El financiamiento y la rentabilidad del micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías de la provincia de Carhuaz, año 2013. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote- Huaraz. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037888>

30. **Solís, E. (2013).** El financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las empresas de servicios, rubro hoteles en el distrito de independencia Huaraz periodo 2011. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad católica Los Ángeles de Chimbote – Huaraz. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036000>

31. **Suyon, E. (2012).** Caracterización del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las Mype del sector comercio, rubro panaderías del centro de Chimbote, período 2011. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036841>.

32. **Villaseca, R. (2013).** Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector de servicios - rubro hotelería, en la ciudad de Talara periodo – 2011. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Talara. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035376>

33. **Zapata, A. (2009).** Los determinantes de la generación y la transferencia del conocimiento en pequeñas y medianas empresas del sector de las tecnologías de la información de Barcelona periodo 2004. Tesis para optar su maestría en la universidad de Barcelona España. Recuperado de:

<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/3955/lezc1de1.pdf?sequence=1>

34. **Zevallos, F. (2014).** Caracterización del financiamiento la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Lampa. Tesis para optar el título de contador público en la universidad de Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=>

VII. ANEXOS

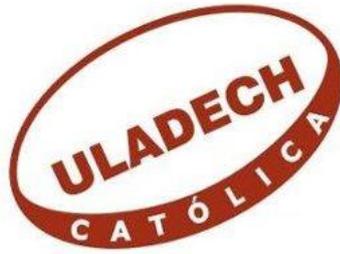
7.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	ETAPAS Y TAREAS DE LA INVESTIGACIÓN	2014											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Elaboración y revisión del proyecto		x										
2.	Aprobación del proyecto			x									
3.	Elaboración y revisión del informe				x								
4.	Aprobación del informe de proyecto					x	x						
5.	Elaboración del artículo científico							x					
6.	Elaboración del cuestionario								x	x			
7.	Elaboración del informe de tesis										x	x	
8.	Aprobación de tesis												x
9.	Presentación y sustentación.												x

7.2 PRESUPUESTO

Cant.	Unidad	Detalle	Costo Unit.	Costo Total
03	Cientos	Hojas bond A4	2.5	7.50
01	Und.	USB	24.00	24.00
02	Und.	Lapices	0.50	1.00
02	Und.	Lapiceros	0.50	1.00
03	Und.	CDs en blanco	1.00	3.00
01	Und.	Cuaderno	1.00	1.00
65	Horas	Internet	1.00	65.00
90	p/hoja	Impresiones	0.20	18.00
45	Carreras	Movilidad	2.00	90.00
Gastos Adicionales			120.00	120.00
TOTAL				330.50

7.3 CUESTIONARIO DE ENCUESTAS



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

El siguiente es un cuestionario está dirigido a los **ADMINISTRADORES de Empresas del Rubro de Hotelería**, con la finalidad de medir la Gestión de la Calidad en el enfoque de Mejora continua en la Mypes sector servicios rubro hotelería del distrito de Juanjuí, la misma forma parte de la investigación titulada: **Gestión de Calidad en el enfoque mejora continua en las Mypes sector comercial rubro Hotelería” del distrito de Juanjuí**. El cuestionario es anónimo y sus respuestas exactas, francas y objetivas serán de gran utilidad para la consecución de datos importantes que permitan analizar la situación de la empresa en función al indicador Mejora continua y poder de esta manera aportar recomendaciones para la implantación de un sistema de calidad acorde con la satisfacción del cliente.

Fecha:/...../.....

1.- ¿Tiene conocimiento sobre gestión de calidad?

Nunca b) A veces c) Siempre

2.- ¿Se realiza en la empresa evaluaciones del desempeño laboral?

a) Nunca b) A veces c) Siempre

3.- ¿En la empresa se mide la calidad de servicio brindado a los clientes?

a) Nunca b) A veces c) Siempre

4.- ¿En la empresa se identifican las brechas entre las competencias deseadas del personal y las competencias requeridas por la empresa?

- a) Nunca b) A veces c) Siempre

5.- ¿Cuenta con Publicidad en algún medio de comunicación de su Zona?

- a) Nunca b) A veces c) Siempre

6.- ¿Con que tipo de publicidad cuenta?

- a) televisión
b) revistas o periódicos
c) radio
d) cartel publicitario
e) internet, pág. web, redes sociales, mail masivo.
f) volantes.
g) No tiene

7.- Está de acuerdo que su empresa tenga presencia en el Internet, como un factor para incrementar sus ventas.

- a) Nunca b) A veces c) Siempre

8.- Su negocio cuenta con pág. web.

- a). Nunca b) a veces c) Siempre

9.- ¿Utiliza estrategias para captar clientes y fidelizarlos?

- a) Nunca b) A veces c) Siempre

10.- ¿Ha realizado campañas o promociones?

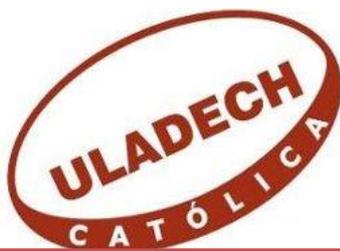
- a) Nunca b) A veces c) Siempre

11.- Su empresa cuenta con lista de precios accesibles a los clientes, colocados en lugar visible.

- a) Nunca b) A veces c) Siempre

12.- ¿Su personal cuenta con capacitación en atención al cliente?

- a) Nunca b) A veces c) Siempre



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

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

El siguiente es un cuestionario está dirigido a los **CLIENTES de Empresas del Rubro de Hotelería**, con la finalidad de medir la Gestión de la Calidad en el enfoque de Mejora continua en la Mypes sector servicios rubro hotelería del distrito de Juanjuí, la misma forma parte de la investigación titulada: **Gestión de Calidad en el enfoque mejora continua en las Mypes sector comercial rubro Hotelería” del distrito de Juanjuí**. El cuestionario es anónimo y sus respuestas exactas, francas y objetivas serán de gran utilidad para la consecución de datos importantes que permitan analizar la situación de la empresa en función al indicador Mejora continua y poder de esta manera aportar recomendaciones para la implantación de un sistema de calidad acorde con la satisfacción del cliente.

Fecha:/...../.....

1.- Usted considera que servicio de Hotelería que ha recibido cuenta con adecuada atención al cliente.

a) Nunca b) A veces c) Siempre

2.- ¿En el Hotel que usted visita respetan su horario de atención?, (¿es decir siempre hay un personal atendiendo?)

a) Nunca b) A veces c) Siempre

3.- ¿Cree usted que en el Hotel que visita para su descanso, los trabajadores cuentan con capacitación en atención al cliente?

a) Nunca b) A veces c) Siempre

4.- El personal que atiende muestra amabilidad y buen trato con los clientes

a) Nunca b) A veces c) Siempre

5.- ¿El personal que atiende al público cuenta con uniforme de identificación?

a) Nunca b) A veces c) Siempre

6.- ¿El local le brinda seguridad y confort?

a) Nunca b) A veces c) Siempre

7.- En alguna oportunidad ha sido objeto de mal trato por parte del personal o administrador que brinda su atención?

a) Nunca b) A veces c) Siempre

8.- ¿En su experiencia como cliente, ha planteado algún reclamo sobre algún mal servicio o queja por mala atención?

a) Nunca b) A veces c) Siempre

9.- ¿Su reclamo o queja ha sido atendido satisfactoriamente?

a) Nunca b) A veces c) Siempre