



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES
DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE
CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO
ALOJAMIENTOS DE LA AVENIDA FITZCARRALD DE
HUARAZ, 2021.

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

AUTOR

RAMIREZ AMADO, YEFERSON AGUSTIN

ORCID: 0000-0003-3992-7383

ASESOR

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

HUARAZ – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Ramirez Amado, Yeferson Agustin

ORCID: 0000-0003-3992-7383

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz, Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Diaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería
Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco el apoyo incondicional
de mis padres, por motivarme a seguir
y ser mi motivo para seguir adelante

DEDICATORIA

A Dios por la bendición
de despertar día a día
y poder seguir con
las metas que tengo

A mi familia por el gran
apoyo y la confianza
que me brindan para
cumplir mis metas

A mis asesores por la paciencia
y dedicación que me dedicaron
para terminar mi investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Carátula.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Índice de contenido.....	vi
6. Índice de tablas y figuras.....	vi
7. Resumen y abstract.....	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	13
III. Hipótesis	24
IV. Metodología.....	25
4.1 Diseño de la investigación.....	25
4.2 Población y muestra	27
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	28
4.4 Tecnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
4.5 Plan de análisis.....	31
4.6 Matriz de consistencia	32
4.7 Principios éticos	34

V. RESULTADOS.....	36
5.1 Resultados	36
5.2 Análisis de resultados.....	41
VI. Conclusiones.....	45
VII. Recomendaciones.....	46
Referencias bibliográficas	55
Anexos.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de la normalización como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.	36
Tabla 2: Características de la certificación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.	37
Tabla 3: Características de la acreditación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.	38
Tabla 4: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cuenta con procedimientos para evitar accidentes.....	77
Figura 2. Se tiene en cuenta su bienestar	77
Figura 3. Aprende métodos o aprendizajes al desarrollar sus actividades.....	78
Figura 4. Los costos dependen de los servicios que brindan	78
Figura 5. Se gana la confianza del cliente.....	79
Figura 6. Se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades.....	79
Figura 7. Evalúan la calidad de servicio que brindan	80
Figura 8. Los clientes los evalúan por el servicio que brindan.....	80

RESUMEN

La siguiente tesis tuvo como objetivo general, determinar las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz 2021. La metodología de la investigación, tuvo un diseño no experimental-transversal-descriptivo-de propuesta, la población estuvo conformada por 21 colaboradores de 4 hospedajes, la muestra fue censal porque se trabajó con la totalidad de colaboradores, la técnica utilizada en la investigación fue la encuesta y su instrumento el cuestionario estructurado de 8 preguntas, relacionados al objetivo, los resultados obtenidos con respecto a las 3 dimensiones son: Normalización 76,20% con respecto al aprendizaje de nuevos métodos al desarrollar sus actividades; Certificación 71,40% con respecto a que se ganan la confianza del cliente y Acreditación un 100%, con respecto a la evaluación de la calidad de servicio. Los cuales son los más resaltantes del cuestionario formulado concluyendo que la mayoría de los colaboradores de las micro y pequeñas empresas conocen sobre el termino de calidad de servicio y lo aplican en el desarrollo de sus actividades, también mencionaron que con cada atención que realizan aprende nuevas cosas, a su vez un punto importante que dieron conocer con un porcentaje de 100% en las encuestas, viene a ser que evalúan la forma y calidad del servicio que brindan.

Palabras clave: Calidad, empatía, expectativas

ABSTRACT

The following thesis had as a general objective, to determine the proposals to improve the quality of service for quality management in micro and small companies in the accommodation category of Fitzcarrald de Huaraz Avenue 2021. The research methodology had a non-experimental design. -transversal-descriptive-of proposal, the population was made up of 21 collaborators from 4 lodgings, the sample was census because we worked with all the collaborators, the technique used in the investigation was the survey and its instrument was the structured questionnaire of 8 questions, related to the objective, the results obtained with respect to the 3 dimensions are: Normalization 76.20% with respect to learning new methods when developing their activities; Certification 71.40% with respect to gaining customer trust and Accreditation 100%, with respect to the evaluation of the quality of service. Which are the most outstanding of the formulated questionnaire concluding that the majority of the collaborators of the micro and small companies know about the term of quality of service and apply it in the development of their activities, they also mentioned that with each attention they carry out they learn new Things, in turn, an important point that they made known with a percentage of 100% in the surveys, is that they evaluate the form and quality of the service they provide.

Keywords: Quality, empathy, expectations

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la situación que vive la ciudad de Huaraz, así como el Perú y todo el mundo, es que las MYPES han cerrado debido a la pandemia y los métodos que tomo el gobierno para combatir el virus, a través de las cuarentenas, entre el cual las MYPES orientadas al desarrollo de actividades de servicios de alojamiento han cerrado por la inmovilización que se decretó y a la vez que los turistas dejaron de recurrir por el cierre de fronteras, la razón fue porque no se contaba con los protocolos y el procedimiento de como recibir a los clientes para así brindarles la seguridad que ellos necesitan ante el Covid-19. Estos procedimientos son los protocolos los cuales buscan ayudar a brindar un servicio seguro y de calidad, a través de la desinfección del cliente antes de entrar en contacto con los colaboradores y sus respectivas habitaciones, desinfectándolos y haciendo que mantengan su distancia, aumentando el orden y limpieza, desinfectando diariamente, ya que al brindar el servicio a personas desconocidas en los alojamientos se tiene que mantener y hacer cumplir los protocolos para evitar los contagios, así tendremos al colaborador y al cliente seguro (Instituto Peruano de Economía , 2021).

Mestres (2020) resalta que actualmente las MYPES que están orientadas al rubro de alojamientos empezó a pasar por una crisis, el cual se debe a la pandemia del coronavirus que se estuvo suscitando en los cuales hizo que la mayoría de alojamiento cerrara por la falta de ingresos, pero no solo se debe de ver desde lo negativo los sucesos por lo que pasamos, ya que la pandemia también logro hacer que los empresarios se reinventen en la forma de brindar sus servicios, como adecuarse ante las necesidades actuales, como sobresalir de esta crisis y ganar un buen posicionamiento en el mercado, ya que los servicios que se brindan en los hospedajes antes de la pandemia eran pésimos, iniciando en la atención y en algunos puntos de la limpieza.

Al momento inicial de la pandemia en España , el sector hotelero afronto con gran actitud y de forma muy positiva pensando que el periodo de cuarentena seria corto, ya que vieron las formas y maneras de dar mejoras a la calidad de servicio que brindaban, pero esto cambio con la expansión e incremento de la pandemia, los cuales los llevaron a aumentar el costo de servicio para poder afrontar los gastos por respetar los protocolos, por lo que no podían ocupar el 100% del servicio que brindaban, los cual les llevo a replantear tanto el servicio, su costo y calidad, para afrontar y no quedar estancados y perder sus inversiones, fue para bien y para mal, generaron nuevas ideas de negocio, mejoraron sus servicios, pero elevaron sus costos, por los gastos que realizaron (Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2020).

Garrigues (2020) señala que la pandemia en el Perú nos ayudó a mejorar potencialmente la calidad de servicio que brindan en las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de alojamiento, cambiando la cultura de orden, limpieza y salud, ya que volvió más estrictos los temas de servicio, garantizando la seguridad, salud del cliente y de los colaboradores, aumentando la calidad y mejora del trato al cliente, satisfaciendo la necesidad de seguridad y salud con el uso de los protocolos impuestos por el gobierno, por lo que se busca que se implementen en todas las micro y pequeñas empresas del Perú dedicados a este rubro, a través de la calidad de servicio se podrá ayudar a que las empresas puedan sobresalir sobre el resto, brindando la calidad que los clientes nos piden y satisfaciendo sus necesidades, ya que, si nos enfocamos en el servicio que se brinda, se tomara en primer lugar a los colaboradores y la forma en la que brindan los servicios en los hospedajes, si potenciamos y educamos más a nuestros colaboradores tendremos mejores resultados.

En la ciudad de Huaraz la pandemia se vivió de igual forma que otros países, ya que, enfocándonos en el sector hotelero y hospedajes, estos tuvieron que cerrar de manera indefinida,

por el temor de contagio y volverse foco infeccioso de contagiados al albergar turistas de diversos países. Al permanecer cerrados más de un año, tuvieron que buscar formas, pidieron ayuda al gobierno, ya que ellos dependían de este negocio, porque se empezó a implementar los protocolos del gobierno, estos protocolos permitieron que las micros empresas hoteleras resurjan y mejoraran la calidad de sus servicios, para de esta forma estar seguros y asegurar a sus clientes como también a los colaboradores.

Por lo mencionado en el párrafo anterior la calidad de servicio es una herramienta fundamental y se debe implementar en las micro y pequeñas de la avenida Fitzcarrald de la ciudad de Huaraz, para el mejoramiento del servicio en el rubro de hospedajes. Por lo que se plantea el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz,2021?

Para poder brindar la respuesta al problema suscitado se plantea como objetivo general: Determinar las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021. Y para alcanzar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos:

Describir las características de la normalización como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021. Detallar las características de la certificación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021. Determinar las características de la acreditación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro

alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021. Elaborar una Propuesta de mejora de la calidad de servicio para un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021

La siguiente investigación se desarrolló con el propósito de que la situación en la que se encuentran los hospedajes mejoren, brinden mejor sus servicios y capaciten mejor a sus colaboradores, ya que desde que inicio la pandemia del covid-19 afecto mucho estas micro y pequeñas empresas luego de haber estado cerrados por un buen tiempo por las medidas que impuso el gobierno, en el cual no generaron ingresos y algunos tuvieron que cerrar definitivamente por las deudas que se generaron en este proceso de confinamiento, pero cuando se declaró que aperturen nuevamente, el gobierno impuso que se adaptaran protocolos y medidas para garantizar la seguridad y salud de los clientes y colaboradores, por esta razón es que se propuso mejoras en la calidad de servicio que se brinda en los hospedajes. A sí mismo la siguiente investigación ayudará como base para que otras investigaciones y sirva de apoyo en los estudios que se realicen relacionados a la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro de alojamientos para estancias cortas.

La siguiente investigación tuvo un diseño no experimental-transversal-descriptivo-de propuesta, la población estuvo conformada por 21 colaboradores de 4 hospedajes, la muestra fue censal porque se trabajó con la totalidad de colaboradores, la técnica utilizada en la investigación fue la encuesta y su instrumento el cuestionario estructurado de 8 preguntas, relacionados al objetivo, los resultados obtenidos con respecto a las 3 dimensiones son: Normalización 76,20% con respecto al aprendizaje de nuevos métodos al desarrollar sus actividades; Certificación 71,40% con respecto a que se ganan la confianza del cliente y Acreditación un 100%, con respecto a la evaluación de la calidad de servicio. Concluyendo así que los colaboradores de los hospedajes se

enfocan principalmente en brindar y a la vez mejorar los servicios que brindan, de esta forma se gana la confianza de sus clientes y con esto sus recomendaciones para poder posicionarse en el mercado.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes:

Antecedentes internacionales:

Variable 1: Calidad de servicio

Monar y Villa (2018) en su tesis “*Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de servicios*”, presentado en la universidad Católica de Santiago de Guayaquil para obtener el título de ingeniero en administración de empresas turísticas y hoteleras, el objetivo general fue analizar la calidad de servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil, la investigación se desarrolló, la metodología de la investigación fue de enfoque mixto y se usaron tres técnicas, las cuales son: la entrevista, la observación directa y la encuesta. Donde los resultados más relevantes que se obtuvo fueron; la calidad de los servicios que ofrece el hotel está en el promedio de 3.73 en una calificación sobre 5, la dimensión que fue calificada con el menor valor pertenece a las instalaciones, y del 100% de satisfacción del cliente, el 74.70% se sintieron satisfechos y el 25.30% insatisfechos con los servicios. Estos datos conllevaron a un plan de mejora enfocado principalmente en programas de capacitaciones y motivaciones, sistemas de retroalimentación, y sobre todo la inversión en las instalaciones, con el fin de incrementar la satisfacción de las necesidades de los huéspedes del hotel. Entre las conclusiones que se tiene de la calidad de los servicios, fue que la calidad de los servicios depende de la satisfacción del cliente; por lo tanto, si las percepciones del huésped son superiores a la expectativa se puede definir que el cliente se siente satisfecho y que el servicio que brinda la empresa es de calidad. Mientras que,

si ocurre, al contrario, se evidencia insatisfacción por parte del huésped, dando como resultado negativo un servicio que carece de calidad.

Flores (2018) en su investigación *“Análisis de la calidad del servicio del hotel Urdesa suites boutique, para la implementación de un plan de capacitación”*, presentado en la universidad de Guayaquil, para optar el título de licenciada en turismo y hotelería, donde el objetivo principal es analizar la calidad del servicio turístico ofrecido en el Hotel Urdesa Suites Boutique para la implementación de un plan de capacitación. la metodología de la investigación fue de enfoque mixto, ofreciendo una descripción detallada acerca de la calidad de servicio al cliente en el hotel, esto aportó discernimientos y conceptos para el desarrollo de la misma, asimismo es cuantitativa porque por medio de encuestas se facilita una visión más clara de los hechos, esta es representada gráficamente a través de tablas y figuras. La población de estudio para esta investigación fueron los representantes del Hotel Urdesa Suites Boutique como es la propietaria y administradora a la cual se le efectúa la entrevista, asimismo se da apertura a las encuestas efectuadas a los clientes del mismo, el cual fue un total de 230, de los cuales usando la formula finita se quedó en 144 encuestas, de las preguntas de la encuesta más relevantes se obtuvo que el 79.00% señala que está muy de acuerdo que la calidad es un factor muy importante al momento de adquirir un servicio, mientras que el 19.00% señala que está de acuerdo que la calidad es un factor muy importante al momento de adquirir un servicio, lo que determina que casi todos los encuestados lo considera un factor esencial para el crecimiento de un hotel. Por lo que se llegó a la conclusión que la propietaria del hotel Ing. Nelly Pullas por falta de conocimiento ha descuidado de gran manera una de las columnas fundamentales que mantiene la industria hotelera que es la calidad del servicio al cliente, ya que en todos los años que lleva a cargo del hotel no ha ofrecido capacitación a sus colaboradores.

Variable 2: Gestión de calidad

Antecedentes internacionales:

Jiménez (2020) en su tesis “*Modelo de gestión de calidad para instituciones educativas privadas niveles secundaria y preparatoria en Apaseo el alto, Gto*” presentado en la universidad de Celaya-México, para obtener el grado de doctora en administración, donde el objetivo principal conocer el grado de importancia y satisfacción, para los padres y estudiantes de Apaseo el Alto, Gto. en los niveles de secundaria y preparatoria sobre diversos aspectos educativos, para analizar cuáles influyen en la elección de una escuela pública o privada; determinar la correlación entre el nivel académico de los padres, el socioeconómico (NSE) de la familia y la elección del centro educativo; e identificar las prácticas directivas de gestión de calidad en escuelas privadas, el estudio es de carácter mixto, para el cual se diseñó y validó un cuestionario de 37 aspectos agrupados en siete variables, con un nivel de confianza alfa de Cronbach de 0.74 para la dimensión de importancia y 0.77 para la de satisfacción, Participaron 385 padres de familia y alumnos de escuelas públicas y privadas de la zona urbana del Municipio, la recolección de datos se realizó mediante el instrumento, en entrevistas y grupos cerrados. Participaron también 10 directivos de escuelas particulares a quienes se les realizó entrevista personalizada, se obtuvo una correlación positiva baja entre el nivel educativo del jefe de familia y la elección de escuela privada, y media baja para el NSE de la familia. Se concluye con un modelo de gestión de calidad para escuelas privadas pequeñas como las del Municipio, con cuya implementación se espera aseguren su permanencia e incrementen su participación de mercado.

Antecedentes nacionales:

Variable 1: Calidad de servicio

Vicente (2019) en su tesis “*Calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la MYPE, sector servicio – rubro hotel, estudio de caso: Panquita juniors del distrito de Lunahuaná - provincia de Cañete*”, presentado en la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, para obtener el título profesional de licenciada en administración, donde el propósito de la investigación es determinar las características de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las Mype en el rubro hotel. La presente investigación fue Cualitativo de tipo Fenomenológico – Caso Único, nivel de Investigación descriptivo, con Diseño no Experimental -Transversal. Se utilizó una población y una muestra de la MYPE, Estudio de Caso Panquita Juniors aplicando la técnica de entrevista a través del instrumento guía de entrevista. Como resultado en la entrevista al representante de la MYPE se obtuvo que la empresa hotelera tiene características tangibles e intangibles como su infraestructura que es la primera impresión del cliente, el restaurant, áreas verdes con juegos infantiles, las habitaciones con implementos de última tecnología y por último la atracción más importante del cliente una piscina en la terraza. Se ofrece un buen servicio mediante un grupo de trabajadores capacitados para atender a los clientes. Por lo que se llegó a la conclusión de acuerdo a la investigación recopilada en el estudio de caso Panquita Juniors, que la empresa cuenta con todos las características importantes tanto tangibles como intangibles para ofrecer una buena calidad de servicio y llegar hacer una empresa hotelera más exitosa , sin obviar no solo implica tener una hotel de lujo o con implementaciones modernas o de tecnología ; también el personal tiene que mantenerse capacitado para poder ofrecer servicio satisfactorio, porque vivimos en un mundo de renovaciones.

Rengifo y Choclote (2017) en su investigación *“Calidad del servicio en los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos y su impacto en la percepción de los turistas”*, presentado en la universidad Científica del Perú, para optar el título profesional de licenciada en turismo y hotelería, donde el objetivo de la investigación es evaluar la calidad del servicio brindado por las empresas de albergues turísticos en la ciudad de Iquitos y su impacto en la percepción de los turistas. En el presente trabajo de investigación se utilizó el método cuantitativo, porque los procedimientos de recolección y análisis de la información se realizaron por medios estadísticos. El cual se dio para saber la calidad y el tipo de servicio brindado por los albergues turísticos, se verá reflejado por medio de la satisfacción del cliente y la percepción de cada individuo, para un mejor estudio y así lograr mejores resultados. Por lo tanto, en el sector turismo la buena calidad del servicio implica generar empleo que contengan personas capaces de brindar confort, buena atención y satisfacción al cliente porque de ellos depende la buena imagen que se lleven del establecimiento, además los turistas son fuente de riqueza que contribuyen al desarrollo regional, la importante afluencia del turismo en la ciudad de Iquitos y sus alrededores, ha hecho que las empresas busquen mejorar sus servicios de una forma estratégica y contribuyendo al desarrollo sostenible de la Amazonía peruana, por lo que se llegó a la conclusión de que la calidad del servicio en la atención, crea nuevos clientes, manteniéndolos leales a nuestra empresa gracias al buen servicio que se ofrece, el cual se logra poniendo en práctica estos conceptos, buscando superar las expectativas de los clientes, es decir lograr sorprenderlos, darles más de lo que esperaban así de esa manera se estará encaminando paso a paso hacia la excelencia.

Variable 2: Gestión de calidad

Antecedentes nacionales:

Mariñas (2020) en su investigación *“Gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en el hotel Decameron el pueblo en la ciudad de Lima”*, presentado en la universidad San Martín de Porres, para optar el grado académico de maestro de marketing turístico y hotelero, donde el propósito de la investigación es determinar la relación que existe entre gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, tuvo como diseño no experimental, transversal, asimismo tuvo una población de 100 colaboradores que conforman la planilla de tiempo completo, se recogieron los datos mediante la encuesta tipo cuestionario, la cual estuvo constituida por 20 ítems, se empleó la escala de medición de Likert, para su validez se realizó juicio de expertos y para la confiabilidad el Alpha de Cronbach’s, obteniendo una fuerte confiabilidad con 0.883, tanto en la prueba piloto y encuesta. En los resultados se obtuvieron diversos datos como el 55% de trabajadores están de acuerdo con las condiciones de trabajo que brinda el hotel Decameron El Pueblo, el 55% está de acuerdo con la relación que tienen su supervisor inmediato, lo cual permite cumplir sus objetivos laborales, en esa misma línea, se tiene que el 55% está de acuerdo con los beneficios y servicios sociales que brinda el establecimiento hotelero. Finalmente se concluyó que las dos variables se relacionan directa y significativamente, cabe resaltar que solo fiabilidad no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno, por consecuencia, se plantea acciones a mediano plazo para la mejora continua.

Antecedentes locales:

Variable 1: Calidad de servicio

Yupanqui (2018) en su tesis “*Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas en el hotel Tumi, provincia de Huaraz - Áncash – 2018*”, presentado a la universidad Inca Garcilaso de la Vega, para obtener el título profesional de ingeniero administrativo, que tiene como objetivo principal determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas en el hotel Tumi, provincia de Huaraz - Ancash – 2018, La metodología que se utilizó en la investigación fue descriptiva, de campo y correlacional por cuanto midió los indicadores de las dimensiones de las 2 variables: Calidad de atención y satisfacción del turista, al mismo tiempo asocia ambas variables. El cuestionario para medir ambas variables se aplicó a una muestra de 80 personas, luego se elaboró una base de datos en el software SPSS con demo 30 días, y se elaboraron tablas de frecuencia para cada pregunta, gráficos de círculos, así como los estadísticos chi cuadrado y spearman, obteniéndose los siguientes resultados: El 54.00% de los encuestados refieren que se le ha dado mayor preferencia a la infraestructura y equipamiento, sin embargo el 68.00 % refiere que se ha descuidado la capacitación del personal; mientras que un 56.00 % refiere que el trato recibido de parte del personal del hotel el Tumi es regular. En el cual se llegó a la conclusión de que la calidad del servicio influye significativamente con un nivel de 0.02 en la satisfacción del turista en el Hotel el Tumi de Huaraz, muestra que las variables son significativas individualmente y en conjunto siendo el coeficiente de correlación $Rho=0.41$ entre ambas variables lo que demuestra que la correlación es significativa moderada.

Roman (2018) en su investigación “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016*”, presentado en la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración , donde el objetivo de la investigación es Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016. La investigación es no experimental-transeccional. La población para este estudio fueron 05 establecimientos que tenían la denominación de hoteles de tres estrellas según fuente SUNAT. De los cuales la muestra son 368 clientes de las MYPES. A quiénes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas por medio de la encuesta; donde se obtuvieron los siguientes resultados de las partes más importantes, con respecto al personal, del total de los clientes encuestados el 37.77% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que la empresa no cuenta con personal competente y profesional. Con respecto a las instalaciones, del total de los clientes encuestados el 78.53% manifestaron estar en total de acuerdo, en que todas las instalaciones de la empresa se deben de encontrar en buenas condiciones. Y con respecto a la organización, del total de los clientes encuestados el 35.60% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que los trabajadores no resuelven problemas sin la ayuda de sus superiores. Lo cual se llegó como conclusión que los clientes encuestados perciben que existe una deficiente gestión de calidad en los servicios, porque consideran que no hay un interés por parte de los hoteles para mejorar la calidad de este en los distintos aspectos evaluados.

Ascencios (2019) en su tesis “*Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en los hoteles tres estrellas de la ciudad de Huaraz, 2019*”, presentado en la universidad nacional Santiago Antúnez de Mayolo, para optar por el título profesional de economista, tuvo como objetivo analizar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en Hoteles de tres estrellas de la ciudad Huaraz, 2019. La investigación se desarrolló con enfoque tipo descriptivo-correlacional y se aplicó una encuesta estandarizada modelo SERVIQUAN a una muestra de 356 clientes que hicieron uso de los servicios de los hoteles y el instrumento que se utilizó fue el cuestionario. En el cual el 22.80% de los clientes menciona que calidad de servicio es Muy bueno, el 34.30% menciona que es bueno, para el 37.90 % es regular, para el 3.90% es malo y muy malo para 1.10% de los clientes encuestados, por lo que se llegó a la conclusión de esta investigación, que se determina la influencia de la Calidad de servicio en la satisfacción del cliente en los Hoteles tres estrellas de la ciudad de Huaraz 2019; que es confirmado por el coeficiente de correlación de Spearman que es igual a 0.80 que es alta, existiendo una correlación positiva marcada de la variable independiente, es decir cuanto mejor es el servicio brindado, mayor es la satisfacción de los clientes. Por lo que se llegó a la conclusión que la calidad del servicio si ha tenido una influencia directa sobre la satisfacción del cliente en los Hoteles tres estrellas de la ciudad de Huaraz, 2019, esto se corrobora mediante el coeficiente de Spearman, con la cual se obtuvo el valor de 0.80, existiendo una relación positiva o directa. La percepción promedio para la calidad del servicio resulto ser de 3.91 por lo que desde el punto de vista del cliente la calidad del servicio que brindan los hoteles tres estrellas de la ciudad de Huaraz es buena.

Variable 2: Gestión de calidad

Antecedentes locales

Ortiz (2021) en su investigación “gestión de calidad con el uso del empowerment y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de hoteles de I, II, III estrellas del distrito de Huaraz”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciado en administración, tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del empowerment y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro actividades de hoteles de I, II, III, estrellas del distrito de Huaraz, se utilizó una metodología de diseño no experimental- transversal, nivel descriptivo y de tipo cuantitativo, con una población de 90 representantes, con una muestra de 45 MYPES, la técnica utilizada fue la encuesta con un instrumento el cuestionario de 19 preguntas. Dentro de los resultados el más resaltante fue que el 82.20% de los representantes del rubro investigado incrementan de clientela al aplicar el empowerment empleando estrategias, en su empresa los trabajadores muestran actitud de liderazgo y ganas de superación se aprecia el 51.10% de los representantes de las micro y pequeñas empresas siempre identifican estos rasgos en sus colaboradores. La conclusión más resaltante fue que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro investigado aseguran a sus clientes ofreciéndoles servicios de calidad, de esta manera haciéndose reconocidos por el buen servicio y teniendo ingresos óptimos y de esta forma permanecer en el mercado competitivo.

Antecedentes de la gestión de calidad

La gestión de calidad ubicada en el título, solamente se presenta como línea de investigación, mas no como variable.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

Calidad de servicio:

Mateos (2019) nos menciona que, desde el punto de vista social, viene a ser el establecimiento de la calidad total en las organizaciones, esto exige que los servicios o productos no solo se basen en las funciones habituales y tradicionales, sino que a través de una serie de técnicas que se desarrollaran de manera en que se adapten a las nuevas formas comunicación empresarial y producción, tanto en el área de servicio como de producto. Por lo cual es necesario tener la mentalidad de querer cambiar y esto debe prevalecer sobre lo demás, ya que esta mentalidad de cambio es la que ha logrado que los mercados, tanto de servicios como de productos sigan en pie a través de los años, ya que nos tenemos que adaptar principalmente a la globalización, la aparición de nuevas tecnologías, y el aumento de la competencia en todos los rubros, pero no se debe olvidar que el objetivo principal de la calidad es adaptar la realidad de nuestro entorno, adaptando lo que el mercado nos demande, los servicios que sean necesarios, ya que esto es muy fundamental para la empresa, la gestión de la calidad es la mejora constante y la mejor relación con los sistemas de control para mejorar la organización, ya que con esto mejoraremos como organización y a la vez tomaremos mejores posiciones en el ámbito en que nos desarrollemos.

Las dimensiones de la calidad de servicio.

Para el desarrollo y mejor aplicación de la calidad de servicio nos menciona tres dimensiones importantes a tratar para poder cumplir con nuestras metas y poder sobresalir en el campo tan amplio que tiene el mercado laboral (Mateos, 2019).

Dimensión 1: Normalización.

Viene a ser la acción concertada para poder establecer soluciones ante los problemas que se presenten. Esta actividad consiste en elaborar, difundir y aplicar determinadas normas para mejorar el bienestar y seguridad de los colaboradores en las actividades que realicen en la organización (Mateos, 2019).

Indicador: Evaluación personal

Según Mateos (2019) la normalización es evaluada a través de indicadores de evaluación personal, como el evitar las ocurrencias de accidentes o hechos que puedan causar tanto pérdidas material en lo humano o material, la preocupación por el bienestar en el ámbito de trabajo, y el aprendizaje durante el desarrollo de nuestras actividades.

Dimensión 2: Certificación.

Es conocida dentro de la calidad de servicio como aquella acción que se lleva a realizar por una organización reconocida por los méritos al cumplimiento, en el cual se dispondrá de los servicios y productos, para que se tenga la confianza de acuerdo a lo requerido, esta organización certificadora verificara los métodos que se están desarrollando en la organización, donde

observaran que se estén cumpliendo las normas y los respectivos estándares necesarios para poder brindar el producto o servicio (Mateos, 2019).

Indicador: Ambiente laboral

Según Mateos (2019) la certificación es evaluada con respecto al ambiente laboral y la forma de desarrollo de las actividades, como la mejora de la calidad que se brinda, la reducción de costos y aumentos de beneficios, y la fidelidad de los clientes por el servicio que se brinda.

Dimensión 3: Acreditación.

Este es el procedimiento mediante el cual una entidad encargada de la acreditación nos hará reconocer formalmente como una organización justa y adecuada para realizar las actividades que desarrollemos (Mateos, 2019).

Indicador: Percepción de los clientes

Según Mateos (2019) la acreditación es evaluada por la percepción tanto por clientes como por las personas a cargo de las empresas, donde se realiza la autoevaluación, la evaluación de calidad del servicio que brindara, como la evaluación de la calidad del servicio que brindo.

Gestión de calidad:

Lizarzaburu et al. (2018) resalta que la gestión de calidad nos proporciona el desarrollo y conocimiento de nuevas competencias, a través del uso de herramientas y técnicas de calidad, ya que a través de esto se podrá para lograr el avance incesante en las organizaciones, también menciona que el vocablo calidad no debe ser embrollada con lujo, porque la calidad viene a ser el grado de uniformidad y fiabilidad que se tiene de un servicio o bien el cual se ofrece, en otras

palabras, viene a ser lo que el cliente demanda para poder satisfacer sus necesidades, teniendo en cuenta que esto va a variar dependiendo del tipo de consumidor que se tenga.

González (2017) menciona que se debe dejar de avasallar de una intervención o inspección para poder alcanzar la gestión de calidad, en otras palabras, siempre se debe buscar perfeccionar tanto los procesos como los productos, sin que sea necesario que se esté realizando una supervisión incesante. Se debería orientar la preparación de acuerdo con el cargo que desenvuelve cada colaborador, se debería deshacer del temor que tenemos para así poder mejorar la calidad en una empresa y de nosotros mismos.

Ciclo de Deming

Asimismo, reconocido como ciclo PDCA (plan-do-check-act) el cual representa (planificar, hacer, verificar y actuar) fue planteado como una de las principales estrategias para poder realizar la mejora continua de los métodos que garantizan la calidad. La ejecución de estas estrategias permitió una gran mejora en la competencia general de las organizaciones (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Cuatrecasas y Gonzáles (2017) nos menciona que una adecuada mejora en el proceso de la gestión de calidad se da a través del uso del ciclo de Deming en cual tiene las siguientes fases:

Las dimensiones de la gestión de calidad

Dimensión 1: Planear.

Es el principal proceso para efectuar las actividades, se busca formar estrategias, objetivos y métodos para poder desenvolver excelentemente una actividad en la organización. Una vez

establecido nuestro objetivo, se procederá a realizar un diagnóstico de cómo se encuentra la organización, definiendo en cada área la problemática que se tiene, para así de esta forma establecer un plan de trabajo (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Indicador: Objetivos

En esta etapa planteamos los objetivos de forma muy estructurada y sistemática dependiendo de los problemas que necesitemos resolver o las metas que deseamos cumplir (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Dimensión 2: Hacer.

Aquí es donde se realiza el plan de acción, a través de una prueba piloto en el cual observaremos si marcha como se espera, antes de realizar los cambios en la organización (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Indicador: Adiestramiento

En esta fase formamos y educamos a las personas o colaboradores para el cumplimiento de nuestras metas, por lo que se separara por grupos en diversas actividades dependiendo de sus aptitudes (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Dimensión 3: Verificar.

En esta etapa se adquiere e interviene los datos que se recopilaron los cuales se compararan entre los resultados que planeamos con los que obtuvimos realmente, a través de indicadores de medición, ya que si se puede medir también se puede mejorar (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Indicador: Resultados

Se controla y verifica los resultados, se comprueba cada uno de ellos, para de esta forma planificar nuevos hasta que cumplan con los objetivos que nos marcamos (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Dimensión 4: Actuar.

Este paso se dará luego de que se hayan conseguido los resultados, porque en esta etapa concluye el ciclo de calidad, ya que luego de verificar los resultados y escoger los más adecuados se tendrá lo que se planeó, en caso de no se logre lo deseado se tendrá que repetir el ciclo nuevamente (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Indicador: Acciones correctivas

Comprobando que nuestros resultados fueron los esperados, se procede a introducir en las actividades que desarrolla la organización (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Micro y pequeñas empresas- MYPE

Vienen a ser las empresas las cuales fueron registradas de forma legal en el gobierno, por lo que el estatuto del gobierno les confiere una serie de beneficios los cuales son tributarios como laborales, el cual apoya en el crecimiento y así se puede generar más oportunidades de empleo, entre las últimas modificaciones que se realizaron se determinó que las organizaciones, empresa, etc. obtendrán acceso al régimen dependiendo del nivel de ventas que tienen y ya no será como se hacía antes que dependía del número de trabajadores que se tenía (SUNAT, 2018).

El siguiente régimen solo se podrá aplicar a los colaboradores que se encuentren en un régimen laboral privado, además para los colaboradores que fueron contratados bajo el amparo de la

anterior legislación. Pero no se incluirá a los colaboradores que cuenten con el régimen común laboral del decreto 1086. Ya que este régimen se creó para que puedan aumentar y formalizar el progreso en las MYPE, de esta forma mejorar las condiciones y derechos en la que se encuentran (SUNAT, 2018).

El favor que brinda este régimen en las MYPE, es el de proponer de que se facilite la formalización, brindándoles políticas de envite para lograr la mejora y el emprendimiento las organizaciones (SUNAT, 2018).

Bases teóricas de la gestión de calidad

La gestión de calidad ubicada en el título, solamente se presenta como línea de investigación, mas no como variable.

Alojamientos

Las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de servicio, nos muestra una visión efectiva de desarrollo, ya que principalmente busca la satisfacción de las principales necesidades que tienen los clientes con respecto al servicio, buscándoles hacer sentir como si estuvieran en casa, ofreciendo el servicio que el cliente pide, dependerá de la atención que se da, si brindamos una muy buena atención podremos obtener muy buenas recomendaciones y esto repercutirá en el crecimiento de la empresa en la que nos encontremos (Mateos, 2019).

Marco conceptual

Viene a ser el campo donde nos detalla palabras específicas de uso recurrente durante la investigación los cuales se pueden representar de modelos teóricos, conceptos, argumentos e ideas que se han desarrollado en relación con un tema (González, 2017).

Empatía

Viene a ser la capacidad que implica la respuesta que tenemos hacia el cliente, de ponernos en su posición e intentar entender cómo se siente y lo que necesita (Mateos, 2019).

Calidad

Son los elementos que crean el deleite del cliente entre los que se tiene la dedicación, la eficacia y la cortesía que tengamos hacia ellos (Mateos, 2019).

Servicio

Es la función principal que se desarrolla como empresa de este rubro donde nos definirá como empresa y posición ante la competencia, mientras mejor sea, más reconocida y valorada será (Mateos, 2019).

Satisfacción

Es la valoración de importancia, prioridad que la organización da a los clientes, buscando satisfacer sus necesidades de acuerdo al rubro que se desempeñe o producto que se brinde Ascencios (2019).

Cliente interno

Viene a ser el colaborador que necesita el apoyo de los otros colaboradores para poder desempeñar de la forma más adecuada su labor. Ellos influyen directamente en el proceso para poder brindar el servicio o producto y a su vez es la imagen de la organización (Mateos, 2019).

Expectativas

Viene a ser la referencia que busca el cliente de nuestra organización con respecto al servicio o producto que brindemos, donde se busca la promesa que se ofrece al dar a conocer lo que ofrecemos con respecto a sus necesidades (Mateos, 2019).

III. HIPÓTESIS

Espinoza (2018) nos menciona que la hipótesis viene a ser la guía específica de la investigación que se realiza luego de que el investigador haya terminado su investigación, donde buscare probar el nuevo conocimiento que adquirió durante la investigación el cual puede ser cierta y a la vez no, ya que se basara en supuestos, la hipótesis tiene y busca relación con la evidencia científica para sustentar el supuesto.

En la investigación titulada, “Propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021”. Al ser descriptiva no planteo hipótesis, ya que solo se describió la variable en relación con sus características, en otras palabras, no se tuvo ninguna influencia entre variables o explicar causas.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en la investigación fue no experimental- transversal-descriptivo-de propuesta.

No experimental:

Su denominación se da porque se basa en conceptos, sucesos o variables, en los cuales el investigador no tiene una intervención directa, ni altera el objeto de investigación que está realizando, solo observa las situaciones que ya están presentes sin realizar intervenciones de cambio (Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo, 2018).

Fue no experimental por que no se manipuló de manera deliberada la variable calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro de alojamientos para estancias cortas de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021, solo se observó y no se realizó ninguna modificación, dejando todo de acuerdo a la realidad.

Fue Transversal. Se define transversal por el análisis y recopilación de datos al iniciar la investigación, en un determinado tiempo el cual es aplicado en una población ya determinada (Ayala, 2021).

Fue transversal por que la investigación propuesta de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro de alojamientos para estancias cortas de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, con un inicio y un fin específicamente el año 2021.

Fue Descriptivo. La investigación es descriptiva cuando solo se puntualiza las características de una respectiva población, el cual se determinó en la investigación, esta investigación centra más en buscar el qué, y no el por qué, solo describe la investigación (Ochoa & Yunkor, 2021).

Fue descriptivo ya que solo se describió las principales características de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro de alojamientos para estancias cortas de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

De propuesta: la investigación es de propuesta cuando formula de la forma más acertada soluciones que ayuden en los diversos campos de la organización para un mejor desarrollo de sus actividades sin perjudicarla (Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo, 2018).

Fue de propuesta porque se realizó la elaboración de un plan de mejora a los resultados obtenidos en la investigación, titulada: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro de alojamientos para estancias cortas de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

4.2 Población y muestra

Población

Es nombrada población al conjunto de objetos o personas de los que el investigador desea conocer sobre un tema específico, sobre los cuales efectuará su respectivo análisis, para hacer más factible la investigación (Condori, 2020).

Población: Estuvo conformada por un total de 21 colaboradores de las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro alojamientos para estancias cortas de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Muestra

Viene a ser una parte en específica de la población, en el cual se efectuará la investigación, el cual puede ser obtenida a través de fórmulas u otro procedimiento, la muestra viene a ser la parte más representativa en la población (Condori, 2020).

Muestra: Dicha investigación fue censal por la cantidad de los colaboradores de las micro y pequeñas empresas que son 21 pertenecientes a 4 alojamientos para estancias cortas de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable 1	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de medición
Calidad de servicio.	Proceso de mejora constante, que además de ser compatible con los sistemas de control y mejora de la empresa, también ayuda al progreso y mejora de los productos y servicios de una empresa (Cuatrecasas y Gonzáles 2017).	La calidad de servicio viene a ser la discrepancia que se da entre los deseos y las expectativas que tiene los clientes al buscar un servicio, buscando la satisfacción, confiabilidad y seguridad (Mateos, 2019).	Normalización	Evaluación personal	1. ¿Cuenta con procedimientos para evitar accidentes?	Cuestionario aplicado a los colaboradores	Likert
					2. ¿Se tiene en cuenta su bienestar?		
					3. ¿Aprende métodos o aprendizajes al desarrollar sus actividades?		
			Certificación	Ambiente laboral	4. ¿Los costos dependen de los servicios que brindan?		
					5. ¿Se ganan la confianza del cliente?		
			Acreditación	Percepción de los clientes	6. ¿Se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades?		
					7. ¿Evalúan la calidad de servicio que brindan?		
					8. ¿Los clientes los evalúan por el servicio que brindan?		

Variable 2	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de medición
Gestión de calidad	La gestión de calidad nos proporciona el desarrollo y conocimiento de nuevas competencias, a través del uso de herramientas y técnicas de calidad, ya que a través de esto se podrá para lograr el avance incesante en las organizaciones, también menciona que el vocablo calidad no debe ser embrollada con lujo, porque la calidad viene a ser el grado de uniformidad y fiabilidad (Lizarzaburu et al.,2018)	La gestión de calidad viene a ser la inclusión de todas las actividades y procesos que se ejecutaran en los cuales se determinan cada objetivo y responsabilidad para cumplir con lo que se propuso (González, 2017).	Planear	Objetivos	1.¿Plantean sus metas antes de iniciar sus actividades? 2.¿Cuentan con objetivos personales dentro de la organización?	Cuestionario aplicado a los colaboradores	Likert
			Hacer	Adiestramiento	1.¿Reciben charlas de la forma en la que desarrollaran sus actividades? 2.¿ Se dividen las actividades dependiendo de sus aptitudes?		
			Verificar	Resultados	1.¿Controlan el desarrollo de sus actividades?		
			Actuar	Acciones correctivas	1.¿Implementan estrategias para mejorar el servicio?		
					2.¿Cumplen con sus objetivos propuestos?		

Gestión de calidad

La gestión de calidad ubicada en el título, solamente se presenta como línea de investigación, mas no como variable.

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas:

Las técnicas al momento de realizar una investigación son de vital importancia ya que estos sistemas y procedimientos, nos ayudan y facilitan la recolección de datos, así como mantener el orden sin perder nuestro objetivo, entre las más destacadas se tiene el fichaje, la encuesta y la entrevista (Universidad La Concordia , 2020).

La técnica que se utilizó en dicha investigación para el recojo de información fue la encuesta, el cual fue dirigido a los colaboradores de las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro de alojamientos para estancias cortas de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Instrumentos:

Los instrumentos vienen a ser los recursos más importantes del investigador, ya que a través de estos puede enfocarse y abordar directamente los problemas y extraer la información que él requiere, de manera puntual y ordenada, entre los principales instrumentos se tiene los formularios, cuestionarios, test (Universidad La Concordia , 2020).

El instrumento fue el cuestionario, el cual contó con 8 preguntas en escala de Likert (Anexo 5), las preguntas fueron diseñadas en relación a los objetivos, el cual fue dirigido a los colaboradores de las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro de alojamientos para estancias cortas de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

4.5 Plan de análisis

El plan de análisis viene a ser todos los procedimientos que el investigador tiene que tener en cuenta para poder alcanzar sus objetivos en la investigación, en los cuales orientara los métodos con los cuales procesara toda la información que obtenga y a la vez como lo representará para una fácil interpretación (Universidad de Guanajuato, 2022).

En el presente trabajo se utilizó los siguientes programas informáticos:

Microsoft Excel: se empleó para realizar la tabulación de la información recogida a través de las encuestas, para su presentación en tablas y figuras estadísticas, Microsoft Word: se utilizó para la realización de toda la estructura de la investigación, los cuales se basaron en las indicaciones de nuestro asesor, Spss: se empleó para el procesamiento de datos y a la vez para medir la confianza del cuestionario, utilizando el alfa de Cron Bach, Turnitin: esta aplicación fue fundamental durante la investigación ya que nos mide el nivel de coincidencia con otras investigaciones y así evitar cometer plagio en el desarrollo de toda la investigación.

4.6 Matriz de consistencia

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA	POBLACIÓN MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	PLAN DE ANÁLISIS
Propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz,2021.	¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz,2021?	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz 2021</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>1. Describir las características de la normalización como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.</p> <p>2. Detallar las características de la certificación como</p>	Al ser descriptiva no planteo hipótesis, ya que solo se describió la variable en relación con sus características, en otras palabras, no se tuvo ninguna influencia entre variables o explicar causas.	<p>Variable 1.</p> <p>Calidad de servicio.</p> <p>Variable 2.</p> <p>Gestión de calidad.</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p>Se utilizó el diseño de investigación . No experimental - transversal-descriptivo-de propuesta</p>	<p>Población:</p> <p>La población estuvo conformada por un total de 21 colaboradores de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald, Huaraz 2021.</p> <p>Muestra:</p> <p>La investigación fue censal y se utilizó una muestra de 21 colaboradores pertenecientes a 4 alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz 2021.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario en escala de Likert.</p>	<p>Se utilizó los diferentes programas informáticos de Microsoft y otros (Excel, Word, Spss, turnitin)</p>

		<p>factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.</p> <p>3.Determinar las características de la acreditación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021</p> <p>4. Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021</p>						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nota: La gestión de calidad ubicada en el título, solamente se presenta como línea de investigación, mas no como variable.

4.7 Principios éticos

La siguiente investigación tomó en cuenta primordialmente para un mejor desarrollo, los principios éticos que se establecieron en el código de ética para la investigación, versión número 004 de la ULADECH.

Principio de protección a las personas. La investigación realizó el protocolo de consentimiento informado a todas las personas participantes en la investigación los cuales fueron los colaboradores de las empresas del rubro de alojamientos de estancias cortas de la ciudad de Huaraz, donde se les informo el propósito que se tendría en la investigación el cual consistió en desarrollar propuestas para mejorar la calidad de servicio en los alojamientos y a la vez la forma en la que se desarrolló, luego de informar de la investigación a los colaboradores, se consultó si deseaban participar voluntariamente en dicha investigación, por lo que de acuerdo a la respuesta se procedió a firmar el documento de consentimiento, en el cual si se presentaba dificultades para firmar, se empleó diversas estrategias en que se evidencie que acepten el consentimiento para que formen parte de la investigación; en el cual se respetó la privacidad, identidad, confidencialidad y diversidad, la información que recolectada solo será usado para fines de la investigación. La investigación no tuvo participantes que sean menores de edad. La forma de recolección de información fue usando herramientas digitales como la encuesta, para así proteger a los beneficiarios involucrados en la investigación de posibles contagios por el virus del COVID-19.

Beneficencia y no-maleficencia. La investigación que se presentó consto de un riesgo positivo y beneficioso que se justificó en los planes de mejora, en el cual se aseguró del bienestar de los participantes de la investigación, ya que como regla se tuvo, el no causar daños y maximizar los beneficios.

Principio de justicia. Se realizó la práctica del juicio razonable, por lo que se antepuso ante todo el bien común y la justicia antes que cualquier interés personal, los participantes de la investigación tienen el derecho a acceder a los resultados que se obtengan, para que así puedan implementar en sus empresas. La información que se obtuvo se les brindó por el medio de comunicación o herramientas digitales que los participantes escogieron, ya sea por WhatsApp, correo electrónico, entre otros. Así mismo como investigador estoy en la obligación de dar un trato justo y respetuoso a las personas que participaron en la investigación.

Principio de Integridad científica. Se atestiguó un marco de valores y principios y de esta forma la investigación se llevó a cabo de forma justa, transparente, honesta y responsable, ya que la información que se recolectó quedó solo en resguardo del investigador por un tiempo de cinco años, el cual será usado solo con fines de investigación, se evitó primordialmente el engaño en todos los aspectos que se realizaron en la investigación y así evitar afectar a los participantes ya que busco garantizar la veracidad durante todo el desarrollo hasta la culminación de la investigación a través de la comunicación de los resultados a los participantes.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad. Este principio ético no se consideró en esta investigación, porque no se trabajó con, plantas, animales y el medio ambiente; por lo que no generó ningún daño en los aspectos indicados. La muestra en estudio fueron los colaboradores de los alojamientos para estancias cortas de la ciudad de Huaraz.

Libre participación y derecho a estar informado. Los participantes en dicha investigación tuvieron el derecho de conocer e informarse acerca de la finalidad y propósito de la investigación, así mismo mencionar que la participación de los colaboradores de los hospedajes fue de manera voluntaria, el cual aceptaron a través del consentimiento informado.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1:

Características de la normalización como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Normalización	N	%
Cuenta con procedimientos para evitar accidentes		
Siempre	11	52.40
Algunas veces	10	47.60
Nunca	0	0.00
Total	21	100.00
Se tiene en cuenta su bienestar		
Siempre	14	66.70
Algunas veces	7	33.30
Nunca	0	0.00
Total	21	100.00
Aprende métodos o aprendizajes al desarrollar sus actividades		
Siempre	16	76.20
Algunas veces	5	23.80
Nunca	0	0.00
Total	21	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz 2021.

Tabla 2:

Características de la certificación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Certificación	N	%
Los costos dependen de los servicios que brindan		
Siempre	13	61.90
Algunas veces	8	38.10
Nunca	0	0.00
Total	21	100.00
Se gana la confianza del cliente		
Siempre	15	71.40
Algunas veces	6	28.60
Nunca	0	0.00
Total	21	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz 2021.

Tabla 3:

Características de la acreditación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Acreditación	N	%
Se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades		
Siempre	13	61.90
Algunas veces	8	38.10
Nunca	0	0.00
Total	21	100.00
Evalúan la calidad de servicio que brindan		
Siempre	21	100.00
Algunas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	21	100.00
Los clientes los evalúan por el servicio que brindan		
Siempre	17	81.00
Algunas veces	4	19.00
Nunca	0	0.00
Total	21	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz 2021.

Tabla 4:

Propuesta de mejora de la calidad de servicio para un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Consecuencia del problema	Acciones de mejora	Presupuesto	Responsables
Evaluación personal	El 47.60% no se encuentra o está poco preparado para casos de accidentes que se presente durante el desarrollo de sus actividades	Falta de capacitaciones y la poca importancia de tener a los colaboradores preparados para situaciones de emergencia	Un accidente en el hospedaje generaría una mala imagen, así como denuncias, gastos y cierre del establecimiento, por la poca capacitación antes una emergencia	Implementación de capacitaciones de primeros auxilios.	s/.100	Representante/ Colaboradores
Evaluación personal	El 33.30% de los colaboradores no siempre pone su bienestar primero	La necesidad económica se pone primero antes que el bienestar personal.	Al no poner nuestro bienestar primero a la larga nos generara problemas de salud físicos así como psicológicos.	Capacitaciones de autoestima y control médico.	s/.500	Representante/ Colaboradores
Evaluación personal	El 23.80% de los colaboradores algunas veces aprende nuevas cosas al realizar sus actividades .	El desinterés por brindar un mejor servicio	Se brindara una mala atención el cual ocasionara pérdida de clientes.	Charlas de los representantes de los alojamientos, sobre el aprendizaje.	s/.20	Representante/ Colaboradores

Ambiente laboral	El 38.10% de los colaboradores a veces brindan un buen servicio ya que dependen del costo que pagan	El trato y servicio depende del costo que pague el cliente.	Entrega de un pésimo servicio al cliente, así como la discriminación por el servicio que adquieren	Brindar motivaciones económicas a través de incentivos por el buen servicio que se da a los cliente sin importar el precio del servicio, siempre manteniendo el respeto.	s/.100	Representante/ Colaboradores
Ambiente laboral	El 28.60% de los colaboradores algunas veces se gana la confianza del cliente	La falta de comunicación y timidez de los colaboradores frente a los clientes	Clientes insatisfechos, brindar un mal servicio	Charlas para motivar la comunicación de los colaboradores.	s/.20	Representante/ Colaboradores
Percepcion de los clientes	El 38.10% de los colaboradores algunas veces se autoevalúa luego de terminar sus actividades	El desinterés por mejorar y ser conformistas	Clientes insatisfechos, disminución de clientes,	Entrega de reconocimiento al colaborador del mes por el buen desenvolviendo.(certificados, medallas)	s/.100	Representante/ Colaboradores
Percepcion de los clientes	EL 19.00% de los clientes algunas veces evalúan el servicio que brindan	El desinterés por el buen servicio y mejora.	Perder posición en el mercado de alojamientos.	Charlas para motivar al colaborador para la mejora en el servicio que brinda .	s/.20	Representante/ Colaboradores

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1: Características de la normalización como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Cuenta con procedimientos para evitar accidentes:

El 52.40% de los colaboradores mencionó que siempre (Tabla 1), mientras que Vicente (2019) coincide con un porcentaje cercano de 62.00% ya que contestaron que, si cuentan con procedimientos para evitar accidentes, mientras que el 38.00% menciona que no, ya que son personal nuevo, por otra parte, Rengifo y Choclote (2017) menciona que el 70.00 % si cuentan y el 30.00% no cuenta con estos procedimientos, por otra parte Flores (2018) tiene mucha similitud con los resultados obtenidos ya que un 90.00 % de los representantes respondió que si cuentan con los procedimientos, mientras que el 10.00% desconoce del tema, por lo que se llegó a la conclusión de que la mayoría de los colaboradores si cuentan con los procedimientos para evitar accidentes.

Contar con procedimientos en caso de accidentes es un plus muy grande en los hospedajes, ya que brinda la seguridad al cliente de que estará a salvo en caso de cualquier situación, al estar con personal capacitado.

Se tiene en cuenta su bienestar:

El 66.70% de los colaboradores mencionó que siempre (Tabla 1), mientras que Monar y Villa (2018) coincide con un porcentaje muy próximo al obtenido, con un 70.00%, donde mencionan que si se toma en cuenta su bienestar como colaboradores en sus respectivos hospedajes, mientras que el 30.00% menciona que no se le toma en cuenta su bienestar, por otra parte Flores (2018) también nos muestra una similitud en sus datos obtenidos, ya que el 82.00% mencionaron que si se toma en cuenta su bienestar como colaboradores, mientras que el 18.00 % menciona que no se le toma en cuenta, por lo que se llegó a la conclusión de que se tiene en cuenta el bienestar de los colaboradores.

Un colaborador con un ambiente laboral adecuado podrá desarrollarse y desempeñar de una mejor forma sus actividades, el bienestar es muy importante, ya que también influye en la actitud que tendrá frente al cliente.

Aprende métodos o aprendizajes al desarrollar sus actividades:

El 76.20% de los colaboradores mencionó que si se aprende nuevos métodos de aprendizaje, mientras que Vicente (2019) nos muestra un grado de coincidencia en sus resultados, donde el 60.00 % menciona que con cada atención se aprende nuevas cosas, mientras que 40.00% nos menciona que no aprenden nuevos métodos al desarrollar sus actividades, por otra parte Yupanqui (2018) nos muestra también coincidencia con 65.30% en el cual mencionan que cada cliente les ayuda a mejorar en su forma de brindar sus servicios como hospedajes, mientras que el 34.70% menciona que no, por lo que se llegó a la conclusión de que los colaboradores aprenden nuevos métodos de aprendizaje durante el desarrollo de sus actividades.

Aprender nuevos métodos durante el desarrollo de las actividades contribuye mucho en la formación del colaborador y permite estar preparado ante situaciones y formas de atención que tendrá en adelante.

Tabla 2: Características de la certificación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Los costos dependen de los servicios que brindan:

El 61.90% de los colaboradores mencionó que sí, que los costos dependerán mucho del servicio que el cliente adquiera, mientras que Roman (2018) nos muestra una coincidencia en sus resultados ya que 72.30% de sus colaboradores menciona que sus servicios dependerán del costo que se pague por ellos, mientras que 27.70% menciono que el servicio no depende del costo, por otra parte Vicente (2019) también tiene una similitud en los resultados obtenidos ya que el 82.70% de los colaboradores menciono que el costo influye mucho en la forma de servicio que se dará, mientras que 17.30% menciono que el servicio se brinda por igual, que el costo no influye. Por lo que se llegó a la conclusión de que los colaboradores toman en cuenta el costo al momento de brindar sus servicios.

Los costos siempre influyen en el tipo de servicio que se brinde en los hospedajes, pero lo que tenemos que tener en cuenta es que la forma de trato, el respeto y la forma de hacer sentirse como en casa no debe de cambiar sin importar el tipo de servicio que este adquiriendo.

Se gana la confianza del cliente:

El 71.40% de los colaboradores mencionó que sí, que se ganan la confianza del cliente al momento de realizar sus actividades, mientras que Flores (2018) nos menciona que el 62.60% también se gana la confianza del cliente para una mejor atención, mientras que 37.40% menciono que no necesita ganarse la confianza del cliente, que no era primordial, por otra parte Monar y Villa (2018) nos muestra coincidencia con sus resultados ya que el 71.50% de sus colaboradores nos menciona que se gana la confianza del cliente ya que es parte del servicio que brindan de comodidad en sus hospedajes, mientras que el 28.50% nos menciona que no es necesario. Por lo que se llegó a la conclusión de que los colaboradores se ganan la confianza del cliente al momento de brindar sus servicios en los hospedajes.

Al ganarse la confianza de un cliente, estamos asegurando publicidad gratis dependiendo de la forma que se trató al cliente, porque comentaran el trato que dimos y dependiendo de eso nos recomendará con otras personas.

Tabla 3: Características de la acreditación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades:

El cual el 61.90% de los colaboradores mencionó que si se autoevalúan luego de brindar sus servicios, mientras que Rengifo y Choclote (2017) nos muestran similitud en la obtención de sus resultados con un 71.50% en el cual mencionan que si se autoevalúan con el fin de mejorar después de brindan un servicio, mientras que el 28.50% nos menciona que no se autoevalúan, por otra parte Roman (2018) nos menciona que el 82.80% de sus colaboradores se hacen un autoevaluación en la forma en la que brindan sus servicios para así poder mejorar en los aspectos que ellos crean convenientes mejorar, mientras que el 17.20% menciona que no es necesario, por lo que se llegó a la conclusión que los colaboradores se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades.

Evaluar significa corregir los errores o inconvenientes que se nos pudo presentar, de esta forma ya estamos preparados y así podremos brindar un mejor servicio.

Evalúan la calidad de servicio que brindan:

El 100% de los colaboradores mencionó que si evalúa la calidad del servicio que se brinda, mientras que Yupanqui (2018) nos menciona que 82.40% evalúan los servicios para así dar a conocer a cada fin de mes el comportamiento y eficacia de los colaboradores, mientras que 17.60% mencionó que no evalúan la calidad de servicio, por otra parte Ascencios (2019) cuenta con un resultado igual, ya que el 100.00% menciona que se evalúa el servicio que brindan tanto por los clientes como por ellos mismos, por lo que se llegó a la conclusión que los colaboradores de las diversas empresas de hospedaje evalúan la calidad del servicio que brindan.

Los gerentes de las empresas deben evaluar cada cierto tiempo el servicio que se brinda en su organización, para de esta forma ver qué cambios son necesarios para poder sobresalir ante tanta competencia.

Los clientes evalúan los servicios que brindan:

El 81.00% de los colaboradores mencionó que siempre, mientras que Vicente (2019) tiene una similitud en los resultados, ya que el 100.00% menciona que los clientes evalúan la forma en la que se brinda el servicio, calificando a través de la aplicación con la que cuentan los hospedajes, por otra parte Rengifo y Choclote (2017) obtuvieron un 92.00% respecto a que los clientes evalúan el servicio brindado, mientras que el 8.00% menciona que los clientes no evalúan el servicio que brindan, por lo que se llegó a la conclusión de que los clientes si evalúan el servicio que se brinda.

Cuando los clientes te evalúan es bueno y malo dependiendo como lo toma los colaboradores, bueno porque permite observar cuáles son sus mejores virtudes, así como sus debilidades que tienen que mejorar y volverlas fortalezas, lo toman como malo cuando no quieren cambiar y ven esto como amonestación en caso de que no se haya brindado un buen servicio.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los colaboradores con respecto a la normalización, mencionaron que los alojamientos cuentan con procedimientos para evitar accidentes pero dando un resultado similar con porcentaje de diferencia mínima no cuenta con estos procedimientos, continuando con la siguiente pregunta los colaboradores en mayoría tienen en cuenta su bienestar y una minoría no toma en cuenta su bienestar, además un gran mayoría aprenden métodos como también aprendizajes al desarrollar sus actividades y un porcentaje reducido no lo hace, de esta forma con el resultado obtenido nos muestra el interés de la mayor parte de los colaboradores al momento de desarrollar sus actividades.

La mayoría de los colaboradores con respecto a la certificación, mencionaron que en los alojamientos los costos dependen de los servicios que brindan, además que siempre se ganan la confianza del cliente, concluyendo que el ganarse la confianza del cliente ayuda a una mejor recomendación y esto conlleva a más clientes y en un futuro mejor nuestra posición en el mercado.

La mayoría de los colaboradores con respecto a la acreditación mencionaron que siempre se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades, como también una totalidad siempre evalúan la calidad de servicio que brindan, además que los clientes siempre los evalúan por el servicio que brindan. Al evaluar nuestras actividades nos ayudara a detectar nuestros puntos negativos para así poder mejorar y brindar un mejor servicio en los hospedajes.

Se elaboró un plan de mejora el cual se basó en los resultados que se obtuvieron en la investigación, la finalidad de su creación fue para poder establecer estrategias que ayuden en la mejora de la calidad de servicio que se brinda para de esta forma poder logra un gran cambio y mejora en los hospedajes y posicionarnos en el mercado frente a tanta competencia.

VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES:

Actuar frente a emergencias y estar preparados para situaciones de riesgo o accidentes, no solo debe ser por parte de los representantes, los colaboradores también tienen que exigir y a la vez practicar, esto nos da muchos puntos extras frente a la competencia, porque brindará la seguridad al cliente ante toda clase de situaciones

Motivar al colaborador para hacer sentir a los clientes el confort y la comodidad de sentirse como en casa, garantizará la buena recomendación y la publicidad gratis a través de recomendaciones de los clientes, de esta forma se ganará popularidad y posicionamiento en el mercado.

Implementar la autoevaluación después de cada servicio brindado ayudará en el desarrollo personal de cada colaborador, ya que observará los errores o puntos negativos que cometa, y podrá cambiarlos y mejorar para brindar un mejor servicio.

Implementar la propuesta de mejorar ayudará en el mejor desarrollo y desempeño de los colaboradores a momento de realizar sus actividades.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales:

Micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021

Dirección: avenida Fitzcarrald de Huaraz- Áncash

2. Misión:

Satisfacer las necesidades de confort a través de los servicios de alojamiento, brindando a los clientes la sensación de estar en casa, brindando una buena calidad de servicio, cumpliendo las expectativas que tiene el cliente al escoger el servicio.

3. Visión:

Ser la empresa líder en el rubro de alojamientos, ser el más reconocido por el servicio y confort, buscando expandirse en los diversos puntos de la ciudad, tanto en Áncash como en todo el Perú, siempre garantizando la mejor calidad en todos los aspectos.

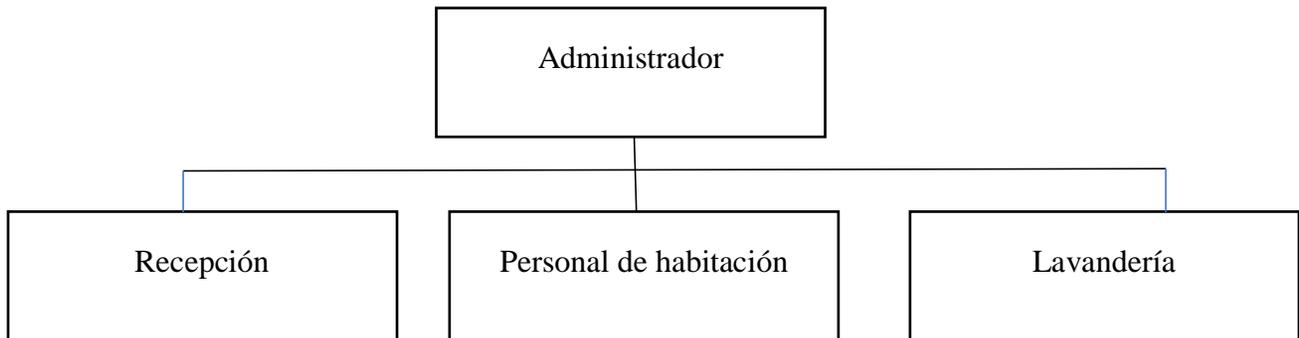
4. Objetivos:

Mejorar la calidad de servicio en los alojamientos de la avenida Fitzcarrald Huaraz.

5. Productos y/o servicios

La Actividad principal es brindar el servicio de alojamientos para estancias cortas.

6. Organigrama



Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Carrera técnica en administración • Conocimiento en programas logísticos • Certificado en cursos de hotelería.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planeamiento de actividades • Organización • Dirección • Motivación del personal • Delegación de funciones • Control
Cargo	Recepción
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en trato al cliente • Conocimiento en programas logísticos • Certificado en cursos de administración de hospedajes u hoteles • Proactivo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Delegación de funciones • Recepción y atención al cliente. • Asignación de habitaciones

Cargo	Personal de habitación
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de hotelería • Proactivo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de habitaciones • Ordenar las habitaciones • Desinfección de los cuartos
Cargo	Lavandería
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en lavandería • Proactivo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de las maquinas (lavadoras y secadora) • Planchado y entrega de toallas, e implementos de la habitación.

7. Diagnostico general

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> • O1 Aumento del turismo • O2 Mismo precio que la competencia, pero con más beneficios • O3 Transporté turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • A1 La competencia • A2 Pandemia • A3 Desastres naturales
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • F1 Precios económicos por un buen servicio • F2 Personal capacitado para brindar el servicio • F3 Ubicación del hospedaje 	<p>F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los precios son accesibles para todo tipo de cliente. F1-01 • El personal está capacitado para la recepción de turistas F2-02 • El contrato de transporte turístico sería muy beneficioso por la zona turística y la ubicación en la que se encuentra F3-03 	<p>F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> • La competencia podría bajar los precios para intentar ganarnos los clientes F1-A1 • Los precios económicos variaron un poco por los gastos por implementación de los protocolos F1-A2 • El aumento de lluvias perjudica la ubicación en la que se encuentra el hospedaje por problemas de alcantarillado. F3-A3
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • D1 Personal rotativo • D2 No tener solvencia económica por falta de clientes • D3 No ser reconocidos 	<p>D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta y pérdida de clientes por falta de implementación de transporté turístico D2-03 • Al no ser reconocidos, el aumento de turismo no es tan beneficioso D3-01 • No poder aumentar los beneficios aún más por falta de solvencia económica D2-02 	<p>D-A</p> <ul style="list-style-type: none"> • No poder cubrir con todos los gastos en caso de desastres naturales D2-A3 • La pandemia afecto la solvencia económica al implementar los protocolos por la pandemia D2-A3 • No implementar estrategias ante la competencia por falta de solvencia económica D3-A1

8. Indicadores de gestión

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Consecuencia del problema
Evaluación personal	El 47.60% no se encuentra o está poco preparado para casos de accidentes que se presente durante el desarrollo de sus actividades	Falta de capacitaciones y la poca importancia de tener a los colaboradores preparados para situaciones de emergencia	Un accidente en el hospedaje generaría una mala imagen, así como denuncias, gastos y cierre del establecimiento, por la poca capacitación antes una emergencia
Evaluación personal	El 33.30% de los colaboradores no siempre pone su bienestar primero	La necesidad económica se pone primero antes que el bienestar personal.	Al no poner nuestro bienestar primero a la larga nos generara problemas de salud físicos así como psicológicos.
Evaluación personal	El 23.80% de los colaboradores algunas veces aprende nuevas cosas al realizar sus actividades .	El desinterés por brindar un mejor servicio	Se brindara una mala atención el cual ocasionara pérdida de clientes.
Ambiente laboral	El 38.10% de los colaboradores a veces brindan un buen servicio ya que dependen del costo que pagan	El trato y servicio depende del costo que pague el cliente.	Entrega de un pésimo servicio al cliente, así como la discriminación por el servicio que adquieren
Ambiente laboral	El 28.60% de los colaboradores algunas veces se gana la confianza del cliente	La falta de comunicación y timidez de los colaboradores frente a los clientes	Clientes insatisfechos, brindar un mal servicio
Percepción de los clientes	El 38.10% de los colaboradores algunas veces se autoevalúa luego de terminar sus actividades	El desinterés por mejorar y ser conformistas	Clientes insatisfechos, disminución de clientes,
Percepción de los clientes	EL 19.00% de los clientes algunas veces evalúan el servicio que brindan	El desinterés por el buen servicio y mejora.	Perder posición en el mercado de alojamientos.

9. Problemas

Problemas encontrados	Causas del problema
El 47.60% no se encuentra o está poco preparado para casos de accidentes que se presente durante el desarrollo de sus actividades	Falta de capacitaciones y la poca importancia de tener a los colaboradores preparados para situaciones de emergencia
El 33.30% de los colaboradores no siempre pone su bienestar primero	La necesidad económica se pone primero antes que el bienestar personal.
El 23.80% de los colaboradores algunas veces aprende nuevas cosas al realizar sus actividades .	El desinterés por brindar un mejor servicio
El 38.10% de los colaboradores a veces brindan un buen servicio ya que dependen del costo que pagan	El trato y servicio depende del costo que pague el cliente.
El 28.60% de los colaboradores algunas veces se gana la confianza del cliente	La falta de comunicación y timidez de los colaboradores frente a los clientes
El 38.10% de los colaboradores algunas veces se autoevalúa luego de terminar sus actividades	El desinterés por mejorar y ser conformistas
EL 19.00% de los clientes algunas veces evalúan el servicio que brindan	El desinterés por el buen servicio y mejora.

10. Establecer soluciones

Indicadores	Problemas encontrados	Acciones de mejora
Se evita la ocurrencia de accidentes.	El 47.60% no se encuentra o está poco preparado para casos de accidentes que se presente durante el desarrollo de sus actividades	Implementación de capacitaciones de primeros auxilios.
Se mejora el bienestar del personal.	El 33.30% de los colaboradores no siempre pone su bienestar primero	Capacitaciones de autoestima y control médico.
Se aprende sobre la ejecución del trabajo.	El 23.80% de los colaboradores algunas veces aprende nuevas cosas al realizar sus actividades .	Charlas de los representantes de los alojamientos, sobre el aprendizaje.
Aumento de la calidad del servicio	El 38.10% de los colaboradores a veces brindan un buen servicio ya que dependen del costo que pagan	Brindar motivaciones económicas a través de incentivos por el buen servicio que se da a los cliente sin

		importar el precio del servicio, siempre manteniendo el respeto.
Aumento de la fidelidad de los clientes	El 28.60% de los colaboradores algunas veces se gana la confianza del cliente	Charlas para motivar la comunicación de los colaboradores.
Autoevaluación	El 38.10% de los colaboradores algunas veces se autoevalúa luego de terminar sus actividades	Entrega de reconocimiento al colaborador del mes por el buen desenvolviendo.(certificados, medallas)
Evaluación externa (clientes)	EL 19.00% de los clientes algunas veces evalúan el servicio que brindan	Charlas para motivar al colaborador para la mejora en el servicio que brinda .

11. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
Implementación de capacitaciones de primeros auxilios.	Representante/ Colaboradores	s/.100	Uso de tics, charlas por Zoom	Anuales
Capacitaciones de autoestima y control médico.	Representante/ Colaboradores	s/.500	Uso de tics, charlas por Zoom	Anuales
Charlas de los representantes de los alojamientos, sobre el aprendizaje.	Representante/ Colaboradores	s/.20	Uso de tics, charlas por Zoom	Semanal
Brindar motivaciones económicas a través de incentivos por el buen servicio que se da a los cliente sin importar el precio del servicio, siempre manteniendo el respeto.	Representante/ Colaboradores	s/.100	Uso de tics, charlas por Zoom	Mensual
Charlas para motivar la comunicación de los colaboradores.	Representante/ Colaboradores	s/.20	Uso de tics, charlas por Zoom	Semanal
Entrega de reconocimiento al colaborador del mes por el buen desenvolviendo.(certificados, medallas)	Representante/ Colaboradores	s/.100	Uso de tics, charlas por Zoom	Mensual
Charlas para motivar al colaborador para la mejora en el servicio que brinda .	Representante/ Colaboradores	s/.20	Uso de tics, charlas por Zoom	Semanal

12. Cronograma de actividades

Estrategias	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
Implementación de capacitaciones de primeros auxilios.					x											
Capacitaciones de autoestima y control médico.									x							
Charlas de los representantes de los alojamientos, sobre el aprendizaje.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Brindar motivaciones económicas a través de incentivos por el buen servicio que se da a los cliente sin importar el precio del servicio, siempre manteniendo el respeto.				x				x								x
Charlas para motivar la comunicación de los colaboradores.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Entrega de reconocimiento al colaborador del mes por el buen desarrollando.(certificados, medallas)				x				x								x
Charlas para motivar al colaborador para la mejora en el servicio que brinda .	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Garrigues. (06 de Agosto de 2020). *GARRIGUES*. Obtenido de GARRIGUES:
<https://www.garrigues.com/>

al., L. e. (2018). *Gestión de operaciones y calidad*. Perú: Pearson. Obtenido de <https://elibro.net/>

ASCENCIOS BORDA, C. A. (2019). *CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS
CLIENTES EN LOS HOTELES TRES ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE HUARAZ, 2019*.
Huaraz. Obtenido de <http://repositorio.unasam.edu.pe/>

Ayala, M. (30 de Mayo de 2021). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com>

Botello Sánchez, P. (2016). *Recepción y atención al cliente en alojamientos propios de entornos
rurales y/o naturales. MF1043_2*. Antequera: IC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/>

Cañete, N. (2020). Coronavirus: ¿Cómo apoyar desde el sector de fomento a la innovación y las
pymes? *BID*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/>

COALICIÓN, P. (2020). *Economía verde*. Obtenido de <https://economieverde.pe/>

Condori Ojeda, P. (2020). *Acta Académica*. Obtenido de Acta Académica:
<https://www.aacademica.org>

Deloitte Touche Tohmatsu Limited. (Noviembre de 2020). *Deloitte*. Obtenido de Deloitte:
<https://www2.deloitte.com/>

Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Ediciones
Díaz de Santos. Obtenido de <https://books.google.com.pe/>

Espinoza Freire, E. E. (2018). La hipótesis en la investigación. *Scielo*, 122-139. Obtenido de <http://scielo.sld.cu>

Estudio Muñiz. (08 de Agosto de 2020). La industria hoteleras pos-COVID-19: una mirada hacia nuevas oportunidades. *La industria hoteleras pos-COVID-19: una mirada hacia nuevas oportunidades*, págs. 1-1. Obtenido de <https://estudiomuniz.pe/>

Flores Basantes, S. L. (2018). *ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOTEL URDESA SUITES BOUTIQUE, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE CAPACITACIÓNDE CAPACITACIÓN*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/>

Gestión. (2020). Las mypes: antes y después del COVID-19. *Las mypes: antes y después del COVID-19*. Obtenido de <https://gestion.pe/>

González Molina, P. (2017). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: UF0049*. España: Tutor Formación. Obtenido de <https://elibro.net/>

González, H. D. (2017). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Ecoe Ediciones. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=COzDDQAAQBAJ&dq=tipo+de+investigacion+cuantitativa+sampieri&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Guillén, B. (2020). La crisis del coronavirus y La estrategia hotelera de México. *El país*, 1-1. Obtenido de <https://elpais.com/internacional>

Hosteltur Latam. (13 de enero de 2021). La mitad de los hoteles de Chile no ha vuelto a abrir. *La mitad de los hoteles de Chile no ha vuelto a abrir*, págs. 1-1. Obtenido de <https://www.hosteltur.com/>

Huaraz en Línea. (2020). *Huaraz en Línea*. Obtenido de Huaraz en Línea: <https://www.huarazenlinea.com/>

Innovadores. (2020). *ideas4all Innovation*. Obtenido de ideas4all Innovation: <https://www.ideas4allinnovation.com>

Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo. (31 de Enero de 2018). *INTEP*. Obtenido de INTEP: <https://www.intep.edu.co/Es>

Instituto Peruano de Economía . (15 de Marzo de 2021). *Instituto Peruano de Economía* . Obtenido de Instituto Peruano de Economía : <https://www.ipe.org.pe/>

Instituto Peruano de Economía. (15 de Marzo de 2021). *Instituto Peruano de Economía (IPE)*. Obtenido de Instituto Peruano de Economía (IPE): <https://www.ipe.org.pe/>

Jiménez Ortega, L. (2020). *MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA INSTITUCIONES EDUCATIVAS PRIVADAS NIVELES SECUNDARIA Y PREPARATORIA EN APASEO EL ALTO, GTO.* México. Obtenido de <https://www.udec.edu.mx/>

Mariñas Espinoza, G. A. (2020). *GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL HOTEL DECAMERON EL PUEBLO EN LA CIUDAD DE LIMA.* Lima. Obtenido de <https://repositorio.usmp.edu.pe/>

- Mateos de Pablo Blanco, M. Á. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO*. Antequera: IC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/>
- Mestres, A. (2020). *Estudio Muñiz*. Obtenido de Estudio Muñiz: <https://estudiomuniz.pe/>
- Monar Guadalupe, S. M., & Villa Ramón, M. A. (2018). *Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/>
- Norma Internacional ISO 9001. (2018). *Norma internacional ISO 9001* (5ta ed.). Suiza: Secretaría Central de ISO en Ginebra. Obtenido de <https://www.bps.gub.uy/>
- Ochoa Pachas, J., & Yunkor Romero, Y. (02 de Febrero de 2021). El estudio descriptivo en la investigación científica . *Autónoma*, 5-7.
- Organización Internacional del trabajo. (2020). *Empresas y COVID-19*. Obtenido de Empresas y COVID-19: <https://www.ilo.org/>
- Organización Mundial de la Salud. (25 de Agosto de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://apps.who.int/>
- Ortiz Flores, J. L. (2021). *GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL EMPOWERMENT Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO ACTIVIDADES DE HOTELES DE I, II, III ESTRELLAS DEL DISTRITO DE HUARAZ*. Huaraz. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Raymundo Roque, E. B. (2017). *Calidad de servicio en el Hotel Arawi Pastoruri Huaraz, 2017*. Huaraz. Obtenido de <https://library.co/>

Rengifo Mayanchi, A. M., & Choclote Armas, C. M. (2017). *Calidad del servicio en los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos*. Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.pe/>

ROMAN ALEJOS, C. M. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL MODELO HOTELQUAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS DEL RUBRO HOTELES DE TRES ESTRELLAS DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2016*. Huaraz. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>

Sampieri, H. (2018). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México D.F.: Interamericana editores, S.A. de C.V. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/>

SUNAT. (2018). *Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Obtenido de Sunat: <http://www.sunat.gob.pe/>

Universidad de Guanajuato. (21 de Enero de 2022). *NODO UNIVERSITARIO* . Obtenido de NODO UNIVERSITARIO : <https://blogs.ugto.mx/rea>

Universidad La Concordia . (28 de Julio de 2020). *Universidad La Concordia* . Obtenido de Universidad La Concordia : <https://universidadlaconcordia.edu.mx>

Vicente Saman, M. (2019). *CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE, SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTEL, ESTUDIO DE CASO: PANQUITA JUNIORS DEL DISTRITO DELUNAHUANÁ - PROVINCIA DE CAÑETE*. Cañete. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>

YUPANQUI ALIAGA, N. E. (2018). *INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCION DE LOS TURISTAS EN EL HOTEL TUMI, PROVINCIA DE HUARAZ - ANCASH - 2018*. Huaraz. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2022								Año 2022							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X	X												
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado						X										
8	Ejecución de la metodología							X									
9	Resultados de la investigación								X								
10	Conclusiones y recomendaciones								X	X							
11	Redacción del pre informe de Investigación.										X						
12	Reacción del informe final											X	X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X	X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros			
• Impresiones	0.10	20	2.00
• Fotocopias	0.05	30	1.50
• Empastado	20.00	2	40.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)			
• Lapiceros	0.50	3	1.50
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	1.00	10	10.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			155.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			807.00

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante

Anexo 3: Cuadro de sondeo

N°	Nombre comercial	Dirección
1	HOSTAL CESAR'S SRL	Avenida Fitzcarrald Huaraz-Áncash
2	LA CASA DE AZARELA E.I.R.L	Avenida Fitzcarrald Huaraz-Áncash
3	HOSTAL PARAISO AZUL S.A.C	Avenida Fitzcarrald Huaraz-Áncash
4	HOSTAL BUENAS NOCHES	Avenida Fitzcarrald Huaraz-Áncash

Anexo 4: Consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, la investigación, usted se quedará con una copia. La presente investigación se titula **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO ALOJAMIENTOS DE LA AVENIDA FITZCARRALD DE HUARAZ, 2021**, y es dirigido por Ramírez Amado Yeferson, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: es recopilar información de los colaboradores para así determinar las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz

Para ello, se le invita a participar de la siguiente encuesta que no le tomara mucho tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 2611191027@uladec.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:

.....
Jose Alejandro Veliz Herrera

Fecha:

.....
09/09/21

Correo electrónico:

.....
—

Firma del participante:

.....
[Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

.....
[Firma manuscrita]



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, la investigación, usted se quedará con una copia. La presente investigación se titula **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO ALOJAMIENTOS DE LA AVENIDA FITZCARRALD DE HUARAZ, 2021**, y es dirigido por Ramírez Amado Yeferson, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: es recopilar información de los colaboradores para así determinar las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz

Para ello, se le invita a participar de la siguiente encuesta que no le tomara mucho tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 2611191027@uladech.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:

Fernanda Espinoza Gomez

Fecha:

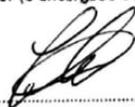
09/09/21

Correo electrónico:

Firma del participante:



Firma del investigador (o encargado de recoger información):





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE INGENIERÍA

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, la investigación, usted se quedará con una copia. La presente investigación se titula **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO ALOJAMIENTOS DE LA AVENIDA FITZCARRALD DE HUARAZ, 2021**, y es dirigido por Ramírez Amado Yeferson, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: es recopilar información de los colaboradores para así determinar las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz

Para ello, se le invita a participar de la siguiente encuesta que no le tomara mucho tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo 2611191027@uladech.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:

Jara Diaz Johnny

Fecha:

09/09/21

Correo electrónico:

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar la investigación titulada: **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO ALOJAMIENTOS DE LA AVENIDA FITZCARRALD DE HUARAZ, 2021.**

Para obtener el título profesional de licenciado en administración

N°	ÍTEMS	ESCALA		
		Siempre	Algunas veces	Nunca
DIMENSIÓN 1: NORMALIZACIÓN				
1	¿Cuenta con procedimientos para evitar accidentes?			
2	¿Se tiene en cuenta su bienestar?			
3	¿Aprende métodos o aprendizajes al desarrollar sus actividades?			
DIMENSIÓN 2: CERTIFICACIÓN				
4	¿Los costos dependen de los servicios que brindan?			
5	¿Se ganan la confianza del cliente?			

DIMENSIÓN 3: ACREDITACION		Siempre	Algunas veces	Nunca
6	¿Se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades?			
7	¿Evalúan la calidad de servicio que brindan?			
8	¿Los clientes les evalúan por el servicio que brindan?			

Anexo 6: Validación del instrumento

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (a)

Yo, MARITZA LEÓN VIGO, identificado con DNI 18858304, **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por nombre del estudiante RAMIREZ AMADO YEFERSON AGUSTIN, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

“PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO ALOJAMIENTOS DE LA AVENIDA FITZCARRALD DE HUARAZ, 2021”, que se encuentra realizando.

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

Huaraz, 28 de Setiembre 2021



León Vigo Maritza

DNI N° 18858304

CLAD N° 04127

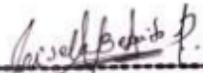
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (a)

Yo, **GISELA BENITES PACHERRES**, identificado con DNI **40708897**, **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por nombre del estudiante **RAMIREZ AMADO YEFERSON AGUSTIN**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO ALOJAMIENTOS DE LA AVENIDA FITZCARRALD DE HUARAZ, 2021”**, que se encuentra realizando.

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

Huaraz, 23 de diciembre 2022



Dra. Gisela Benites Pacherras
CLAD 05613

Dra. Gisela Benites Pacherras

DNI N° 40708897

CLAD 05613

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (a)

Yo, JUAN RENEE LAZARO DIAZ, identificado con DNI 31680471,
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por nombre del estudiante RAMIREZ AMADO YEFERSON AGUSTIN, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO ALOJAMIENTOS DE LA AVENIDA FITZCARRALD DE HUARAZ, 2021”**, que se encuentra realizando.

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

Huaraz, DIEMBRE 2022 23/12/22.



Mgtr. Lc. Adm. Juan Renee Lazaro Diaz
Reg. CLAD N° 04133

(firma) sello

Anexo 7: Prueba de confiabilidad del instrumento (Alfa de Cronbach)

Variable: Calidad de servicio

*ALFA completoav.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

11:

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
2	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00
3	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00
4	2.00	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	2.00
5	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00
6	2.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
7	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00
8	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
9	2.00	2.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00
10	1.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	1.00	2.00
11	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
12	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
13	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00
14	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00
15	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
16	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00
17	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00
18	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00
19	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
20	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00
21	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

*ALFA completoav.sav [Conjunto_de_datos3] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númérico	8	2	¿Cuenta con procedimientos para evitar accidentes?	{1.00, Siem...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	P2	Númérico	8	2	¿Se tiene en cuenta su bienestar?	{1.00, Siem...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	P3	Númérico	8	2	¿Aprende métodos o aprendizajes al desarrollar sus actividade...	{1.00, Siem...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	P4	Númérico	8	2	¿Los costos dependen de los servicios que brindan?	{1.00, Siem...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	P5	Númérico	8	2	¿Se gana la confianza del cliente?	{1.00, Siem...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	P6	Númérico	8	2	¿Se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades?	{1.00, Siem...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	P7	Númérico	8	2	¿Evalúan la calidad de servicio que brindan?	{1.00, Siem...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	P8	Númérico	8	2	¿Los clientes los evalúan por el servicio que brindan?	{1.00, Siem...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9											

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.710	8

Fuente: Datos obtenidos por el programa SPSS.

Anexo 8: Declaración Jurada

DECLARACION JURADA

Yo, YEFERSON AGUSTIN RAMIREZ AMADO, identificado con DNI 76 05 05 81 con código de estudiante 1211171073 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados de la Investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes participaron en la encuesta en Forma Voluntaria para realizar la investigación titulada: Propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la Investigación y no presenta ningún conflicto de interés. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a LA UNIVERSIDAD como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en la Investigación; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad de Católica los Angeles de Chimbote.

Lugar y fecha: 17 de diciembre 2022

YEFERSON AGUSTÍN RAMIREZ AMADO
76050581

Anexo 9: Hoja de tabulación

Características de la normalización como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
¿Cuenta con procedimientos para evitar accidentes?	Siempre	IIIIIIII	11	110.00
	Algunas veces	IIIIIIII	10	100.00
	Nunca	---	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00
¿Se tiene en cuenta su bienestar?	Siempre	IIIIIIIIII	14	114.00
	Algunas veces	IIIIII	7	70.00
	Nunca	---	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00
¿Aprende métodos o aprendizajes al desarrollar sus actividades?	Siempre	IIIIIIIIIIII	16	160.00
	Algunas veces	IIII	5	50.00
	Nunca	---	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00

Características de la certificación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
¿Los costos dependen de los servicios que brindan?	Siempre	IIIIIIIIII	13	130.00
	Algunas veces	IIIIII	8	80.00
	Nunca	---	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00
¿Se gana la confianza del cliente?	Siempre	IIIIIIIIII	15	150.00
	Algunas veces	IIIIII	6	60.00
	Nunca	---	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00

Características de la acreditación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
¿Se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades?	Siempre	IIIIIIIIII	13	130.00
	Algunas veces	IIIIIII	8	80.00
	Nunca	---	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00
¿Evalúan la calidad de servicio que brindan?	Siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00
	Algunas veces	---	0	0
	Nunca	---	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00
¿Los clientes los evalúan por el servicio que brindan?	Siempre	IIIIIIIIIIII	17	170.00
	Algunas veces	IIII	4	40.00
	Nunca	---	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIII	21	210.00

Anexo 10: Figuras

Características de la normalización como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.



Figura 1. Cuenta con procedimientos para evitar accidentes
Fuente. Tabla 1



Figura 2. Se tiene en cuenta su bienestar
Fuente. Tabla 1



Figura 3. Aprende métodos o aprendizajes al desarrollar sus actividades
Fuente. Tabla 1

Características de la certificación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

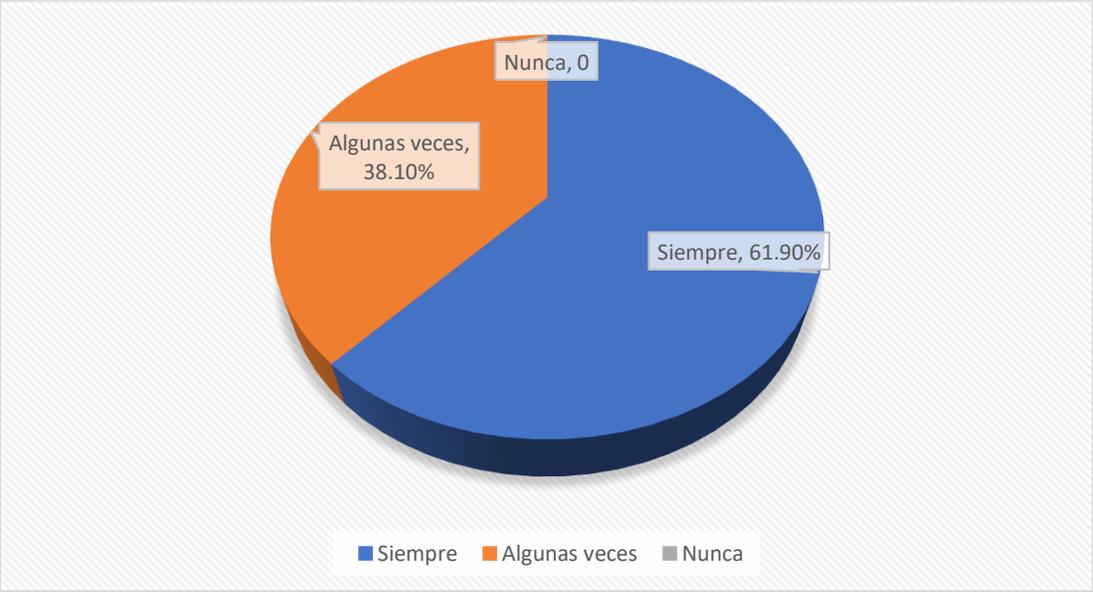


Figura 4. Los costos dependen de los servicios que brindan
Fuente. Tabla 2

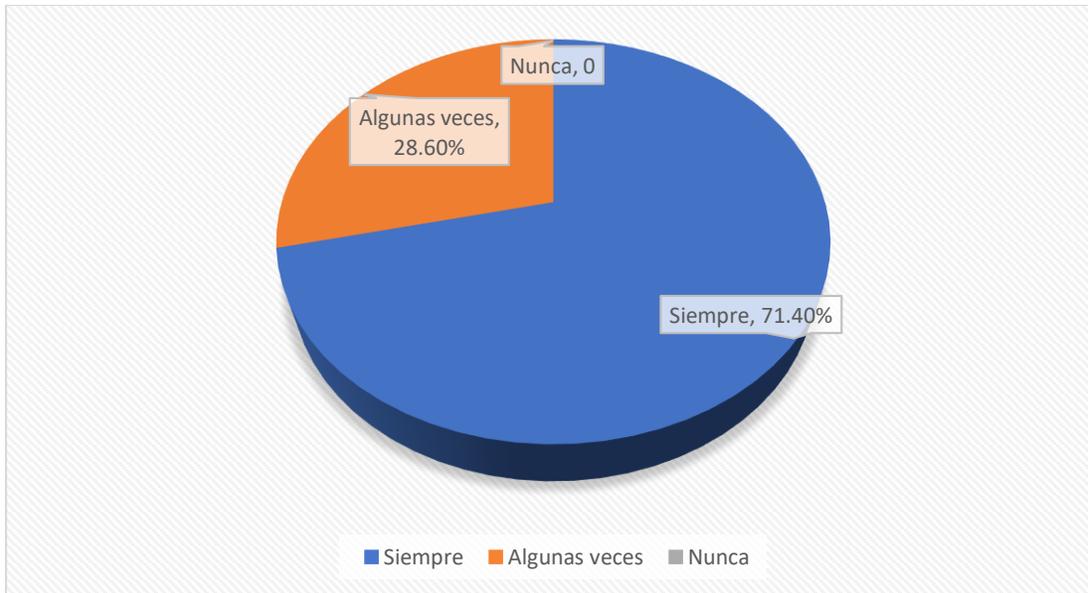


Figura 5. Se gana la confianza del cliente

Fuente. Tabla 2

Características de la acreditación como factor relevante de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz, 2021.

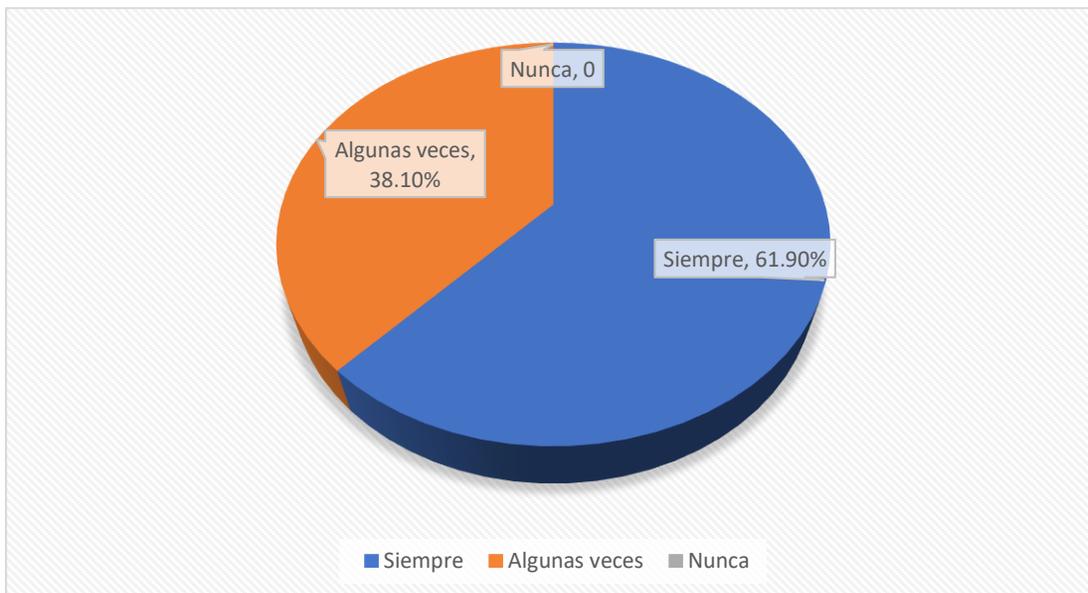


Figura 6. Se autoevalúan luego de desarrollar sus actividades

Fuente. Tabla 3



Figura 7. Evalúan la calidad de servicio que brindan
Fuente. Tabla 3

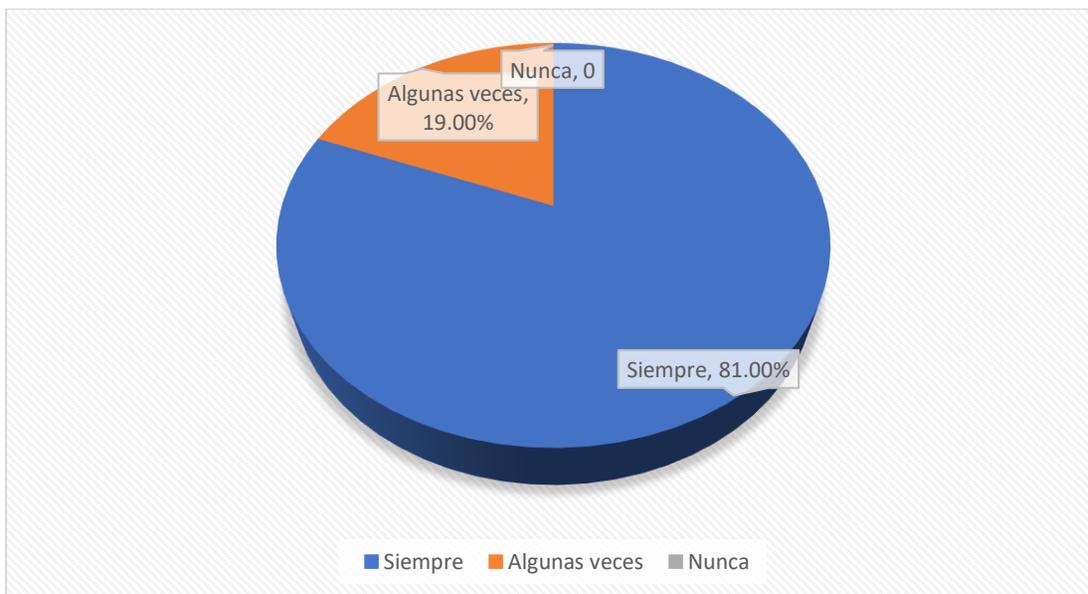


Figura 8. Los clientes los evalúan por el servicio que brindan
Fuente. Tabla 3

TC-867-RAMIREZA-PREBANCA-TURNITIN-2022-03

CORREGIDO01

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo