

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA PARA LA
CALIDAD DE SERVICIO EN LA MICRO EMPRESA
RUBRO: HOTEL DULCE TENTACIÓN HUARAZ, 2021

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

AUTORA

RODRIGUEZ DE LA CRUZ, DIGNA CLEMENCIA

ORCID: 0000-0002-4180-5038

ASESOR:

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE -PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Rodriguez De La Cruz, Digna Clemencia

ORCID: 0000-0002-4180-5038

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

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191x

Rosillo de Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

CANCHARI QUISPE, ALICIA

ORCID: 0000-0001-6176-191X

PRESIDENTA

ROSILLO DE PURIZACA MARÍA DEL CARMEN

ORCID: 0000-0003-2177-5676

MIEMBRO

LIMO VÁSQUEZ MIGUEL ÁNGEL

ORCID: 0000-0002-7575-3571

MIEMBRO

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

ASESOR

AGRADECIMIENTO

Expresar mi más sincero agradecimiento a mi asesor, por haberme guiado y emprender la elaboración de esta tesis. Agradecer a Dios por la fortaleza que me da en cada momento de mi vida. Así mismo con mucho amor agradezco a mis hijos (Sergio, Lesly y Arnold) que me animaron en este largo camino, comprendiéndome y apoyándome, por creer siempre en mí, han fomentado el deseo de superación y triunfo en la vida.

A mis hermanos y sobrinos que de una manera contribuyeron en realizar esta investigación.

DEDICATORIA

A la memoria de mis adorados
padres Cirilo Rodríguez
Carrión Y Ángela De La Cruz
Fernández. A la memoria de mi
inolvidable esposo Sergio
Ramírez Palma. Por forjarme
como todo lo que soy como
persona, inculcándome valores
y perseverancia para conseguir
mis objetivos.

Así mismo de una forma muy
especial a mis hijos por el inmenso
apoyo constante y que son la razón
de mi vivir. a mi familia por su
apoyo, comprensión y ayuda en
los momentos más difíciles

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal: Describir las principales características de gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: hotel dulce Tentación, Huaraz-2021. La metodología a utilizar fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental transversal, para la recopilación de información se utilizó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario estructurado por 15 preguntas, el cual se aplicó a una población y muestra de 30 personas. El 71.00% tienen entre 18 a 30 años de edad; el 71.00% son femenino; el 57.00% tienen o cuentan con una educación básica. El 100.00% señalaron que el número de trabajadores oscilan entre 1 a 5 colaboradores; el 100.00% señalaron que la empresa tiene una permanencia en el mercado entre 4 a 6 años. El 42.57% casi nunca planifica un plan de trabajo para mejorar las expectativas de sus clientes. El 71.43% nunca llega a elaborar un plan estratégico. El 71.43% casi nunca garantiza seguridad y salud en sus servicios ofrecidos. El 42.86% casi nunca escucha sus problemas o requerimientos de los huéspedes. El 42.86% siempre ofrece una comunicación oportuna. Se concluye que se llegó a identificar que los representantes y/o colaboradores del hotel presentan algunos inconvenientes en relación a la gestión de calidad, por razones que carecen de conocimiento e información, uno de ellos es la planificación en la que no tienen una dirección clara a dónde quieren llegar.

Palabras clave: Calidad de servicio, Gestión de calidad, Mypes, Hotel.

ABSTRACT

The main objective of this research was: To describe the main characteristics of quality management and improvement plan for the quality of service in micro and small companies in the short-stay accommodation category, case: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021. The methodology to be used was of a quantitative type, of a descriptive level, of a non-experimental cross-sectional design, for the collection of information the survey technique was used through a questionnaire structured by 15 questions, which was applied to a population and sample. of 30 people. 71.00% are between 18 and 30 years old; 71.00% are female; 57.00% have or have a basic education. 100.00% indicated that the number of workers ranges from 1 to 5 collaborators; 100.00% indicated that the company has a permanence in the market between 4 to 6 years. 42.57% almost never plan a work plan to improve the expectations of their clients. 71.43% never come up with a strategic plan. 71.43% hardly ever guarantee safety and health in their services offered. 42.86% almost never listen to their problems or requests from guests. 42.86% always offer timely communication. It is concluded that it was identified that the representatives and/or collaborators of the hotel present some inconveniences in relation to quality management, for reasons that lack knowledge and information, one of them is planning in which they do not have a clear direction. where they want to go.

Keywords: Hotel, Huaraz, Quality management and Service quality

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|------|
| 1. Caratula..... | i |
| 2. Equipo de Trabajo..... | ii |
| 3. Hoja de firma del jurado y asesor | iii |
| 3. Hoja de agradecimiento y dedicatoria..... | iv |
| 4. Resumen..... | vi |
| 5. Abstract..... | vii |
| 6. Índice de contenido..... | viii |
| 7. Índice de tablas y figuras | x |
| I. Introducción..... | 1 |
| II. Revisión de la literatura..... | 6 |
| 2.1. Antecedentes | 6 |
| 2.2 Bases teóricas de la investigación. | 16 |
| III. Hipótesis | 26 |
| IV. Metodología..... | 27 |
| 4.1. Diseño de investigación..... | 27 |
| 4.2. Población y muestra | 27 |
| 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores | 28 |
| 4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 30 |

| | |
|---|----|
| 4.5. Plan de análisis | 30 |
| 4.6. Matriz de consistencia..... | 30 |
| 4.7. Principios éticos..... | 32 |
| V. Resultados..... | 33 |
| 5.1. Resultados | 33 |
| 5.2. Análisis del resultado | 41 |
| VI. Conclusiones y recomendaciones..... | 66 |
| VII. Recomendaciones..... | 68 |
| Referencias Bibliograficas | 69 |
| Anexos..... | 75 |

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS.

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Características de los representante y trabajadores de la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021 | 33 |
| Tabla 2. Características de la micro y pequeña empresa, rubro Hotel Dulce Tentación, Huaraz, 2021..... | 34 |
| Tabla 3. Características de la gestión de calidad en la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021..... | 35 |
| Tabla 4. Características de calidad de servicio en la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021..... | 37 |
| Tabla 5. Resumen de plan de mejora para la gestión de calidad bajo enfoque de calidad de servicio en la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021..... | 39 |

FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1: Edades..... | 106 |
| Figura 2: Género | 106 |
| Figura 3: Grado de instrucción..... | 107 |
| Figura 4: Cargo | 107 |
| Figura 5: Número de trabajadores..... | 108 |
| Figura 6: Tiempo de permanencia de empresa en el rubro..... | 108 |
| Figura 7: Ingreso mensual promedio..... | 109 |
| Figura 8: Objetivo de la empresa..... | 109 |
| Figura 9: Planificación para mejorar las expectativas de los clientes | 110 |
| Figura 10: Planificación de estrategias..... | 110 |
| Figura 11: Capacitación para mejorar el servicio | 111 |
| Figura 12: Ejecución del plan de trabajo..... | 111 |
| Figura 13: Verificación de los resultados..... | 112 |
| Figura 14: Volver planificar según los resultados..... | 112 |
| Figura 15: Garantizar seguridad y salud de los huéspedes | 113 |
| Figura 16: Imagen y presentación de los colaboradores hacia los huéspedes | 113 |
| Figura 17: Conocer las necesidades de los huéspedes..... | 114 |

| | |
|--|-----|
| Figura 18: Escuchar las necesidades de los huéspedes..... | 114 |
| Figura 19: Ambientes señalizados..... | 115 |
| Figura 20: Comunicación oportuna para garantizar un buen servicio..... | 115 |

I.Introducción

El presente estudio de investigación titulada “Gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021”. Tomado de los lineamientos que establece la Universidad Católica los ángeles de Chimbote, para las investigaciones de la Escuela Profesional de Administración (ULADECH, 2020).

Lo cual trata de analizar y explicar cómo en la actualidad la calidad de servicios es una herramienta y estrategia fundamental para el crecimiento y desarrollo empresarial por lo que es fundamental que las MYPES implementen como estrategia para que puedan lograr mayor acogida y aceptación dentro del mercado. Puesto que la exigencia del público consumidor cada día es mucho más en los servicios que reciben y es por ello que los representantes deben de estar acorde a los cambios adecuándose a los avances tecnológicos, gustos y necesidades de los clientes. Así mismo las Micro y Pequeñas empresas, hoy en día son considerados un eje primordial para la economía del país donde brindan bienes y servicios, generando así mayor fuente de empleo en la actualidad.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en el año 2020 las Micro y Pequeñas empresas son actores claves en el desarrollo y crecimiento potencial de América Latina, porque constituyen alrededor de 99.% de empresas que generan empleo en un 67% del total de trabajadores, sin embargo las MYPES en América Latina existe una alta informalidad de empresarial lo que genera un autoempleo el cual ocasiona a que solamente cerca de 10% de las MYPES exportan parte de su producción a Europa. Para lograr una buena gestión de calidad, se debe de tratar de mejorar la calidad

de servicio, implementando un plan de mejora donde nos lleve a tener una buena cultura organizacional.

A nivel internacional en una investigación realizada por la Universidad Federal Fluminense de Brasil ,se puedo conocer que en un 82.00% de clientes valoran el servicio de calidad basada en ,la atención recibida , limpieza , la infraestructura del hotel y las innovaciones tecnológicas .Así mismo el 18.00% hizo evaluaciones en contra de la calidad de servicio prestado por los trabajadores argumentando que la falta de incentivos, motivaciones, capacitaciones y el no conocer sus responsabilidades se debe a la falta de conocimiento sobre gestión de calidad específicamente en la calidad de servicio por parte del representante de la empresa (Araujo, 2019).

Dentro del ámbito nacional las MYPES en el rubro hotelería, en su mayoría no cumplen con los servicios de calidad lo cual genera un impacto negativo al crecimiento de la empresa lo cual generas una gran desventaja en el mercado. La Plataforma Única del Estado (2021) menciona que, en un operativo realizado por la Municipalidad Metropolitana de Lima junto a los agentes sanitarios, intervino 5 negocios por brindar alojamiento con habitaciones deplorables, antihigiénicas e infraestructuras que no se ajustan a los requisitos del reglamento de edificaciones por ser muy antiguos. El cual se le inició un proceso sancionador al personal administrativo les puso una multa de s/2,200 y se dispuso clausura inmediata de los establecimientos.

A nivel local, en Áncash en la provincia de Huaraz, SOL TV (2021) da a conocer que la municipalidad conjuntamente con la sub gerencia de sanidad y salubridad pública lograron clausurar 8 establecimientos en el rubro hotelería, por no contar con un servicio

de calidad, los cuartos se encontraban en un estado de insalubridad, no había personal de limpieza encargada, así mismo no se contaba con un personal capacitada por velar la salud de los huéspedes. En base a los señalado en el párrafo anterior se formula el siguiente enunciado de investigación: ¿Cuáles son las principales, características de gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021?

Y es en base al enunciado se formula el siguiente objetivo general: Describir las principales características de gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

Así mismo, para poder lograr el objetivo general, se planta los objetivos específicos: Señalar las principales características de los representantes de las micro empresas, rubro Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021; Detallar las principales características de las micro empresas rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021; Identificar las principales características de gestión de calidad en las micro empresas rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021; Describir las principales características de la calidad de servicio en las micro empresas rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021; Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

La presente investigación se justifica en lo siguiente: dentro de la justificación teórica, se utilizó teorías y autores, relacionado a nuestro variable e indicadores, los cuales ayudaron a tener un sustento de datos e informaciones certeras y objetivas.

Respecto a la justificación práctica, se tuvo como propósito brindar información válida, confiable y oportuna para generar una conciencia a los representantes de la empresa sobre lo fundamental que es implementar el sistema de gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio, donde los resultados y propuestas ayudaran a usar mejores estrategias y herramientas para el crecimiento empresarial todo ello con mejores decisiones de gestión.

Desde la perspectiva institucional, la carrera de administración posee una línea de investigación basado a la gestión de calidad tomando como enfoque la calidad de servicio. donde tiene como fin formar profesionales comprometidos a forjar una empresa con un alto competitividad en el mercado, así mismo la investigación realizada va servir como información y antecedente a los futuros investigadores. El estudio se justifica viable, ya que se determinó una población y rubro específico.

La metodología usada en esta investigación fue de diseño no experimental transversal, lo cual consistió en describir los fenómenos y hechos tal cual se observó y se entiende por transversal a que la recopilación de datos se realizó en un tiempo determinado. La población estuvo delimitada por 7 colaboradores del Hotel Dulce Tentación de la ciudad de Huaraz, 2021. Así mismo se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento se realizó una encuesta a toda la población.

Obteniendo los siguientes resultados: El 71.00% de los encuestados de la microempresa tienen entre 18 a 30 años de edad; en relación al género; el 71.00% son de género femenino; el 57.00% tienen o cuentan con una educación básica; en relación a la cantidad de colaboradores el 100.00% señalaron que el número de trabajadores oscilan entre

1 a 5 colaboradores; el 71.00% señalo que el único objetivo de la empresa es generar ganancias; el 71.43% nunca llega a elaborar un plan estratégico; el 57.14% nunca capacita al personal para mejorar el servicio; el 58.00% solo algunas veces llega a verificar resultados; el 57.00% casi nunca vuelve a planificar tras obtener resultados ya sean positivos o negativos; el 71.43% casi nunca garantiza seguridad y salud en sus servicios ofrecidos; el 85.72% de los encuestados algunas veces y casi siempre se preocupan por el cuidado e imagen y presentación de sus colaboradores; el 57.14% casi siempre llega conocer las necesidades de los huéspedes y el 42.86% siempre ofrece una comunicación oportuna. Se concluye q u e las características de la gestión de calidad que utiliza el hotel s o n adecuadas, pero carece de algunas dificultades, en donde los dueños del hotel presentan problemas en la dirección de lo que quieren lograr en él, ocasionando que las decisiones se tomen de una manera precipitada en el cual ocasionan problemas. El hotel debe considerar que la gestión de la calidad es importante en las actividades que se realizan, en base a la planificación de como proyectarte desde un inicio para lograr las metas establecidas, para que se tome decisiones más necesarias para corregir los problemas que se puedan presentar.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacional

Rivera (2019) en su tesis *la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa GREENANDES Ecuador*. Tuvo como objetivo principal: evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa GREENANDES Ecuador de la ciudad de Guayaquil, aplicando el cuestionario científico modelo SERVQUAL a fin de conocer las percepciones y expectativas de los clientes exportadores con respecto al servicio ofrecido por la empresa. La metodología que se utilizó el método descriptivo, cuantitativo y deductivo. Se consideró como instrumento la encuesta, la cual fue aplicada a una muestra de 180 clientes. Los resultados obtenidos fueron lo siguiente: el 48.00% percibe que Greenandes Ecuador cuenta con instalaciones físicas cómodas, atractivas y seguras; el 63.00% de los clientes encuestados percibe que los empleados de Greenandes Ecuador siempre están bien uniformados con una apariencia limpia y agradable; un 26.00% se encuentra en desacuerdo porque no se brinda un servicio con prontitud; un 47.00% se muestra totalmente de acuerdo con respecto a que, si los empleados atienden sus necesidades específicas y el 52.65% no soluciona sus problemas de los huéspedes. Las evidencias anteriores mostradas la empresa debe trabajar con orientación enfocada en atención al cliente, calidad y cultura de servicio, ya que ofrecer un servicio de calidad permite tener clientes satisfechos, ya que la satisfacción, durante todo el proceso del servicio antes y durante es clave para mantener una relación a largo plazo desde la perspectiva del cliente.

Vélez (2020) en su tesis *“La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción del cliente en la zona urbana del cantón de Portoviejo”*. Tiene como objetivo general analizar si la calidad del servicio hotelero incide en la satisfacción al cliente en la zona urbana del cantón Portoviejo. la metodología, se empleó los métodos bibliográfico, descriptivo, analítico-sintético, deductivo-inductivo y estadístico para canalizar y organizar la información obtenida mediante la investigación de campo a través de las técnicas de observación y encuestas a los clientes. Donde se obtuvo los siguientes resultados: el 57,0% señala que la eficiencia en la atención al cliente es excelente y el 47,0% indicaron que a través de una buena comunicación se llega a medir el cumplimiento del estándar de servicio de calidad, el 48.00% no llega a cumplir sus actividades según lo encomendado y el 86.76% casi nunca actúa frente a los resultados negativos tras implantar un plan de actividad. Se concluye que en la actualidad las exigencias y expectativas de los clientes son cambiantes, pero tienen un eje central que es la calidad del servicio lo cual incide muchas veces de forma positiva y negativa en cuanto a la atención al cliente y a los aspectos para catalogar a los hoteles de calidad esto influyen en los niveles de la satisfacción al cliente.

Salgado (2019) en su trabajo *“Propuesta de mejoramiento de los procesos operativos del Hotel Boutique “Portal de Cantuña” para incrementar la calidad de servicio al cliente en el año 2019*. Donde tuvo como objetivo general: Establecer una propuesta de mejoramiento de los procesos operativos del Hotel Boutique Portal de Cantuña para incrementar la calidad del servicio al cliente en el año 2019. En términos de metodología, utiliza una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos para aplicar

técnicas de entrevista a colaboradores, incluyendo encuestas a invitados y análisis mixto con una población total de 72 personas. Donde se obtuvo los siguientes resultados: el 61,11% califica el ambiente del hotel de nivel medio; el 54,17% califica que el equipo de seguridad y equipamiento es bajo y la calidad de servicio es calificado con 47,22% lo que representa un nivel bajo. El estudio concluyó que existen ventajas y desventajas en el análisis de clientes. Dado que las reacciones de los usuarios indican que están moderadamente satisfechos con la calidad de servicio, son diferentes en algunos aspectos.

Solózano y Zamora (2021) en su tesis *evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos pos terremoto en la satisfacción del cliente: caso Portoviejo*. Quien tuvo como objetivo general: evaluar la clasificación de los alojamientos turísticos pos terremoto y su influencia en la satisfacción del cliente en el cantón Portoviejo. La metodología se detalló las actividades a realizar según los objetivos de la investigación. Se realizaron entrevistas tanto a directivos como trabajadores. Los resultados de la investigación fueron los siguientes. El 56,70% ofrece servicios de calidad que ofrece satisfacción en los clientes 49,7% cree que brinda una información adecuada; el 62,5% cree que la seguridad es regular en el hotel, el 56.99% señala que el ambiente que ofrece es inadecuado. Se concluye con referencia a los hostales que se encontraban categorizados en categoría dos estrellas, se pudo determinar que dos se mantienen en la categoría dos y uno sube a la categoría tres, mientras uno desciende a la categoría uno de los cuatros hostales existentes.

2.1.2. Nacional

Naquiche (2018) en su tesis “*Calidad de Servicio en el Hotel Miraflores Pacific Hotel, año 2018*”. Donde llega a plantear como objetivo general: determinar el nivel de la calidad de servicio en el hotel Miraflores PACIFIC HOTEL. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental de carácter transversal. La muestra estuvo representada por 80 huéspedes. Se llegó a obtener los siguientes resultados: el 72.50% está de acuerdo con que el colaborador colabora con el huésped, el 71.30% señalan estar de acuerdo que los trabajadores si se preocupan por las necesidades del huésped, el 92.50% está de acuerdo con la información detallada que reciben de parte del hotel. El 66.30% está de acuerdo en que el hotel posee una imagen limpia y aseada, el 43, 8% está ni de acuerdo, ni desacuerdo con las medidas de seguridad y salud. Se concluye que la empresa debe mejorar algunos aspectos determinantes en cuanto al personal, instalaciones y la organización de servicio, para que los clientes se sientan totalmente satisfechos con los servicios ofrecidos.

Chambi (2020) en su tesis *Calidad de servicio en un hotel de tres estrellas en el distrito de Lince, Lima 2019*. Quien además planteo como objetivo general: dar a conocer la calidad de servicio que se brinda en un hotel de tres estrellas, ubicado en el distrito de Lince, Lima. La metodología aplicada fue: de enfoque Cuantitativo y nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal; y con una muestra de 67 huéspedes. Quien obtuvo los siguientes resultados: 65.67% de los huéspedes entrevistados estuvieron muy de acuerdo con los servicios ya que existe una buena comunicación, el 62.70% señala estar de acuerdo que el personal muestra interés de querer brindar una oportuna atención, el

80,6% está de acuerdo que el personal si cumplen las actividades asignadas, el 79,1% está de acuerdo en que el personal está capacitado para mejorar y brindar un servicio de calidad, el 17,90% considera estar en acuerdo y desacuerdo del buen estado de las instalaciones y/o ambientes. El 32,9% está en acuerdo y desacuerdo de que el hotel ofrece instalaciones seguras. Se concluye tras los resultados que la empresa necesita reforzar. Algunos aspectos para las cuales es necesario recurrir a otro tipo lineamientos las cuales pueden ayudar a ofrecer mayor calidad en los servicios que se brindan.

Gonzales y Huanca (2020) en su tesis “*La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*”. Quien planeo como objetivo general: determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa. Asimismo, la metodología a aplicar fue: estudio cuantitativo con un diseño no experimental del tipo descriptivo – correlacional, y con una muestra de 384 consumidores. Los resultados obtenidos fueron de la siguiente manera: el 79.90% tienen edades entre 36 a 45 años, el 56.30% son de género femenino; el 81.30% de ello mencionan tener un cargo de empleado, el 59.90% tienen una permanencia en el mercado entre 1 a 10 años. Se concluye que la mayor presencia es del sexo femenino en este análisis. ello podemos notar que el mayor público que frecuenta al establecimiento son personas adultas.

Hidalgo (2019) en su tesis “*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. - Tarapoto, 2018*”. Quien tuvo como objetivo general: establecer la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción

en clientes del Centro Estomatológico del Oriente S.A.C. -Tarapoto. Y la metodología a utilizar fue de tipo no experimental y con un diseño correlacional. La muestra a utilizar para la aplicación de encuesta fue de 134 clientes. Donde se obtuvo los siguientes resultados: la calidad del servicio es calificado como baja por el 53.00%; la satisfacción en clientes es calificado como baja con un porcentaje de 58.00%; el 59.90% no cuenta con un plan de actividades para mejorar el servicio; el 72.30% no verifica ni controla la atención que se les ofrece a los huéspedes. Se concluye según estos resultados que la mayoría de los encuestados ratificaron en sus respuestas que el trato que recibe del personal desde el momento en el que usted llega a las instalaciones es inadecuado

Rivera (2019) en su tesis “*calidad del servicio que brinda la empresa ELEVATE BUSINESS y estrategias para su mejora*”. Quien tuvo como objetivo: determinar el nivel de la calidad del servicio que brinda la empresa ELEVATE BUSINESS en la ciudad de Lima. Y la metodología aplicar fue descriptivo, cuantitativo y deductivo, se usó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento aplicado a 250 clientes. Donde se llegó a obtener los siguientes resultados: el 18.80% de los clientes expresan que el nivel más bajo de la calidad del servicio que brinda la empresa es en el área de operaciones y/o logísticas, el 9.20% de los clientes manifiestan que la calidad de servicios es baja en el área de call center debido a que la comunicación no es oportuno. Se concluye que la empresa no dispone de manuales de calidad ni de operaciones, que no ha recibido la capacitación en aspectos que pueden afectar la calidad del servicio y que se incumple con la labor de supervisión

2.1.3. Local

Muñoz (2022) en su tesis *clima laboral y calidad de servicio en los asesores de negocios en Mi banco agencia Huaraz 2021*. Donde se planteó el siguiente objetivo general: determinar la relación que existe entre el clima laboral y calidad de servicio en los asesores de negocios en Mi banco agencia Huaraz. Metodología a utilizar fue un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, diseño no experimental transversal y de nivel descriptivo correlacional. La población a estudiar fue de 27 colaboradores. A quien se le aplicó la técnica de encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: En cuanto a la calidad de servicio el 40.70% señala que es regular por que no se cumple todo lo establecido en la normatividad y política de la empresa. En la variable calidad de servicio, el 59.30% no llega planificar las actividades; el 67.45% no llega a supervisar las actividades o tareas que se les asigna. Se concluye que la calidad de servicio está en un promedio regular, lo que significa que la gestiona administrativa debe sensibilizar a sus colaboradores con el único objetivo de mejorar las expectativas de sus colaboradores hacia los usuarios.

García (2018) en su tesis "*Plan estratégico y su relación con la calidad de servicio del hotel La Joya - Huaraz, 2018*". Donde se tuvo como objetivo general: determinar la relación del plan estratégico con la calidad de servicio del hotel La JOYA. La metodología aplicada fue diseño correlacional, no experimental; contando con una población censal de 30 colaboradores. Donde se obtuvo los siguientes resultados: que el 70.00% no aplica y no cuenta con un plan estratégico lo que genera deficiencia en el logro de una buena gestión de calidad, el 67.00% no llega a corroborar el cumplimiento del plan estratégico; el 57.87% no llega a replantear un plan estratégico tras obtener los resultados; el 76.00%

señalaron que el nivel de calidad de servicio es regular por que no se da una buena comunicación entre colaboradores. Se concluye que la empresa debe elaborar continuamente un plan de trabajo a corto plazo y definiendo bien los objetivos y, asimismo, involucrarlos a todos los miembros de la empresa.

Balabarca (2021) en su tesis *la gestión de calidad en el clima organizacional y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro servicio de hospedaje – hotel en la ciudad de Huaraz, 2018*. Quien presento como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad en el clima organizacional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro servicio de hospedaje – hotel en la ciudad de Huaraz. Y la metodología aplicar fue: diseño no experimental -transversal de nivel descriptivo- aplicativo y tipo cuantitativo la población y muestra fue 36 hoteles. Donde se llegó a los siguientes resultados: el 72.00% tienen edades entre 41 a más años, el 58.30% son de género femenino, el 36.10% tienen un grado de instrucción de nivel secundaria, el 50.00 % son dueños, el 38.90% tiene una permanencia de la Mype en el rubro entre 7 a 10 años, el 38.90% tienen entre 3 a 6 colaboradores, el 39.90% señala que sus ingresos anuales no superan los 40 UIT, el 41.70% realiza una lluvia de ideas para identificar problemas y así estar a la expectativa de sus clientes, el 44.40% llega implementa acciones de solución con el objetivo de mejorar los servicios; el 66.70% crea acciones de mejora para la empresa, estableciendo nuevas responsabilidades y finalmente el 58.30% de las Mypes brinda confianza para lograr una satisfacción en sus colaboradores. Se concluye que las Mypes deben de tomar en cuenta en aplicar la gestión de calidad en las MYPES, debido a que ayudara a mejorar

en el proceso de sus labores y la ejecución de sus funciones y de esta forma logre alcanzar sus objetivos y permanecer en el mercado de manera sostenible.

Lozada (2018) en su tesis *“propuesta de mejora de los factores relevantes de las estrategias genéricas de Porter para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (hoteles de una, dos y tres estrellas) en los distritos de Huaraz e independencia, 2018”*. El objetivo general fue: Incorporar las mejoras en los factores relevantes de las estrategias genéricas de Porter para la gestión de calidad de las micro y pequeña empresa del rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (hoteles de una, dos y tres estrellas) de la ciudad de Huaraz. La metodología que se uso fue de tipo cuantitativo, diseño no experimental, la población muestral fue de 34 representantes de las Mypes. Los resultados fueron: EL 73.33% tienen edades entre 31 a 40 años; el 63.33% son de género masculino; el 90.00% cuentan con grado de estudio superior universitaria; el 90.00% desempeñan el cargo de un empleado; el 63.00% afirma que el tiempo de duración de la empresa en el mercado tienen entre 7 a más años; el 33.33% cuentan entre 6 a 10 trabajadores; el 48.00% señala que sus ingresos anuales aproximadamente oscilan entre 40 a 50 unidades impositivas tributarias; el 89.49% señala como objetivo principal de generar ingresos y el 53.33% señala que siempre realiza cambios e implementación de solución para su empresa, el 52.80% no planifica ni plantea solución solo lo hace cuando hay prioridades. En conclusión, respecto al objetivo general, se observó que ninguna de las empresas tiene conocimiento y no aplican adecuadamente las estrategias genéricas de Porter, según el análisis realizado,

todas se encuentran con una posición estratégica deficiente, es por ello que incorporar los factores relevantes de las estrategias establece un impacto positivo y significativo.

Roman (2018) en su tesis “*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*”. Tuvo como objetivo general: describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas (MYPES), del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz. La investigación fue no experimental (transversal). Los objetos de este estudio fueron 05 hoteles de tres estrellas. La muestra es de 368 clientes de la MYPES. Donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 83.70% tienen edades entre 40 a 45 años, el 50.80% son masculinos, el 64.90% tienen un estudio superior incompleta, el 59.30% tienen un cargo de dueño, el 57.90% cuentan entre 1 a 5 colaboradores, el 90.40% tiene como objetivo generar ganancias; el 56.20% señala que sus ingresos anuales aproximadamente es 60 UIT. El 78.50% esta total de acuerdo en que el ambiente es lo adecuado y señalizado, el 37.77% dijo que la empresa no contaba con personal competente y presentable. Finalmente, a modo de conclusión: los clientes encuestados creen que el hotel tiene una gestión de calidad de servicio insuficiente, porque creen que el hotel no está interesado en mejorar la calidad de servicio en diferentes evaluaciones.

2.2 Bases teóricas de la investigación.

2.2.1 Gestión de calidad.

El término de gestión de calidad hace referencia al aseguramiento y control de calidad, el cual a través de ciertos pasos permite obtener los objetivos empresariales que se plantean. Asimismo, se entiende por gestión aquel conjunto de acción que la empresa realiza con el propósito de mejorar su servicio a fin de brindar la satisfacción de un mercado (Soret & Obesso, 2020).

Calidad

El concepto de calidad además de ser utilizado ampliamente es variado y cambia dependiendo de la perspectiva de cada persona, es difícil sintetizar un único concepto. Rodríguez (2021) menciona que de acuerdo con la norma ISO 9001:2015 la calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con las necesidades o expectativas establecidas, implícitas u obligatorias. Siguiendo este punto de vista, la calidad puede medirse en relación con el grado de satisfacción de las necesidades del cliente.

Según Cuatrecasas, Lluís y Gonzáles citado por Diaz (2018) menciona que la calidad se puede definir como el conjunto de cualidades que posee un determinado producto, las cuales permiten que este tenga la capacidad de satisfacer a los clientes. Esto es fundamental para la gestión de la empresa, pues de esta forma pueden establecer un método para medir la calidad de los productos que brindan. En este sentido, los requisitos

del cliente para la calidad del producto obligan a la empresa a adoptar un sistema de calidad.

Sistema de Gestión de la Calidad

Es un proceso formal que se utiliza para verificar que todas las actividades que realiza una empresa se llevan a cabo correctamente. La gestión de la calidad se basa en el principio de mejora continua, por lo que su aplicación ha traído importantes beneficios a la empresa (González y Manzanares, 2020).

Según Mora, García y Periañez (2021) Edwards Deming desarrolló un sistema de gestión de la calidad, al que denominó ciclo PHVA, que estableció un ciclo de mejora continua dentro de la empresa. Consta de cuatro etapas, a saber:

Planificar:

En una primera etapa se evalúa la situación actual de la empresa con el fin de formular planes de acción y medidas de mejora en base a esta información. Con esto, la administración puede evaluar actividades que no funcionan de manera efectiva, y, además, puede incurrir en gastos innecesarios para la organización. Una vez que se establece un plan, se asignan métodos y personal de gestión para cada actividad (Mora et al., 2021).

Hacer:

Esta es la etapa en la que se llega a poner en marcha las actividades planificadas o programadas en la etapa anterior. Por esta razón, es necesario capacitar al personal que será responsable, para evitar errores y aumentar considerablemente las posibilidades de éxito.

A medida que avanza la actividad se irán registrando los eventos y se obtendrán los datos relevantes y necesarios sobre los resultados obtenidos (Mora et al., 2021).

Comprobar:

En esta etapa, verifique los resultados obtenidos con base en los datos registrados. Además, compare los resultados actuales con los resultados anteriores para ilustrar el progreso logrado, o si no, la eficiencia de ciertas actividades (Mora et al., 2021).

Actuar:

En la etapa final se integran las actividades que producen resultados favorables en el proceso y se descartan las actividades que no cumplen con las expectativas. Además, se han comparado una serie de posibles mejoras, y las mismas mejoras comenzarán a ciclar nuevamente (Mora et al., 2021).

Normas de la Gestión de calidad

Según Vásquez (2020) señala que el comité técnico ISO/TC da cuenta de sus tres miembros básicos que describe de la siguiente manera:

- Norma ISO 9000: determina los requisitos para los sistemas de gestión de La calidad y especifica su terminología.
- Norma ISO 9001: señala los requisitos para los sistemas de gestión de calidad, adaptable a toda organización que requiere evidenciar su capacidad para abastecer productos que cumplan los requerimientos de sus clientes y los aspectos reglamentarios aplicables.

- Norma ISO 9004: aporta formación que consideran tanto la eficacia como La eficiencia del sistema de gestión de la calidad.

Importancia de la Gestión de Calidad

La importancia de implementar un sistema de gestión de la calidad radica en el hecho de que sirve de plataforma para desarrollar al interior de la organización, una serie de actividades, desarrollo y, métodos encaminados a obtener que las características del producto o del servicio cumplan con los requisitos del cliente; que sean de calidad, lo cual incrementa las posibilidades de que sean adquiridos por el cliente, adquiriendo así el porcentaje de ventas planificado por la organización (Vásquez, 2020).

2.2.2 Calidad de servicio

Definición

Según Kotler (1997) citado por Cano (2019) señala que la calidad de servicio es uno de los aspectos más importantes para asegurar la permanencia de las empresas en el mercado, sin embargo, hoy nos encontramos con gran número de clientes insatisfechos en cuanto a los servicios que ofrecen, es por ello que las organizaciones tratan de medir el nivel de satisfacción de los clientes para lograr ser parte de su preferencia y así promover que recomienden los productos que ofrecen.

Importancia

La importancia de brindar mejor calidad de servicio ayuda establecer mejores relaciones con los clientes, así mismo mantienen una buena cultura organizacional en la empresa. Según Duque (2005) citado por Pablo (2019) menciona que la calidad de

servicio es primordial para el negocio ya que permite a las empresas alcanzar sus objetivos y ventas estimadas el cual les brinda una excelente rentabilidad.

Sistema de calidad de servicio

El sistema de calidad de servicio se puede reconocer como la forma de una organización para llevar a cabo la gestión empresarial en todos los aspectos relacionados con la calidad óptima de sus productos o servicios y su proceso de producción, incluida la estructura organizativa, los documentos del sistema, los procesos y los recursos necesarios para alcanzar objetivos de calidad, en línea con el reclamo de los clientes. Cuando hablamos de la calidad de servicio es un sistema detallado que vincula las variables importantes de la calidad (Cano, 2019).

Dimensiones de calidad de servicio.

Presentación

Según Kotler (1997) citado por Flórez (2022) esta fase constituye la primera impresión que el cliente tendrá de toda la organización. Se forma los prejuicios y posibles barreras de comunicación que podrían convertirse en ventas no realizadas. Por ello, es importante que los trabajadores que están en contacto con el público, y que en consecuencia están representando la imagen en la calidad de servicio que ofrece la empresa, transmitan una primera buena impresión, confianza, respeto, entre otros.

Acogida

Según Kotler (1997) citado por Flórez (2022) en esta fase se produce el recibimiento y acercamiento del cliente, para ello se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: (a)

una expresión agradable, que consiste en tener una postura relajada y una expresión sonriente, esto ayuda a calmar a clientes que se sientan nerviosos, tranquilizar a quienes tengan un reclamo y ayudar a esperar a quienes tienen prisa; (b) prioridad a la visita, esto quiere decir que ante cualquier otra actividad que se desarrolle se debe preferir prestar atención al cliente; y (c) saludo, siempre que un cliente ingrese a las instalaciones, el personal de recepción tomará la iniciativa del saludo, y en todo momento deberá tratar de usted al cliente, salvo este indique lo contrario.

Atención

Según Kotler (1997) citado por Flórez (2022) la empresa debe brindar calidad de servicio personal a lo que el cliente considera como motivo de su visita, evitando distracciones y escuchando con atención para poder identificar las necesidades reales del cliente. Para ello se sigue la siguiente secuencia:

- Mantener silencio y prestar máxima atención.
- No interrumpir.
- Evitar emitir juicios de valor u opiniones personales.
- Iniciar la conversación con preguntas abiertas para que el cliente se explique.
- Realizar preguntas de validación para garantizar haber entendido lo que el cliente realmente quiere decir.

Información

Según Kotler (1997) citado por Flórez (2022) en esta fase, debe determinar la mejor presentación en cuanto a la calidad que se brinde con los que está tratando y saber por qué ingresaron a las instalaciones de la empresa. El desarrollo en esta etapa incluye la búsqueda de información sobre las necesidades del cliente. Independientemente del tipo de demanda que se maneje, la respuesta debe entregarse rápidamente, lo cual es muy importante. Para ello, es necesario comprender la información, los datos del pedido y los materiales que se deben proporcionar de manera adecuada, utilizar el tono y nivel de lenguaje adecuados según el cliente (en la mayoría de los casos, evitar el uso de lenguaje técnico), y finalmente, si no existe información necesaria, consulte o solicite ayuda.

2.2.3. Micro y pequeña empresa

Definición

La Ley N° 28015 define a la Micro y pequeña empresa como aquel sector económico constituido por personas naturales o jurídicas, que tienen como propósito desarrollar actividades de comercialización de bienes y prestación de servicios. Así mismo fomentan la actividad de sustracción, transformación y fabricación de productos en los mercados (COMEXPERU, 2021).

Características de las Micro y pequeñas empresas

Dentro de la Ley 30056 señala que las características que las Mypes debe de reunir alguna de estas características (Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, 2021).

- **La microempresa:** sus ingresos deben de oscilar con una venta anual máximo de 150 UIT.

- **La pequeña empresa:** con un promedio de ingresos venta anual máximo de 150 UIT hasta 1700 UIT.

- **Media empresa:** Ingreso promedio anual mayor a 1700 UIT y menor de 2300 UIT.

2.2.4. Rubro de hotelería

Definición

Diario El Peruano (2021) define al hotel como una empresa cuya actividad principal es brindar alojamiento a personas que necesitan desplazarse, además de que también se puede encontrar servicios adicionales que complementan el negocio principal como son alimentos y bebidas, salas de eventos y lugares recreacionales.

2.3. Marco conceptual

Calidad de servicio

Cano (2019) dice que es el conjunto de actividades mediante las cuales una empresa gestiona la relación con la calidad que le brinda al cliente antes, o después de la compra de producto, cuyo fin es lograr, un nivel de satisfacción lo más alto posible o superar las expectativas que espera uno de la empresa.

Presentación

Flórez (2022) señala que la palabra presentación constituye la primera impresión que el cliente tendrá de toda la organización. Se forma los prejuicios y posibles barreras de comunicación que podrían convertirse en ventas no realizadas.

Acogida

Flórez (2022) hace énfasis que la palabra acogida produce el recibimiento y acercamiento del cliente, para ello se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: una expresión agradable, prioridad a la visita, y saludo, siempre que un cliente ingrese a las instalaciones.

Atención

Flórez (2022) menciona que la empresa debe brindar calidad de servicio personal a lo que el cliente considera como motivo de su visita, evitando distracciones y escuchando con atención para poder identificar las necesidades reales del cliente.

Información

Flórez (2022) señala que, en esta fase, debe determinar la mejor presentación en cuanto a la calidad que se brinde con los que está tratando y saber por qué ingresaron a las instalaciones de la empresa. El desarrollo en esta etapa incluye la búsqueda de información sobre las necesidades del cliente.

Planificar:

Mora et al., (2021) señala que es un plan de acción y medidas de mejora en base a una información. Una vez que se establece un plan, se asignan métodos y personal de gestión para cada actividad.

Realizar:

Mora et al., (2021) señala que “realizar” pone en marcha las actividades planificadas o programadas. A medida que avanza la actividad se irán registrando los eventos y se obtendrán los datos relevantes y necesarios sobre los resultados obtenidos.

Comprobar:

Mora et al., (2021) determina que significa verificar los resultados obtenidos con base en los datos registrados. Además, de comparar los resultados actuales con los resultados anteriores para ilustrar el progreso logrado, o si no, la eficiencia de ciertas actividades.

Actuar:

Mora et al., (2021) define que es la fase donde se integra las actividades que producen resultados favorables en el proceso y se descartan las actividades sin expectativas.

Mype

Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo (2021) señala que es una fuente económica establecida por una persona natural o jurídica, que tiene como finalidad de prosperar actividades ya sea como extracción, producción, transformación y/o comercialización de bienes o prestación de servicios.

III. Hipótesis

El presente proyecto de investigación, no presenta el análisis de hipótesis, debido a que se trata de un estudio descriptivo el cual se enfocó solamente a realizar una descripción, especificando las condiciones del objeto de estudio así mismo recopiló datos que se centran en números y valores (Sampieri, 2018).

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

La presente investigación realizado fue no experimental transversal porque el fenómeno fue observado y analizado tal cual aconteció en su entorno natural, sin manipular variables y dato. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelaciones en un momento dado.

Sampieri (2018) da a conocer que el diseño de investigación es transversal o transeccional debido a que es un proceso de métodos y técnicas utilizadas para recopilar y analizar las variables que se van estudiar con relación al problema planteado.

4.2. Población y muestra

Población

La población de este estudio fue compuesta por 7 colaboradores que pertenecen a la categoría de servicios, rubro Hotel Dulce Tentación, Huaraz 2021.

Sampieri (2018) señala que la población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde el conjunto de personas presenta características comunes.

Muestra

Sampieri (2018) menciona que son personas que se eligen a base de criterio del investigador a fin de recopilar datos. En este sentido para la presente investigación la muestra a utilizar fue 7 colaboradores de Hotel Dulce Tentación, Huaraz 2021.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición |
|---------------------------|---|--|-------------|--------------------------------------|--|---|
| Gestión de calidad | Según Edwards Deming citado por (Mora et al., 2021) indica que para desarrollar un ciclo de mejora continua es necesario el desarrollo de 4 actividades: planificar, hacer, verificar y actuar. | La variable de gestión de calidad se medirá con la aplicación del instrumento de la encuesta. El cual se les aplicara a los colaboradores de la empresa Hotel dulce Tentación. | Planificar | -Identificación y planificación. | ¿Planifica para mejorar las expectativas de los clientes? | Escala Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre |
| | | | | -Planeamiento de estrategia. | Ud. ¿cree que las estrategias planificadas ayudarían a mejorar sus servicios? | |
| | | | Hacer | - Capacitación al personal | ¿Considera que la capacitación ayudaría a mejorar el servicio en la empresa? | |
| | | | | - Ejecuta lo planificado | ¿Se ejecuta el plan de trabajo según lo planificado? | |
| | | | Verificar | - Comprueba resultados y actividades | ¿Se llega a verificar los resultados, tras implementar un plan de trabajo? | |
| | | | Actuar | - Integra acciones a los procesos | ¿Se vuelve a planificar un nuevo plan de acción para mejorar los resultados negativos? | |

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición |
|----------------------------|---|--|--------------|---|---|---|
| Calidad de servicio | Según Kotler (1997) citado por Flórez (2022) señala que es un conjunto de acciones basado en estrategias para mejorar expectativas y plena satisfacción hacia el cliente. Y uno de los objetivos principales es que con la gestión de calidad se logre cero defectos en los servicios. Y el autor hace énfasis en los 4 elementos fundamentales para obtener la calidad: presentación, acogida, atención e información. | La variable de gestión de calidad se medirá con la aplicación del instrumento de la encuesta. El cual se les aplicara a los colaboradores de la empresa Hotel dulce Tentación. | Presentación | <ul style="list-style-type: none"> - Garantizar seguridad y salud. - Cuida su presentación personal | <ul style="list-style-type: none"> ¿Ud. Cree que los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud? ¿La empresa se preocupa por ofrecer o cuidar la imagen y presentación de sus colaboradores? | Escala Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre |
| | | | Acogida | <ul style="list-style-type: none"> - Conocer necesidades de huéspedes | <ul style="list-style-type: none"> ¿Los colaboradores tratan de conocer las necesidades de los huéspedes antes de ofrecerle un servicio? | |
| | | | Atención | <ul style="list-style-type: none"> - Escucha atentamente | <ul style="list-style-type: none"> Ud. ¿escucha atentamente a los huéspedes sobre sus requerimientos? | |
| | | | Información | <ul style="list-style-type: none"> - Señalizaciones de ambiente. | <ul style="list-style-type: none"> ¿los ambientes o el lugar están señalizados correctamente? | |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> - Información oportuna | <ul style="list-style-type: none"> ¿se transmite una buena comunicación oportuna por parte de los colaboradores al comensal? | |

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para poder recolectar la información para el presente estudio de investigación la técnica utilizada fue la encuesta, con el respectivo instrumento denominado cuestionario estructurado por 20 interrogantes.

Las técnicas dentro de la investigación fue un recurso importante que nos permitió recopilar información con el propósito de transformar e inspeccionar los datos para resaltar la información más útil y precisa (Sampieri, 2018).

4.5. Plan de análisis.

Con el propósito de detallar los datos con mayor eficacia y eficiencia de la gestión de calidad bajo el enfoque de los servicios de calidad, se realizó una encuesta a través de instrumentos de preguntas. El cual una vez obtenido los datos se procesó en los programas de Excel, Word y el programa especializado SPSS v 24, Siendo este último en determinar el nivel de confiabilidad del cuestionario, finalmente se utilizó el PPT el cual ayudó en la elaboración de nuestras sustentaciones del trabajo de investigación.

4.6. Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos | Variables | Metodología | | | |
|---|--|--|--|--|---|---|
| | | | Población y muestra | Diseño de investigación | Técnicas e instrumentos | Plan de análisis |
| ¿Cuáles son las principales, características de gestión de calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021? | <p>General: Describir las principales características de gestión de calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Señalar las principales características de los representantes de las micro empresas, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021. -Detallar las principales características de la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021. -Identificar las principales características de gestión de calidad en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021. -Describir las principales características de la calidad de servicio en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021. -Elaborar una propuesta de mejora de calidad de servicio para la gestión de calidad en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021. | <p>Gestión de calidad</p> <p>Calidad de servicio</p> | <p>La población estuvo conformada por 7 colaboradores de Hotel Dulce Tentación, Huaraz 2021. La muestra fue no probalístico.</p> | <p>diseño no experimental- Transversal</p> | <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado por 20 preguntas</p> | <p>Se utilizó el programa Excel 2019; SPSS V24 Y WORD para el procesamiento de datos.</p> |

4.7. Principios éticos.

En el presente estudio de investigación se tuvo como fin los principios que rigen la actividad investigadora de acuerdo lo establecido por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote mediante el código Ética para la investigación versión 003 los cuales son: (Uladech, 2020).

Protección de la persona: las personas partícipes fueron tratados como agentes autónomos, el cual se le brindo seguridad a las informaciones proporcionadas.

Beneficencia y no maleficencia: Se procuró el bienestar de las personas, tratándoles con respeto y de manera ética, donde se garantizó la integridad emocional y física de los encuestados para este proyecto de investigación.

Justicia e igualdad: La presente investigación se realizó con una exigencia deóntica proporcionando la igualdad y equidad, buscando el bien común de los encuestados.

Integridad científica: Se trabajó la presente investigación con la debida adhesión a los valores y buenas prácticas del quehacer científico tomando en cuenta la política deontológica de la carrera.

Cuidado del ambiente y biodiversidad: Se optó por utilizar papeles reciclados y respecto a la virtualidad se optó por realizar cuestionarios digitales y en cuanto el envío digital de las actividades se utilizó Entorno Virtual Angelino (EVA).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representante y trabajadores de la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

| Datos generales | N | % |
|-----------------------------|----------|----------|
| Edad | | |
| 18-30 años | 5 | 71.43 |
| 31-50 años | 1 | 14.29 |
| 51 a más años | 1 | 14.29 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Genero | | |
| Femenino | 5 | 71.43 |
| Masculino | 2 | 28.57 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Grado de instrucción | | |
| Sin instrucción | 1 | 14.29 |
| Educación básica | 4 | 57.14 |
| Superior universitaria | 2 | 28.57 |
| Superior no universitaria | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Cargo que desempeña | | |
| Dueño | 1 | 14.29 |
| Administrador | 1 | 14.29 |
| Colaborador | 5 | 71.43 |
| Total | 7 | 100.00 |

Nota: Cuestionario aplicado a trabajadores del Hotel Dulce Tentación de Huaraz, 2021.

Interpretación: en relación a edad: el 71.43% tienen de 18 a 30 años; el 14.29% de 31 a 50 años; el 14.29% de 51 a más. En relación al género: el 71.43% son femenino; el 28.57% son masculino. Respecto al grado de instrucción el 14.29% sin instrucciones; el 57.14% con educación básica; el 28.57% superior universitaria; el 0.00% superior universitaria. En relación al cargo que desempeñan, el 14.29% son dueños; el 14.29% administradores y el 71.43% son colaboradores.

Tabla 2

Características de la micro y pequeña empresa, rubro Hotel Dulce Tentación, Huaraz, 2021.

| Características de la Mype | N | % |
|--|----------|----------|
| Cantidad de trabajadores | | |
| 1-5 trabajadores | 7 | 100.00 |
| 6-10 trabajadores | 0 | 0.00 |
| 11 a más trabajadores | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Tiempo de permanencia de la empresa | | |
| 0-3 años | 0 | 0.00 |
| 4-6 años | 7 | 100.00 |
| 7 a más años | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Ingreso mensual promedio | | |
| Menor S/52,500.00 | 7 | 100.00 |
| S/52,500.00 hasta S/595,000.00 | 0 | 0.00 |
| Mayor a S/595,000.00 | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Objeto de la empresa | | |
| Generar ganancias | 5 | 71.43 |
| Subsistencia | 2 | 28.57 |
| Total | 7 | 100.00 |

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores del Hotel Dulce Tentación de Huaraz, 2021.

Interpretación: en relación a cantidad de colaboradores: el 100.00% tienen entre 1 a 5; el 0.00% de 6 a 10. Y el 0.00% de 11 a más. En cuanto a permanencia en el mercado el 0.00% de 0 a 3 años; el 100.00% de 4 a 6 años; el 0.00% 7 a más. Respecto a ingreso promedio el 100.00% su ingreso es menor a S/52,500.0 el 0.00% de S/52,500.00 hasta S/595,000.00 y el 0.00% Mayor a S/595,000.00. concerniente al objetivo de la empresa el 71.43% es generar ganancias; y el 28.57% subsistencia.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

| Características de gestión de calidad | N | % |
|--|----------|----------|
| Planificación para mejorar expectativas de clientes | | |
| Nunca | 2 | 28.57 |
| Casi nunca | 3 | 42.86 |
| Algunas veces | 2 | 28.57 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Planificación de estrategias para mejorar servicios | | |
| Nunca | 5 | 71.43 |
| Casi nunca | 1 | 14.29 |
| Algunas veces | 1 | 14.29 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Capacitación para mejorar el servicio | | |
| Nunca | 4 | 57.14 |
| Casi nunca | 0 | 0.00 |
| Algunas veces | 1 | 14.29 |
| Casi siempre | 1 | 14.29 |
| Siempre | 1 | 14.29 |
| Total | 7 | 100.00 |

Interpretación: en relación al cuestionario planificación para mejorar expectativas de clientes, el 28.57% nunca lo hace; el 42.86% casi nunca; el 28.57% algunas veces; el 0.00% casi siempre y el 0.00% siempre. Concerniente a planificación de estrategias, el 71.43% nunca; el 14.29% casi nunca; el 14.29% algunas veces; el 0.00% casi siempre y el 0.00% siempre. Y en cuanto a la capacitación para mejorar el servicio, el 57.14% nunca; el 0.00% casi nunca; el 14.29% algunas veces; el 14.29% casi siempre y 14.29% siempre.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

| Ejecución de plan según planificado | | |
|-------------------------------------|---|--------|
| Nunca | 0 | 28.57 |
| Casi nunca | 2 | 42.86 |
| Algunas veces | 1 | 14.29 |
| Casi siempre | 1 | 0.00 |
| Siempre | 3 | 42.86 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Verificación de resultados | | |
| Nunca | 1 | 14.29 |
| Casi nunca | 1 | 14.29 |
| Algunas veces | 4 | 57.14 |
| Casi siempre | 1 | 14.29 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Volver planificar según resultado | | |
| Nunca | 2 | 28.57 |
| Casi nunca | 4 | 57.14 |
| Algunas veces | 1 | 14.29 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores del Hotel Dulce Tentación de Huaraz, 2021.

Interpretación: en relación al cuestionario ejecución de plan, el 28.57% nunca lo hace; el 42.86% casi nunca; el 14.29% algunas veces; el 0.00% casi siempre; el 42.86% siempre. En cuanto a verificación de resultados: el 14.29% nunca lo realiza; el 14.29% casi nunca; el 57.14% algunas veces; el 14.29% casi siempre y el 0.00% siempre. Concerniente si vuelven a planificar: el 28.57% nunca lo hace; el 57.14% casi nunca; 14.29% algunas veces; el 0.00% casi siempre y finalmente el 0.00% siempre.

Tabla 4

Características de calidad de servicio en la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

| Características de calidad de servicio | N | % |
|--|----------|----------|
| Los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud | | |
| Nunca | 1 | 14.29 |
| Casi nunca | 5 | 71.43 |
| Algunas veces | 1 | 14.29 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Imagen y presentación de los colaboradores | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Casi nunca | 3 | 42.86 |
| Algunas veces | 3 | 42.86 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Siempre | 1 | 14.29 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Conocer necesidad de los huéspedes | | |
| Nunca | 2 | 28.57 |
| Casi nunca | 0 | 0.00 |
| Algunas veces | 1 | 14.29 |
| Casi siempre | 4 | 57.14 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |

Interpretación: en relación al cuestionario seguridad y salud: el 14.29% nunca ofrece; el 71.43% casi nunca; el 14.29% algunas veces; el 0.00% casi siempre y el 0.00% siempre. En cuanto a imagen y presentación de colaboradores: el 0.00% nunca cuida; el 42.86% casi nunca; el 42.86% algunas veces, el 0.00% casi siempre y el 0.00% siempre. Concerniente si conocen las necesidades de huéspedes: el 28.57% nunca; el 0.00% casi nunca; el 14.29% algunas veces; el 57.14% casi siempre; 0.00% siempre.

Tabla 4

Características de calidad de servicio en la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

| Escuchar a los huéspedes | | |
|--------------------------|---|--------|
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Casi nunca | 3 | 42.86 |
| Algunas veces | 1 | 14.29 |
| Casi siempre | 3 | 42.86 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Señalización de ambiente | | |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Casi nunca | 1 | 14.29 |
| Algunas veces | 3 | 42.86 |
| Casi siempre | 3 | 42.86 |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |
| Comunicación oportuna | | |
| Nunca | 0 | 14.29 |
| Casi nunca | 2 | 71.43 |
| Algunas veces | 1 | 14.29 |
| Casi siempre | 1 | 0.00 |
| Siempre | 3 | 0.00 |
| Total | 7 | 100.00 |

Nota: Cuestionario aplicado a trabajadores del Hotel Dulce Tentación de Huaraz, 2021.

Interpretación: en relación al cuestionario escuchan a los huéspedes: el 0.00% nunca lo hace; el 42.86% casi nunca; el 14.29% algunas veces; el 42.86% casi siempre y el 0.00% siempre. En cuanto a señalización de ambiente: el 0.00% nunca lo hace bien; el 14.29% casi nunca; el 42.86% algunas veces; 42.86% casi siempre y el 0.00% siempre.

Concerniente a la comunicación oportuna: el 14.29% nunca lo hace; el 71.43% casi nunca; el 14.29% algunas veces; el 0.00% casi siempre y el 0.00% siempre.

Tabla 5

Resumen de plan de mejora para la gestión de calidad bajo enfoque de calidad de servicio en la micro empresa, rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

| PROBLEMAS DIAGNOSTICADOS | ORIGEN DEL PROBLEMA | PROPUESTA DE MEJORA | RESPONSABLE |
|--|--|---|--------------------|
| Desconocimiento de aplicación de herramientas de gestión administrativa. | -No contar con estudios superiores. -No contar con presupuesto para educarse. | -Llevar cursos o talleres sobre gestión administrativa -Acudir a los talleres de emprendimiento y motivación promovido por el Gobierno. -Inscribirse a los webinars gratuitos para capacitarse en asignaturas de gestión administrativa. -leer libros que proporcione estrategias para mejorar os servicios de la empresa. | Representante |
| Incidentes laborales. | Falta de señalización de ambientes. | -Realizar una charla de 5 min. Antes de iniciar actividades en temas de prevención de riesgos. -Señalizar e informar los lugares con posibles de producir un accidente. | Representante |
| Insalubridad en el ambiente. | -Falta de control de calidad. | - Asignar un personal que supervise la limpieza general de ambientes. -Desechar objetos obsoletos. | Representante |
| No tener resultados favorables para la empresa. | - No definir bien objetivos. | -Elaborar un plan estratégico en base a metas, objetivos e indicadores. | |

| | | | |
|---|---|--|---------------|
| | - No establecer indicadores. | | Representante |
| Ineficiencia en las funciones encomendadas. | - Falta de un cronograma de trabajo. - Falta de plan de trabajo. | - Realizar un plan de acción socializando a todo el personal. -Establecer cronogramas de trabajo y dar conocerlos. | Representante |
| Desequilibrio emocional y físico entre los colaboradores. | - Falta de normas, reglas y políticas internas | -Mejorar las relaciones internas socializando las normas de convivencia y otros. | Representante |
| Desinterés de entablar clientes potenciales, | -El poco interés de la empresa por conocer los gustos y necesidades de los clientes | -Realizar preguntas de verificación a fin de comprender las necesidades. -Responder de manera oportuna las preguntas del cliente y sus necesidades. | Representante |

5.2. Análisis del resultado

Objetivo específico 1.

El 71.43% de los encuestados de la microempresa tienen entre 18 a 30 años de edad; este resultado no se asemeja para nada con la investigación de Gonzales (2020) quien determino que el 79.90% tienen edades entre 36 a 45 años, de mismo modo coincide con Balabarca (2021) quien señala el 72.00% tienen edades entre 41 a más años, de la misma manera concuerda con Lozada (2019) quien dio conocer que el 73.33% tienen edades entre 31 a 40 años y finalmente con Román (2018) quien afirmo que el 83.70% tienen edades entre 40 a 45 años. Los resultados obtenidos dan conocer que las microempresas están siendo dirigidas por personas relativamente adulto mayores, lo que posibilite una de las tantas causas es que las empresas están enfocadas en contratar personas mayores de edad por lo que estas tienen mayor experiencia y más formalidad en el trabajo.

En relación al género; el 71.43% son de género femenino, este resultado se asemeja con lo que menciona Gonzales (2020) donde el 56.30% son de género femenino, asimismo con Balabarca (2021) quien determino que el 58.30% son de género femenino, sin embargo, contrasta lo dicho por Lozada (2019) quien sostiene que el 63.33% son de género masculino; de la misma manera con Román (2018) quien obtuvo como resultado que el 50.80% son masculinos. Ello nos demuestra que en la microempresa denominado rubro hospedajes, en su mayoría son mujeres quienes están trabajando u ocupan un cargo, ello se debe a que probablemente las mujeres están más capacitadas para atender como mantener un lugar más limpio y agradable.

Concerniente al grado de instrucción, el 57.14% tienen o cuentan con una educación básica. Ello coincide con Balabarca (2021) quien sostiene que el 36.1% tienen un grado de instrucción de nivel secundaria, de mismo modo coincide con Román (2018) quien demostró que el 64.90% tienen un estudio superior incompleta. Sin embargo, ello se contrasta con Lozada (2019) quien señala que el 90.00% cuentan con grado de estudio superior universitaria. Según resultados obtenidos en su mayoría los colaboradores tienen un nivel de estudio básico, lo que representa que las Mypes están al mando de personas que no culminaron una profesión pudiendo ser una de las tantas causas para que las empresas estén en declive por supuesto mala gestión administrativa. En la actualidad para poder emprender con mayor éxito en cualquier ámbito se requiere de mucho conocimiento en emprendimiento y entrar al mercado, conocimientos que se van adquiriendo con la experiencia, pero lo que te proporcionan las instituciones técnicas y universitarias son las que mayormente ayudan a los emprendedores a tener éxito, ya que fueron instruidos para comprender y dominar los términos de la oferta y la demanda dentro del mercado y las técnicas de financiamiento, y de esa forma poder realizar la toma de decisión de manera más efectiva para lograr los objetivos con mayores posibilidades

El 71.43% de encuestados señalaron que tienen un cargo de colaborador o empleado. Estos resultados coinciden lo señalado por Gonzales (2020) quien dio conocer en su investigación que el 81.30% de los encuestados llevan ocupando el cargo de empleado, asimismo Lozada (2019) afirma que el 90.00% desempeñan el cargo de un empleado. Mientras tanto contrasta con Balabarca (2021) quien señala que el 50 % son

dueños y finalmente Román (2018) señala lo mismo el 59.30% tienen un cargo de dueño. Se puede concluir según los resultados analizados que las micro empresas del sector hotelero están al mando de personas con cargos de empleados o estas están subordinadas por algún jefe. Solo en algunos casos la empresa está al mando de administradores o dueños quienes si están capacitados de dirigir de manera competitiva sus negocios.

Objetivo específico 2.

En relación a la cantidad de colaboradores el 100.00% señalaron que el número de trabajadores oscilan entre 1 a 5 colaboradores. Este resultado coincide lo afirmado por Balabarca (2021) quien sostuvo que el 38.90% tienen entre 3 a 6 colaboradores. Asimismo, concuerda con Román (2018) quien dio conocer que el 57.90% cuentan entre 1 a 5 colaboradores Mientras tanto contrasta lo afirmado por Lozada (2019) quien determino que el 33.33% cuentan entre 6 a 10 trabajadores. También se puede hacer mención según la base teórica de COMEXPERU (2021) señala que la Ley 30056 Ley de Mypes afirma que si una empresa tiene entre 1 a 10 colaboradores será denominado micro empresa. Los resultados de la investigación afirman que las micro empresas hoteleros u hospedajes de la ciudad de Huaraz vienen generando empleos en menor grado, lo que conllevaría el aumento de índice desfavorable de empleo. Una de las tantas causas sea posiblemente la poca concurrencia de huéspedes al lugar por muchas razones que no ayuda a mejorar los ingresos y cubrir los costos y gastos de personal.

El 100.00% señalaron que la empresa tiene una permanencia en el mercado entre 4 a 6 años. Ello coincide con Gonzales (2020) quien sostuvo que el 59.90% tienen una permanencia en el mercado entre 1 a 10 años, de la misma manera con Balabarca (2021)

quien determino que el 38,9% tiene una permanencia de la Mype en el rubro entre 7 a 10 años y finalmente contrasta con Lozada (2019) quien en su investigación señalo que el 63.00% afirma que el tiempo de duración de la empresa en el mercado tienen entre 7 a más años. Se puede concluir a breve resumida desde el contexto de los resultados encontrados que los hospedajes de la ciudad de Huaraz vienen operando en un corto tiempo, uno de los factores posiblemente sea, los escasos de capacitación o actualización de conocimientos por parte de los directivos o quienes están conduciendo el destino de la empresa. Para ello es recomendable que los encargados participen en cursos o formaciones para adquirir destrezas y habilidades según lo amerita hoy por hoy, ya que el mundo es cambiante según la necesidad.

El 100.00% de los encuestados afirmaron que la empresa que labora cree que sus ingresos promedio mensual no supera los S/52,500.00 nuevos soles. Ello coincide con Balabarca (2021) quien determino que el 39,90% señala que sus ingresos anuales no superan los 40 UIT. De la misma manera Lozada (2019) sostuvo que el 48,00% señala que sus ingresos anuales aproximadamente oscilan entre 40 a 50 unidades impositivas tributarias y finalmente casi de la misma manera señala Román (2018) que el 56,20% señala que sus ingresos anuales aproximadamente es 60 UIT. En relación a la caracterización de la base teórica señalado prescribe que, si una empresa no supera los 150 UIT anuales, será denominado como una micro empresa.

El 71.43% señalo que el único objetivo de la empresa es generar ganancias. Ello concuerda lo señalado por Román (2018) quien tuvo como resultado que el 90,40% tiene como objetivo generar ganancias y finalmente casi lo mismo afirma Lozada (2019) donde

da conocer que el 89.49% señala como objetivo principal de generar ingresos. Estos resultados con un porcentaje elevado dan conocer que en su mayoría las personas encargadas de conducir el destino de la empresa están enfocados a lucrar, posiblemente dejando de lado un poco de inversión en temas de mejora de servicio con el objetivo de estar cada vez más a la vanguardia y adaptarse a la necesidad de los huéspedes.

Objetivo específico 3.

El 42.86% casi nunca planifica un plan de trabajo para mejorar las expectativas de sus clientes. Ello concuerda con Hidalgo (2019) quien sostiene que el 59,90% no cuenta con un plan de actividades para mejorar el servicio, de mismo modo con Muños (2022) quien determinó que el 59.30% no llega a planificar las actividades para lograr el objetivo deseado por la empresa, también coincide lo señalado por Balabarca (2021) quien menciona que el 41,70% realiza una lluvia de ideas para identificar problemas y así estar a la expectativa de sus clientes. Y finalmente se asemeja a los resultados de Lozada (2019) quien demuestra que el 52,8% no planifica ni plantea solución solo lo hace cuando hay prioridades. Los resultados comprueban que las micro empresas hoteleros no cuentan con un plan de trabajo lo que no permite establecer objetivos y su incumplimiento de ello en tiempo oportuno. En relación a lo que señala la teoría de Cuatrecasas y Gonzales citado por Diaz (2018) menciona para que una empresa sea altamente competitiva y satisfacer toda necesidad y expectativas debe enfocarse a la búsqueda de mejoras basados en enfoques o modelos que establece las normas ISO.

El 71.43% nunca llega a elaborar un plan estratégico. Este resultado coincide con García (2018) quien manifiesta que el 70% no aplica y no cuenta con un plan estratégico

lo que genera deficiencia en el logro de una buena gestión de calidad, de mismo modo casi hay relación con lo que afirma Lozada (2019) quien indica que el 53,33% señala que siempre realiza cambios e implementación de solución para su empresa. Se podría casi afirmar que en su mayoría de las micro empresas del sector hotelero no llega a implementar o elaborar un plan estratégico, sin importar que hoy por hoy se ha convertido en un documento indispensable. Ya que su contenido establece parámetros que conduzcan al logro de resultados positivos a favor de la empresa. Diaz (2018) en su teoría señala que el elemento *realizar* cumple la función de poner en marcha las actividades planificadas o programadas en la etapa anterior. Por esta razón, es necesario capacitar al personal que será responsable, para evitar errores y aumentar considerablemente las posibilidades de éxito.

El 57.14% nunca capacita al personal para mejorar el servicio. Este resultado coincide con Rivera (2019) quien señala que un 26.00% se encuentra en desacuerdo porque no se brinda un servicio con prontitud, y un 47.00% se muestra totalmente de acuerdo con respecto a que, si los empleados atienden sus necesidades específicas. De mismo modo señala Salgado (2019) que la calidad de servicio es calificada con 47,22% lo que representa un nivel bajo. Sin embargo, los resultados se contrastan lo señalado por Solórzano y Zamora (2021) quien describe que el 49.70% cree que brinda una información adecuada. De la misma forma se contrasta con Naquiche (2018) quien afirma que el 92,5% está de acuerdo con la información detallada que reciben de parte del hotel. Asimismo, con Chambí (2020) quien señala que el 79.01% está de acuerdo en que el personal está capacitado para mejorar y brindar un servicio de calidad. Los resultados arrojados según estudios, confirmarían el desinterés de los representantes en poder

implementar capacitaciones o charlas que permita a los colaboradores adquirir conocimientos, herramientas, destrezas y actitudes que pueda mejorar su entorno laboral y así cumplir con los objetivos establecidos.

El 42.86% señalaron que siempre se llega a ejecutar el plan de trabajo según lo planificado. Ello coincide lo dicho por Vélez (2020) quien sostiene que el 48.00% no llega a cumplir sus actividades según lo encomendado. De mismo modo con Muños (2022) quien sostuvo que la calidad de servicio en un total de 40.70% señalaron que es regular por que no se cumple todo lo establecido en la normatividad y política de la empresa; Chambi (2020) señala que el 80,6% está de acuerdo que el personal si cumplen las actividades asignadas. Y finalmente se asemeja con lo que señala Balabarca (2021) quien afirma que el 44,4% llega implementa acciones de solución con el objetivo de mejorar los servicios. Se puede concluir a modo resumido según el análisis de los resultados que las empresas del sector hotelero, no tienen una visión clara de trabajo. Un plan de trabajo ejecutado correctamente ayuda a definir o plantear tareas o actividades basados en metas u objetivos y un tiempo prudencial para el logro del mismo.

El 57.14% solo algunas veces llega a verificar resultados. Ello coincide lo afirmado por el autor Hidalgo (2019) sostuvo que el 72.30% no verifica ni controla la atención que se les ofrece a los huéspedes. De mismo modo coincide con Muños (2022) quien en su investigación afirma que el 67.45% no llega a supervisar las actividades o tareas que se les asigna. Según los resultados plasmado en el párrafo a punto de vista desde los diferentes autores. La verificación o seguimiento de cumplimiento de un plan de trabajo es muy vital, puesto que va permitir a que el proyecto se llegue a culminar de

manera satisfactorio. Además, unos del propósito de hacer un seguimiento a la documentación ara que responsable llegue a culminar las acciones o tareas necesarias en un momento oportuno. Cuatrecasas y Gonzales citado por Diaz (2018) en su teoría para ser exactos en el elemento “*verificar*” está enfocado a observar el cumplimiento de un plan de trabajo y según ello implementar o crear planes de acción de mejora o preventivas.

El 57.14% casi nunca vuelve a planificar tras obtener resultados ya sean positivos o negativos. Ello coincide con Vélez (2020) el 86.76% casi nunca actúa frente a los resultados negativos tras implantar un plan de actividad. De mismo modo coincide con García (2018) quien afirmo que el 57.87% no llega a replantear un plan estratégico tras obtener los resultados. Finalmente concuerda con la investigación de Balabarca (2021) quien describe que el 66,7% crea acciones de mejora para la empresa, estableciendo nuevas responsabilidades. Según resultados se puede comentar a breve conclusión. Es muy lamentable que los representantes que están al mando de las micro empresas desconozcan la importancia de elaboración de un plan estratégico que permita con su propósito de cada emprendedor. Es que no se viene tomando en cuenta que el documento determina indicadores, objetivos, estrategias y costos que sin duda es una gran ayuda para el emprendedor pueda ser competitivos frente al mercado empresarial.

Objetivo específico 4.

El 71.43% casi nunca garantiza seguridad y salud en sus servicios ofrecidos. Este resultado coincide lo dicho por Salgado (2019) quien determino que el 54.17% califica que el equipo de seguridad y equipamiento es bajo; de mismo modo concuerda con la investigación de Solórzano y Zamora (2021) quien señala que el 62,5% cree que la

seguridad es regular en el hotel; también casi lo mismo afirma Naquiche (2018) que describe que el 43, 8% está ni de acuerdo, ni desacuerdo con las medidas de seguridad y salud adoptadas por el hotel; también con Chambi (2020) quien afirma que el 32,9% está en acuerdo y desacuerdo de que el hotel ofrece instalaciones seguras. Sin embargo, contrasta lo mencionado por Rivera (2019) quien sustenta que el 48.00% percibe que Greenandes Ecuador cuenta con instalaciones físicas cómodas, atractivas y seguras. Se puede mencionar según los resultados obtenidos que el sector hotelero no viene garantizando en su totalidad la seguridad y salud de los huéspedes, lo que conlleva que los usuarios sientan cierto grado de inseguridad y no volver a visitar o recomendar nuestros servicios.

El 85.72% de los encuestados algunas veces y casi siempre se preocupan por el cuidado e imagen y presentación de sus colaboradores. Ello coincide lo señalado por Solórzano y Zamora (2021) quien determino que el 56.99% señala que el ambiente que ofrece es inadecuado. De mismo modo Román (2018) afirmo que el 37.77% dijo la empresa no contaba con personal competente y presentable. Sin embargo, a todo ello contrasta con lo que describe en su investigación Rivera (2019) quien, el 63.00% de los clientes encuestados percibe que los empleados de Greenandes Ecuador siempre están bien uniformados con una apariencia limpia y agradable. Asimismo, señala Naquiche (2018) quien sostuvo en su investigación que el 66,3% está de acuerdo en que el hotel posee una imagen limpia y aseada. Hoy por hoy la imagen de cada colaborador en una institución es fundamental, debido a que representa un estilo de vida lleno de valores.

Asimismo, una buena imagen causa impresión positiva en los clientes creando el agrado, seguridad y confianza.

El 57.14% casi siempre llega a conocer las necesidades de los huéspedes. El resultado obtenido concuerda lo mencionado por Hidalgo (2019) quien sostuvo que el 58.00% de los clientes calificaron la satisfacción con un nivel bajo. Sin embargo, contrasta con Vélez (2020) quien describe que el 57.00% señala que la eficiencia en la atención al cliente es excelente. Casi lo mismo señala Solórzano y Zamora (2021) quien da a conocer que el 56.70% ofrece servicios de calidad que ofrece satisfacción en los clientes. También Naquiche (2018) quien afirma que el 71.30% señalan estar de acuerdo que los trabajadores si se preocupan por las necesidades del huésped. Se puede analizar que la mayoría de hospedajes u hoteles si llegan a atender las necesidades de sus clientes. En las empresas hoteleras, tienden a trabajar en la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes ya que mediante ella se pueden lograr la fidelización de la mismas, en los emprendimientos se sabe que si un cliente está satisfecho por el servicio prestado y hayan superado sus expectativas ella regresará nuevamente y recomendará a la empresa a las personas de su círculo social, es una buena forma de hacer el efecto multiplicador.

El 42.86% casi nunca escucha sus problemas o requerimientos de los huéspedes. Ello concuerda con Rivera (2019) quien sostuvo que el 52.65% no soluciona sus problemas de los huéspedes. De mismo modo Rivera (2019) sostiene que el 18.8% de los clientes expresan que el nivel más bajo de la calidad del servicio que brinda la empresa es en el área de operaciones y/o logísticas. Sin embargo, contrasta con Chambi (2020)

quien afirma que el 62,7% señala estar de acuerdo que el personal muestra interés de querer brindar una oportuna atención y finalmente con Balabarca (2021) quien determino que el 58,3% de las Mypes brinda confianza para lograr una satisfacción en sus colaboradores. El no poder escuchar o prestar atención a lo que les aqueja a los clientes es un error grande, debido que si no lo hacemos nunca podremos mejorar nuestras deficiencias y las falencias de nuestros productos o servicios. Hoy por hoy la opinión de los clientes y colaboradores es importante ya que gracias a ello podemos ver muchas de nuestras debilidades y frente a ello tratar de plantear un plan de acción para poder mejorarlos.

El 42.86% solo algunas veces llega a señalar correctamente el ambiente. Ello concuerda lo señalo por Salgado (2019) quien determina que el 61.11% califica el ambiente del hotel de nivel medio. De mismo modo con Chambi (2020) quien afirma que el 17.90% considera estar en acuerdo y desacuerdo del buen estado de las instalaciones y/o ambientes. Sin embargo, contrasta lo dicho por Román (2018) quien determino que el 78,5% esta total de acuerdo en que el ambiente es lo adecuado y señalado. Las señalizaciones en un lugar público donde va transitar mucha persona debe de contar con las señalizaciones básicas, para poder facilitar la transitabilidad y como una forma de prevención de accidentes. Aunque parece mentira este gesto podría salvar vidas y garantizar seguridad de los usuarios. Ante esta situación los hoteles u hospedajes deben de tomar conciencia e implementar señalizaciones para garantizar seguridad y confianza en los usuarios y sus colaboradores.

El 71.43% siempre ofrece una comunicación oportuna. Ello concuerda con Vélez (2020) quien dio conocer que el 47.00% indicaron que a través de una buena comunicación se llega a medir el cumplimiento del estándar de servicio de calidad. Casi similar señala Naquiche (2018) quien argumenta que el 72.50% está de acuerdo con que el colaborador colabora con el huésped. Asimismo, Chambi (2020) quien dio conocer que el 65.67% de los huéspedes entrevistados estuvieron muy de acuerdo con los servicios ya que existe una buena comunicación. Por otra parte, contrasta lo señalado por Rivera (2019) quien afirma que el 9.2% de los clientes manifiestan que la calidad de servicios es baja en el área de call center debido a que la comunicación no es oportuno. Y finalmente casi lo mismo sostuvo García (2018) quien describe que el 76.0% señalaron que el nivel de calidad de servicio es regular por que no se da una buena comunicación entre colaboradores. En la actualidad una comunicación oportuna con los clientes es importante en una empresa para lograr las expectativas que se tienen, al tener una comunicación oportuna hacemos que los clientes crean que decidieron bien al entrar en la empresa para encontrar lo que buscan o necesitan, es por ello que las empresas capacitan a sus trabajadores en ese punto con el fin de retener a los clientes y que estas salgan satisfechas de sus empresas.

Plan de Mejora

1. Datos generales.

- Denominación o razón social: Rubro hotelería y servicios de eventos

- Ámbito: provincia de Huaraz

2. Misión.

Somos una empresa comprometidos en brindar los mejores servicios de alojamiento y eventos basados en la calidad y excelencia, nos sustentamos en ofrecer a los clientes una experiencia personalizada y única, contamos con las mejores atenciones y entretenimientos. A si mismo mantenemos una responsabilidad medioambiental con el fin de proporcionar un ambiente más saludable y cálido a nuestros huéspedes.

3. Visión.

Como empresa mantenemos la firmeza en convertirnos en un hotel referente en sector turístico, alcanzando un gran prestigio a nivel local y regional, y ello a través de la calidad, innovación, transparencia, creatividad y con un fuerte compromiso social y medioambiental.

4. Objetivos organizacionales.

El hotelería, perteneciente al sector privado, creadas por personas naturales tiene como finalidad maximizar sus ingresos generando grandes utilidades; ofreciendo servicios al público en general. Siendo esto los objetivos empresariales:

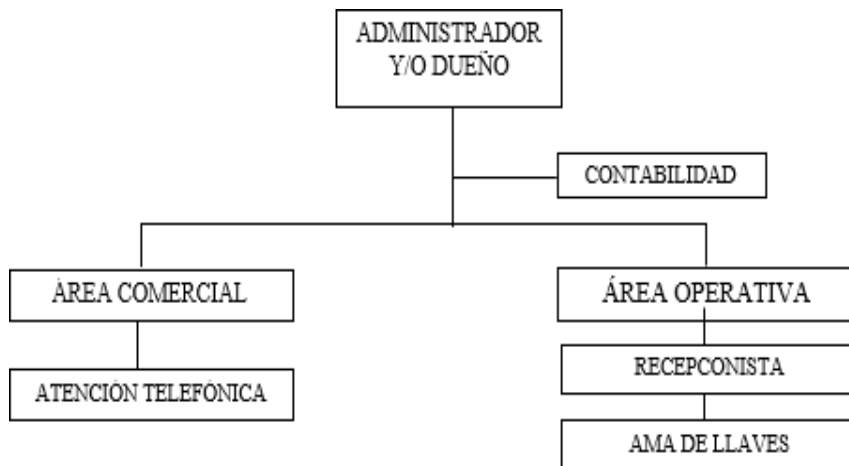
-Captar clientes potenciales

- ampliar la cadena de hotelería a nivel regional
- Aumentar el nivel de calidad en los servicios que se ofrece
- Incrementar la participación en el mercado.
- Minimizar gastos administrativos
- Implementar sistemas informáticos para optimizar las operaciones.
- Aumentar el nivel de ventas.

5. Producto y/o servicio.

Dentro del rubro del hotelería se ofrecen servicios de alojamiento, salas de eventos, zonas de entretenimiento y restaurant; para todo el público en general.

6. Organigrama funcional



a. Descripción de funciones

| CARGO | FUNCIONES |
|--------------------------------|---|
| Administrador y/o dueño | Encargado de coordinar, planificar y supervisar las actividades realizadas por los trabajadores. Así mismo desarrolla estrategias para alcanzar los objetivos planteados garantizando los estándares de calidad en los servicios para ello es fundamental la interrelación con el cliente a fin de conocer sus necesidades. |
| Contador | Encargada(o) de las actividades contables, procesa y codifica los ingresos y egresos de la empresa dentro de los libros contables y tributarios, elaborando los estados financieros de manera eficaz. |
| Atención telefónica | Encargada(o) básicamente de tomar mensajes o recados por el teléfono o personalmente, brindando información sobre los servicios que se ofrecen. |
| Ama de llaves | Encargada (o) de revisar las habitaciones antes de hospedar al cliente, controla las llaves de las habitaciones y reporta las habitaciones con estancia para fines de limpieza. |
| Conserje | Encargada(o) de vigilar y controlar el acceso al hotel, brinda seguridad en las instalaciones, así mismo orienta y dirige al cliente en los establecimientos. |
| Recepcionista | Encargada(o) de proporcionar información y asistencia al cliente y población interesada, elabora la lista de huéspedes para llevar el número de habitaciones disponibles y ocupadas también revisa el registro de reservas diarias. |
| Limpieza | Encargada(o) de limpiar las habitaciones respetando la pertenencia y privacidad del cliente, realiza mantenimiento de las instalaciones arreglando cualquier daño. |

7. Diagnostico general (Matriz FODA).

| ANÁLISIS FODA | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|---|
| <p style="text-align: center;">Internos</p> <p style="text-align: center;">Externos</p> | <p>F1. Alta calidad y experiencia en servicio.</p> <p>F2. Fidelización de los clientes.</p> <p>F3. Buena ubicación geográfica.</p> <p>F4. Accesibilidad de precios para el público en general.</p> <p>F5. Alta responsabilidad social y medioambiental con estrategia diferenciadora.</p> | <p>D1. Escaso capital para la inversión</p> <p>D2. Falta de publicidad y promoción por internet.</p> <p>D3. Desconocimiento en la aplicación de una adecuada gestión de calidad</p> <p>D4. Falta de capacitación y de inducción al personal.</p> |
| OPORTUNIDADES | Estrategias -FO | Estrategias-DO |
| <p>O1. Nuevas acciones por parte del Estado para promover el turismo.</p> <p>O2. Aumento de demanda una vez pasada la pandemia.</p> <p>O3. Presencia de cursos, talleres sobre la gestión administrativa de acuerdo al tipo de servicio que se brinda.</p> <p>O4. Futuras leyes y normas de incentivo económico a favor de las MYPES</p> | <p>F1, F2, F3, O1: Lograr reforzar la percepción del cliente brindando servicios de valor agregado.</p> <p>F1, F2, O4: Crear convenios con centros turísticos e instituciones de la región para poder generar una imagen de calidad y profesionalismo.</p> <p>F3, F4, F5, O2: Mejorar la infraestructura para que refleje la propuesta del valor de la empresa.</p> | <p>D1, D2, O4: Aprovechar las herramientas tecnológicas para atraer a nuevos usuarios, realizando reservas por internet y a si mismo buscar más inversionistas para la empresa</p> <p>D1, O1, O2: Gestionar programas de capacitación a los trabajadores con el fin de aumentar la calidad de los servicios.</p> <p>D1, D3, O3: Crear mejores estrategias de organización que permita mejorar la parte administrativa del hotel.</p> |

| AMENAZAS | Estrategias-FA | Estrategias- DA |
|--|--|---|
| <p>A1. Crisis política y la inestabilidad económica</p> <p>A2. Número alto de competidores en la industria</p> <p>A3. Cambio en los gustos y necesidades del cliente.</p> <p>A4. la falta de eventos y restricciones por el Estado de Emergencia</p> | <p>F1, F2, F3, A3: Realizar innovaciones, con instalaciones modernas y con personal altamente capacitado.</p> <p>A1, A2: Establecer estrategias con una política de gastos y costos que ayude a controlar la situación financiera del hotel</p> <p>F1, A3: Diseñar los mejores servicios, comodidad con precios módicos.</p> <p>A4, F4, F5: Aplicar alianzas estratégicas con el sector servicio ofreciéndoles todas las medidas de bioseguridad</p> | <p>D1, D2, D3, A4: Crear fondos de capital a fin de garantizar la estabilidad económica del hotel</p> <p>D1, A1, A2, A3: Realizar un plan de mejora siguiendo el modelo de Deming PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar) con el fin de garantizar un mejor el proceso de servicio</p> |

| OBJETIVO | ACTIVIDADES | INDICADOR DE MEDICIÓN | METAS | PRESUPUESTO | RESPONSABLE |
|--|---|--|---|--------------------|--------------------|
| Buscar estrategias que permitan ser competitivos en el mercado. | <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar los canales digitales y redes sociales. - Realizar alianzas estratégicas como campañas. - Crear un buen trabajo de equipo y excelencia. | <ul style="list-style-type: none"> - Número de clientes acogidos - Número de clientes satisfechos en sus necesidades y gustos. - Número de personal que tiene satisfacción con el trabajo que realizan. | <ul style="list-style-type: none"> - generar clientes potenciales de 2 a 3 por semana. - Tener clientes que recomienden los servicios que brinda la empresa - Aumento de la capacidad productiva por parte del personal. | Recursos propios | Gerente general |
| Promover una mayor responsabilidad en cada trabajador dentro del rol que cumplen en la empresa | <ul style="list-style-type: none"> - Reforzar la meritocracia y reconocimiento de los trabajadores - Incentivar liderazgos mejorando las culturas de trabajo. - Realizar charlas y capacitaciones motivacionales | <ul style="list-style-type: none"> - Número de trabajadores conforme con sus roles. - Aumento de mejora en la capacidad del personal en el trato a los clientes. - Incremento en la producción en cada área de trabajo. | <ul style="list-style-type: none"> - Incrementar la eficacia de roles - Mejorar en la calidad de servicios. - Aumentar el crecimiento empresarial. | Recursos propios | Gerente general |

8. Indicadores de una buena gestión empresarial.

| INDICADORES | EVALUACIÓN DE INDICADORES DEL SECTOR MYPES |
|---|---|
| Grado de formación | El administrador de la empresa no cuenta con un grado de formación universitario, lo que con lleva a que no aplique mejores herramientas tecnológicas pues se desconoce de cómo llevar un plan de mejora. |
| Gestión de calidad | Deficiencia e ineficiencia en los procesos y servicios El cual disminuye la competitividad dentro del mercado. |
| Utilidades de la empresa | Los ingresos que recibe la empresa con mínimas, por lo no facilita para contratar a personas especializadas. |
| Técnicas y estrategias para optimizar los procesos y servicios | Desperdicio en el tiempo, el cual lleva a un proceso y servicio lento, el cual no añade ningún valor. |
| Cronograma de actividades | La inexistencia de un cronograma de actividad origina a que los colaboradores no estén bien informados de sus responsabilidades. |
| Programación de disposiciones para obtener una buena cultura organizacional | El desconocimiento sobre la elaboración de normas internas, políticas y reglas no ayuda a tener un buen funcionamiento de organización administrativa. |

9. Problemas.

| INDICADORES | PROBLEMAS | SURGIMIENTO DEL PROBLEMA |
|--|--|--|
| Grado de formación | La falta de un grado académico superior, no ayuda a elaborar mejores estrategias para poder dirigir la empresa. | Inexistencia de apoyo económico para cursar estudios superiores, así mismo el desinterés y voluntad por parte de ellos |
| Gestión de calidad | La no elaboración de un plan de mejora, no permite una buena organización empresarial. | Falta de interés y compromiso por parte de los representantes de realizar mejoras en cuanto a la calidad de servicio |
| Utilidad de la empresa | La inexistencia de metas y objetivos que logren maximizar ganancias y minimizar los costos administrativas. | Inexistencia de compromiso para determinar estrategias que permitan obtener resultados positivos. |
| Estrategias y objetivos | El desconocimiento absoluto sobre los servicios de calidad. | Escaso interés por investigar y averiguar sobre el tema. |
| Cronograma de servicio | La no existencia de un cronograma de labores estable, impide a las personas realizar sus obligaciones de trabajo de manera adecuada. | Desconocimiento total sobre los beneficios del cronograma de actividades y el desinterés de llevar un mejor control empresarial. |
| Programación de conjunto disposiciones para una buena cultura organizacional | Falta de normas, reglas y políticas internas. | Desinterés por parte de los representantes de regular las relaciones internas de la empresa |

10. Propuesta de mejora

10.1. Plan de acción

| INDICADORES | PROBLEMAS | PROPUESTA DE MEJORA |
|------------------------|---|--|
| Grado de formación | La falta de un grado académico superior, no ayuda a elaborar mejores estrategias para poder dirigir la empresa. | <ul style="list-style-type: none">- Estudiar cursos o talleres sobre gestión administrativa.- Acudir a los talleres de emprendimiento y motivación promovido por el Gobierno.- Inscribirse a los webinars gratuitos para capacitarse en asignaturas de gestión administrativa.- leer libros que proporcione estrategias para mejorar los servicios de la empresa. |
| Gestión de calidad | La no elaboración de un plan de mejora, no permite una buena organización empresarial. | <ul style="list-style-type: none">- Realizar un plan de mejora describiendo propuestas, acciones y medidas.- Aplicar el sistema de verificación para que ayude a medir la satisfacción del cliente- Usar mejores herramientas de medición de calidad de servicio. |
| Utilidad de la empresa | La inexistencia de metas y objetivos que logren maximizar ganancias y | <ul style="list-style-type: none">- Determinar logros e integrar una mejor tecnología y herramientas administrativas de negocio. |

| | | |
|---|--|---|
| | minimizar los costos administrativas. | |
| Estrategias objetivos | El desconocimiento absoluto sobre los servicios de calidad. | - Buscar modelos de cómo realizar una buena gestión de la calidad de servicio a fin de satisfacer al cliente. |
| Cronograma de servicio | La no existencia de un cronograma de labores estable, impide a las personas realizar sus obligaciones de trabajo de manera adecuada. | - Realizar un plan de acción socializando a todo el personal. - Establecer cronogramas que sean de fácil comprensión para el personal trabajador |
| Programación de conjunto de disposiciones para una buena cultura organizacional | Falta de normas, reglas y políticas internas. | - Mejorar las relaciones internas realizando charlas y capacitaciones sobre el rol y función de cada personal trabajador |

10.2. Estrategias a implementar.

| N° | Acción de mejorar a implementar | Dificultad | Plazo | Impacto | Priorización |
|----|---|--|---------|---|--|
| 1 | <ul style="list-style-type: none"> - Estudiar cursos o talleres sobre gestión administrativa. - Acudir a los talleres de emprendimiento y motivación promovido por el Gobierno. - Inscribirse a los webinars gratuitos para capacitarse en asignaturas de gestión administrativa. - leer libros que proporcione estrategias para mejorar los servicios de la empresa. | Bajo presupuesto y falta de búsqueda de otras estrategias | 6 meses | Adquirir conocimientos básicos de gestión administrativa | Ser participe de talleres virtuales sobre manejos de negocio |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un plan de mejora describiendo propuestas, acciones y medidas. - Aplicar el sistema de verificación para que ayude a medir la satisfacción del cliente - Usar mejores herramientas de medición de calidad de servicio. | Falta de interés por la investigación sobre las herramientas de plan de mejora | 6 meses | Incremento en la productividad y lograr objetivos a corto plazo | Investigar fuentes de internet o libros sobre teorías y herramientas de administración |
| 3 | <ul style="list-style-type: none"> - Determinar logros e integrar una mejor tecnología y | El desconocimiento de | 1 Mes | Ayuda a implementar | Implementar servicios de calidad |

| | | | | | |
|---|---|---|-------|---|---|
| | herramientas administrativas de negocio. | las teorías y dimensiones del servicio de calidad | | mejores sistemas de servicio. | buscando estrategias y diseños de herramienta |
| 4 | - Buscar modelos de cómo realizar una buena gestión de la calidad de servicio a fin de satisfacer al cliente. | Falta de disposición para identificar la matriz de FODA | 1 Mes | Ayudará a identificar la situación de la empresa | Buscar modelos de matriz de FODA y elaborar |
| 5 | - Realizar un plan de acción socializando a todo el personal. - Establecer cronogramas que sean de fácil comprensión para el personal trabajador | La falta de disponibilidad de tiempo | 1 Mes | Los trabajadores de la empresa tendrían definido sus responsabilidades. | Implementar un cronograma de actividades especificando la responsabilidad de cada trabajador. |
| 6 | - Mejorar las relaciones internas realizando charlas y capacitaciones sobre el rol y función de cada personal trabajador | El poco interés por capacitar a los trabajadores | 1 Mes | Ayudaría a tener una mejor cultura organizacional | Contratar a un administrador capaz y eficiente. |

10.3. Recursos.

| N° | Actividades | Responsable | Monto s/ | Herramientas y equipos | Tiempo |
|----|---|---------------------------|-----------|---|---------|
| 1 | Inscribirse a cursos de manejo de negocios y gestiones administrativas de manera virtual. | Gerencia y administración | S/1600.00 | Laptop, celular computadora | 6 meses |
| 2 | Realizar búsqueda de informaciones sobre herramientas y estrategias competitivas de administración. | Gerencia y administración | S/500.00 | Artículo, libros Revistas e internet y videoconferencia | 5 meses |
| 3 | Elaborar plantilla o modelo de la matriz FODA para poder obtener un mejor resultado para la empresa | Gerencia y administración | s/60.00 | Internet, computadora | 2 meses |
| 4 | Elaborar un plan de mejora señalando las estrategias. | Gerencia y administración | s/100.00 | Internet, celular y computadora | 1 mes |
| 5 | Diseñar un cuadro de cronogramas donde se especifique las responsabilidades de rol de cada trabajador | Gerencia y administración | s/70.00 | Internet, copias y computadora | 1 mes |
| 6 | Contratar a un personal capacitado que brinde orientación laboral a los trabajadores | Gerencia y administración | s/400.00 | Servicios de administración | 1 mes |

VI. CONCLUSIONES

En su mayoría de los colaboradores de la microempresa, rubro alojamientos de la ciudad de Huaraz, oscilan entre 18 a 30 años de edad, asimismo, son de género femenino. De mismo modo casi en su mayoría relativa tienen una educación básica. Y finalmente en su mayoría señalaron que en la empresa ocupan el cargo de un colaborador.

En su totalidad la micro y pequeña empresa rubro alojamiento caso: hotel dulce Tentación cuenta con un número de colaboradores entre 1 a 5 trabajadores. De mismo modo tiene una permanencia en el mercado entre 4 a 6 años. Percibiendo ingresos promedio mensual no superando los S/52,500.00 nuevos soles. Y en su mayoría considera que la empresa tiene como único objetivo de generar ganancias.

En su mayoría relativa la micro y pequeña empresa rubro alojamiento, caso: hotel dulce Tentación, casi nunca planifica un plan de trabajo para mejorar las expectativas de sus clientes. Mientras en su mayoría porcentual la empresa nunca llega a elaborar un plan estratégico. Y en su mayoría relativa la empresa nunca se preocupa por capacitar al personal para mejorar el servicio, mientras que siempre se llega a ejecutar el plan de trabajo según lo planificado. También se describe que en su mayoría solo algunas veces se llega a verificar resultados, sin embargo, casi nunca vuelve a planificar tras obtener resultados ya sean positivos o negativos.

Se determinó que en su mayoría porcentual la micro empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: hotel dulce Tentación casi nunca llega a garantizar la seguridad y salud en sus servicios ofrecidos a los huéspedes. Asimismo, la empresa algunas veces y

casi siempre se preocupan por el cuidado e imagen y presentación de sus colaboradores. Mientras tanto casi siempre llega conocer las necesidades de los huéspedes. Y en su mayoría relativa casi nunca escucha sus problemas o requerimientos de los huéspedes; y que además solo algunas veces llega a señalar correctamente el ambiente, y finalmente en su mayoría relativa siempre ofrece una comunicación oportuna

Finalmente se llegó a elaborar una propuesta de mejorar para la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: hotel dulce Tentación. En la que se determinó y se planteó un sinfín de alternativas para que los representantes puedan implementar y dar solución a los problemas que no les permiten ser competitivos frente a los competidores en su sector. Asimismo, el cuadro de plan mejora contextualizara causas y consecuencias de las acciones que se presenten en la empresa, y frente a ello tomar decisiones a tiempo y poder enfrentarlos en el momento oportuno.

VII. RECOMENDACIONES

- Realizar señalizaciones correctas sobre los ambientes para su respectiva evacuación en caso de cualquier incidentes o fenómenos que puedan atentar contra la salud y vida de los usuarios.
- Realizar capacitaciones o charlas antes de cada inicio de actividades, para los colaboradores para mejorar y garantizar un servicio de calidad.
- Realizar un plan de trabajo haciendo énfasis en temas de seguridad y salud para garantizar la protección de los huéspedes. Más aun tomando en cuenta el plan de contingencia de COVID19. Todo ello con el objetivo de mitigar los contagios.
- Aplicar el modelo de plan de mejora presentado por el investigador, con el objetivo de identificar las causas de los problemas y poder enfrentarlos a tiempo.

Referencias Bibliográficas

- Araujo, F. O. (2019). Calidad percibida en un hotel de lujo de Janeiro-Brasil. Contraposición entre las perspectivas de los gestores y las evaluaciones espontáneas de los clientes. *Universidad Federal Fluminense, Brasil*, 408-427. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322019000200009
- Balabarca Huaman , Y. C. (2021). *la gestión de calidad en el clima organizacional y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro servicio de hospedaje – Hotel en la ciudad de Huaraz, 2018*. [tesis de licenciatura, Universidad Católica los Angeles de Chimbote , Huaraz]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/24551>
- Cano Tejedor , I. (2019). *Calidad en la atención al cliente (CEAC)*. Editex S.A.
- CEPAL. (2020). *Acerca de Microempresas y Pymes* . Chile. <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- Chambi Mamani , V. Y. (2020). *Calidad de servicio en un Hotel de tres estrellas en el distrito de Lince, Lima, 2019*. [tesis de licenciatura , Universidad César Vallejo, Lima]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/68414>
- COMEXPERU. (2021, Junio 18). Las micro y pequeñas empresas en el Perú resultados en 2020. *Informe anual de diagnóstico y evaluación acerca de la actividad empresarial de las micro y pequeñas empresas en el Perú, y los determinantes de su*

capacidad formal, pp. 2-50. Repositorio institucional.

<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

Diario El Peruano. (2021, Abril 18). Decreto Supremo N° 005-2021-MINCETUR.

Decreto Supremo que aprueba la modificación del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. Recuperado de.

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/normas-legales/1991036-005-2021-mincetur>

Diaz Moreno , J. P. (2018). *El primer libro: Guia para implementar un sistema de gestión de calidad.*

https://books.google.com.pe/books?id=PGhRDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad&f=false

Estado, P. ú. (2021, octubre 23). MML y Policia Nacional intervienen Hospedajes que funcionaban en condiciones insalubres.

<https://www.gob.pe/institucion/munilima/noticias/548534-mml-y-policia-nacional-intervienen-hospedajes-que-funcionaban-en-condiciones-insalubres>

Flórez Andrade , J. (2022). *Como crear cultura estrategica de la calidad del servicio al cliente.*

Garcia Cadillo, Y. M. (2018). *Plan estratégico y su relación con la calidad de servicio del Hotel la Joya -Huaraz 2018.* [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, Huaraz]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/26536>

Gonzales Carachule , L. M., & Huanca Vilca , E. D. (2020). *La calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaruentes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. [tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/3031>

González Gaya , C., & Manzanares Cañizares , C. (2020). *Sistemas de gestión de la calidad ISO 9001*. Recuperado de. https://books.google.com.pe/books?id=ccD3zQEACAAJ&dq=gestion+de+calidad&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y

Hidalgo Pezo, G. J. (2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en clientes del centro estomatológico del Horizonte S.A.C. - Tarapoto 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, Tarapoto]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/29603>

Lozada Figueroa , L. P. (2018). *“propuesta de mejora de los factores relevantes de las estrategias genéricas de Porter para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (hoteles de una, dos y tres estrellas) en Huaraz*. [tesis de licenciatura , Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Huaraz]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/13932>

Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo. (2021, Junio 24). Guía sobre el régimen laboral de La MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. *Pagina oficial el peruano* , 1-

19. Retrieved from
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2248797/guia_micro_pequena_empresa.pdf

Mora Schmidt, A. C., García Legaz , F. C., & Periañez Cristóbal , R. (2021). *Gestión de la calidad*. Piramide .

Muñoz Carrillo, Y. (2022). *Clima laboral y calidad de servicio en los asesores de negocios en Mibanco agencia Huaraz, 2021*. [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo , Lima]. Repositorio institucional.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/82096>

Naquiche Ramos , A. R. (2018). *Calidad de servicio en el Hotel Miraflores Pacific Hotel, año 2018*. [tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Lima]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/29449>

Pablo Blanco , M. Á. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO*. IC.
<https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiQ5I3Ml6f5AhXoA7kGHVROCbYQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio%20al%20cliente&f=false>

Rivera Merino , M. L. (2019). “*calidad del servicio que brinda la empresa ELEVATE BUSINESS y estrategias para su mejora*”. [tesis de licenciatura, Universidad

Nacional de Piura , Piura]. Repositorio institucional.
<http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/2084>

Rivera Reyes , S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. [tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil , Ecuador]. Repositorio institucional.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>

Rodríguez, G. D. (2021). *Aplicación de la metodología de PHVA para mejorar la calidad de servicio al cliente en la empresa Emcasur Contratista E.I.R.L. Lima* . [tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú, Lima]. Repositorio institucional.
<https://hdl.handle.net/20.500.12867/5021>

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*. [tesis de licenciatura, Universidad Católica los Angeles de Chimbote , Huaraz]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/5424>

Salgado Londoño, M. A. (2019). *Propuesta de mejoramiento de los procesos operativos del Hotel Boutique "Portal de Cantuña" Para incrementar la calidad de servicio al cliente en el año 2019*. [Tesis de licenciatura, Quito]. Repositorio institucional.
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/16997>

Sampieri Hernández , R. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. McGraw Hill.

- Solózarño Merino, M., & Zamora Lóor, G. (2021). *Evaluación y clasificación de los alojamientos turísticos pos terremoto en la satisfacción del cliente: caso Portoviejo*. [tesis de licenciatura, Escuela Politécnica Agropecuaria de Manabí de Manuel Félix López, Calceta]. Repositorio institucional. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1382>
- Soret Los Santos, I., & Obesso Arias, M. M. (2020). *Gestión de calidad*. https://books.google.com.pe/books?id=aFvxDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- TV, S. (2021, mayo 18). *Huaraz: Hoteles tenían colchones en mal estado*. Recuperado de: <https://soltvperu.com/huaraz-hoteles-tenian-colchones-en-mal-estado/>
- Uladech. (2020). *Código de ética para la investigación (versión 003)*. (C. U. Católica, Ed.)
- Vásquez Lema, M. R. (2020). *Principios de gestión ISO 9001*. https://books.google.com.pe/books?id=smwCEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ISO+9001&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=ISO%209001&f=false
- Vélez Vélez, J. B. (2020). *“La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la zona urbana de cantón portoviejo”*. [tesis de licenciatura, Universidad Estatal del Sur de Manabí UNESUM, Ecuador]. Repositorio institucional. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2353>

Anexos

Anexo 1: validación de cuestionario.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a): MGTR. LIC. ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

El presente es para expresarle mi saludo, asimismo, hacer de su conocimiento que usted ha sido invitada a participar en el proceso de evaluación del presente instrumento de recolección de datos (cuestionario) para realizar investigación titulada: **Gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021.**

En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y un formato de validación que servirá para que usted pueda emitir su evaluación.

Siendo importante contar con la evaluación y aprobación de expertos para poder aplicar el instrumento (cuestionario) en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su profesionalismo para emitir su juicio de valor sobre la validez del instrumento. Para efectos de su análisis adjunto los siguientes documentos:

- Carta de presentación.
- Instrumento de recolección de datos (Cuestionario)
- Ficha de validación del instrumento.

Expresándole mi consideración y estima personal me despido de usted, no sin antes agradecerle por anticipado la atención que se le brinde a la presente.

Atentamente:



Digna Clementina, Rodríguez De La Cruz

DNI: 31625958

Código: 1211171092



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los representantes y trabajadores pertenecientes a la empresa hotel dulce Tentación, Huaraz, para desarrollar el trabajo de investigación titulado: gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021. Para obtener el Grado de licenciada en administración. Se les agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 20 ítems, los cuales miden las dimensiones de calidad de servicio en la empresa Hotel Dulce Tentación, Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

| CARACTERÍSTICAS DE REPRESENTANTES | | |
|-----------------------------------|----------------------|--|
| Nº | ÍTEMS | ALTERNATIVAS |
| 1 | Edad | 18-30 años 31-50 años 51 a más años |
| 2 | Genero | Femenino Masculino |
| 3 | Grado de instrucción | Sin instrucción Educación básica Superior universitaria Superior no universitaria |
| 4 | Cargo | Dueño Administrador Colaborador |


Mg. Anica Clavijo Hector Orellana
DNI. 02786302
CLAD 06246

RESPECTO A LAS MYPES

| CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE | | |
|----------------------------|-------------------------------------|---|
| N° | ÍTEMS | ALTERNATIVAS |
| 5 | Cantidad de trabajadores | 1-5 trabajadores 6-10 trabajadores 11 a más trabajadores |
| 6 | Tiempo de permanencia de la empresa | 0-3 años 4-6 años 7 a más años |
| 7 | Ingreso mensual promedio | Menor S/52,500.00 S/52,500.00 hasta S/95,000.00 Mayor a S/95,000.00 |
| 8 | Objeto de la empresa | Generar ganancias Subsistencia |

RESPECTO A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

| | Nunca (1) | Casi nunca (2) | Algunas veces (3) | Casi siempre (4) | Siempre (5) |
|-------------------------------|--|-------------------|----------------------|---------------------|----------------|
| N° | Ítems | | | | Alternativa |
| VI: Gestión de Calidad | | | | | |
| D1: Planear. | | | | | |
| 9 | Planificación para mejorar expectativas de clientes | | | | 1 2 3 4 5 |
| 10 | Planificación de estrategias para mejorar servicios. | | | | 1 2 3 4 5 |



Mg. Arica Clavijo Doctor Ordoñez
 DNI. 02786902
 CIAD 06246

| | | | | | | |
|---|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| D2: Hacer (ejecución del plan, control). | | | | | | |
| 11 | Capacitación para mejorar el servicio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | Ejecución de plan según planificado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Verificar (resultados) | | | | | | |
| 13 | Verificación de resultados. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Actuar (reprogramación de plan de trabajo según resultado) | | | | | | |
| 14 | Volver planificar según resultado | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

RESPECTO A LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

| Nº | Nunca (1) | Casi Nunca (2) | Algunas veces (3) | Casi siempre (4) | Siempre (5) |
|------------------------------|---|-------------------|----------------------|---------------------|----------------|
| V2: Desempeño Laboral | | | | | |
| D1: Presentación | | | | | |
| 15 | Los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud | | | | 5 |
| 16 | Imagen y presentación de los colaboradores | | | | 5 |
| D2: Acogida | | | | | |
| 17 | Conocer necesidad de los huéspedes | | | | 5 |
| D3: Atención | | | | | |
| 18 | Escuchar a los huéspedes | | | | 5 |
| D4: Información | | | | | |
| 19 | Señalización de ambiente | | | | 5 |
| 20 | Comunicación oportuna | | | | 5 |

Gracias por su participación.



Mg. Arica Clavijo Hector Ordoñez
DNI. 02786302
CLAD 06246

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Arica Clavijo Héctor Orlando

I.2. Grado Académico: Magister en Docencia Universitaria

I.3. Profesión: Licenciado en ciencias administrativas

I.4. Institución donde labora: CETURGHPERU-ASESOR INDEPENDIENTE

I.5. Cargo que desempeña: Docente

I.6. Autor del instrumento: Digna Clementina, Rodríguez De La Cruz

I.7. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

ÍTEMES CORRESPONDIENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES Y/O COLABORADORES.

| N° de ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| REPRESENTANTES Y/O COLABORADORES | | | | | | | |
| 01. Edad. | X | | X | | X | | |
| 02. Genero. | X | | X | | X | | |
| 03. Grado de instrucción. | X | | X | | X | | |
| 04. cargo que desempeña. | X | | X | | X | | |



Mg. Arica Clavijo Héctor Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

ÍTEMES CORRESPONDIENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO EMPRESA

| N° de ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| MYPE | | | | | | | |
| 05. Cantidad de trabajadores. | X | | X | | X | | |
| 06. Tiempo de permanencia de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 07. Ingreso mensual promedio. | X | | X | | X | | |
| 08. Objeto de la empresa. | X | | X | | X | | |

ÍTEMES CORRESPONDIENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD.

| N° de ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Dimensión I: Planear | | | | | | | |
| 09. Planificación para mejorar expectativas de clientes. | X | | X | | X | | |
| 10. Planificación de estrategias para mejorar servicios. | X | | X | | X | | |


M^{te}. Ana Clavijo Rector Quito
 DNI. 02736302
 CLAD 06246

| Dimensión 2: Hacer | | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|--|
| 11. Capacitación para mejorar el servicio. | X | | X | | X | |
| 12. Ejecución de plan según planificado. | X | | X | | X | |
| Dimensión 3: Verificar | | | | | | |
| 13. Verificación de resultados. | X | | X | | X | |
| Dimensión 4: Actuar | | | | | | |
| 14. Volver planificar según resultado | X | | X | | X | |



Mg. Anica Clariza Hector Ochoa
 DNI. 02786302
 CLAD 06248

ÍTEMES CORRESPONDIENTES A LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO.

| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Dimensión 1: Presentación | | | | | | | |
| 15. Los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud. | X | | X | | X | | |
| 16. Imagen y presentación de los colaboradores. | X | | X | | X | | |
| Dimensión 2: Acogida | | | | | | | |
| 17. Conocer necesidad de los huéspedes. | X | | X | | X | | |
| Dimensión 3: Atención | | | | | | | |
| 18. Escuchar a los huéspedes | X | | X | | X | | |
| Dimensión 4: Información | | | | | | | |
| 19. Señalización de ambiente | X | | X | | X | | |
| 20. Comunicación oportuna | X | | X | | X | | |



Mg. Arica Clavijo Hecce Ochoa
DNI. 02786302
CLAD 06246

Otras observaciones generales:



Ms. Arica Clavijo Hektor Orlando
DNI. 02786302
CLAD 05246

Firma

Apellidos y Nombres del experto: MGTR. LIC. ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO

DNI N°: 02786302

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a): **MGTR. LIC. ADM. JUAN REENE LAZARO**

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

El presente es para expresarle mi saludo, asimismo, hacer de su conocimiento que usted ha sido invitada a participar en el proceso de evaluación del presente instrumento de recolección de datos (cuestionario) para realizar investigación titulada: **Gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021.**

En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y un formato de validación que servirá para que usted pueda emitir su evaluación.

Siendo importante contar con la evaluación y aprobación de expertos para poder aplicar el instrumento (cuestionario) en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su profesionalismo para emitir su juicio de valor sobre la validez del instrumento. Para efectos de su análisis adjunto los siguientes documentos:

- Carta de presentación.
- Instrumento de recolección de datos (Cuestionario)
- Ficha de validación del instrumento.

Expresándole mi consideración y estima personal me despido de usted, no sin antes agradecerle por anticipado la atención que se le brinde a la presente.

Atentamente:



Digna Clementina, Rodríguez De La Cruz

DNI: 31625958

Código: 1211171092



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los representantes y trabajadores pertenecientes a la empresa hotel dulce Tentación, Huaraz, para desarrollar el trabajo de investigación titulado: gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021. Para obtener el Grado de licenciada en administración. Se les agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 20 ítems, los cuales miden las dimensiones de calidad de servicio en la empresa Hotel Dulce Tentación, Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

| CARACTERÍSTICAS DE REPRESENTANTES | | |
|-----------------------------------|----------------------|--|
| Nº | ÍTEM | ALTERNATIVAS |
| 1 | Edad | 18-30 años 31-50 años 51 a más años |
| 2 | Genero | Femenino Masculino |
| 3 | Grado de instrucción | Sin instrucción Educación básica Superior universitaria Superior no universitaria |
| 4 | Cargo | Dueño Administrador Colaborador |



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los representantes y trabajadores pertenecientes a la empresa hotel dulce Tentación, Huaraz, para desarrollar el trabajo de investigación titulado: gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021. Para obtener el Grado de licenciada en administración. Se les agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 20 ítems, los cuales miden las dimensiones de calidad de servicio en la empresa Hotel Dulce Tentación, Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

| CARACTERÍSTICAS DE REPRESENTANTES | | |
|-----------------------------------|----------------------|--|
| Nº | ÍTEM | ALTERNATIVAS |
| 1 | Edad | 18-30 años 31-50 años 51 a más años |
| 2 | Genero | Femenino Masculino |
| 3 | Grado de instrucción | Sin instrucción Educación básica Superior universitaria Superior no universitaria |
| 4 | Cargo | Dueño Administrador Colaborador |

| | | | | | | |
|---|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| D2: Hacer (ejecución del plan, control). | | | | | | |
| 11 | Capacitación para mejorar el servicio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | Ejecución de plan según planificado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Verificar (resultados) | | | | | | |
| 13 | Verificación de resultados. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Actuar (reprogramación de plan de trabajo según resultado) | | | | | | |
| 14 | Volver planificar según resultado | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

RESPECTO A LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

| | Nunca (1) | Casi Nunca (2) | Algunas veces (3) | Casi siempre (4) | Siempre (5) |
|------------------------------|---|-------------------|----------------------|---------------------|----------------|
| Nº | Items | | | | Alternativa |
| V2: Desempeño Laboral | | | | | |
| D1: Presentación | | | | | |
| 15 | Los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud | | | | 1 2 3 4 5 |
| 16 | Imagen y presentación de los colaboradores | | | | 1 2 3 4 5 |
| D2: Acogida | | | | | |
| 17 | Conocer necesidad de los huéspedes | | | | 1 2 3 4 5 |
| D3: Atención | | | | | |
| 18 | Escuchar a los huéspedes | | | | 1 2 3 4 5 |
| D4: Información | | | | | |
| 19 | Señalización de ambiente | | | | 1 2 3 4 |
| 20 | Comunicación oportuna | | | | 1 2 3 4 |

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): LAZARO DIAZ JUAN RENEE

1.2. Grado Académico: MAGISTER

1.3. Profesión: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

1.4. Institución donde labora: CREC 10-ANCASH

1.5. Cargo que desempeña: ADMINISTRADOR

1.6. Denominación del instrumento: Gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: hotel dulce Tentación, Huaraz 2021

1.7. Autor del instrumento: Digna Clementina, Rodríguez De La Cruz

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

ÍTEMES CORRESPONDIENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES Y/O COLABORADORES.

| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| REPRESENTANTES Y/O COLABORADORES | | | | | | | |
| 01. Edad. | X | | X | | X | | |
| 02. Genero. | X | | X | | X | | |
| 03. Grado de instrucción. | X | | X | | X | | |
| 04. cargo que desempeña. | X | | X | | X | | |

ÍTEMES CORRESPONDIENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO EMPRESA

| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| MYPE | | | | | | | |
| 05. Cantidad de trabajadores. | X | | X | | X | | |
| 06. Tiempo de permanencia de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 07. Ingreso mensual promedio. | X | | X | | X | | |
| 08. Objeto de la empresa. | X | | X | | X | | |

ÍTEMES CORRESPONDIENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD.

| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Dimensión 1: Planear | | | | | | | |
| 09. Planificación para mejorar expectativas de clientes. | X | | X | | X | | |
| 10. Planificación de estrategias para mejorar servicios. | X | | X | | X | | |

| Dimensión 2: Hacer | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 11. Capacitación para mejorar el servicio. | X | | X | | X | | |
| 12. Ejecución de plan según planificado. | X | | X | | X | | |
| Dimensión 3: Verificar | | | | | | | |
| 13. Verificación de resultados. | X | | X | | X | | |
| Dimensión 4: Actuar | | | | | | | |
| 14. Volver planificar según resultado. | X | | X | | X | | |

ÍTEMES CORRESPONDIENTES A LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO.

| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Dimensión 1: Presentación | | | | | | | |
| 15. Los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud. | X | | X | | X | | |
| 16. Imagen y presentación de los colaboradores. | X | | X | | X | | |
| Dimensión 2: Acogida | | | | | | | |
| 17. Conocer necesidad de los huéspedes. | X | | X | | X | | |
| Dimensión 3: Atención | | | | | | | |
| 18. Escuchar a los huéspedes | X | | X | | X | | |
| Dimensión 4: Información | | | | | | | |
| 19. Señalización de ambiente | X | | X | | X | | |
| 20. Comunicación oportuna | X | | X | | X | | |

Otras observaciones generales:



Mgr. Lic. Kati Juan Renee Lazaro Diaz
Reg. CLAD N° 04133

Firma

Apellidos y Nombres del experto: LAZARO DIAZ JUAN RENEE

DNI N°: 31680471

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a): **MGTR. LIC. RAQUEL SILVA JUÁREZ**

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

El presente es para expresarle mi saludo, asimismo, hacer de su conocimiento que usted ha sido invitada a participar en el proceso de evaluación del presente instrumento de recolección de datos (cuestionario) para realizar investigación titulada: **Gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021.**

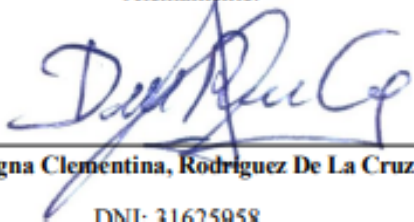
En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y un formato de validación que servirá para que usted pueda emitir su evaluación.

Siendo importante contar con la evaluación y aprobación de expertos para poder aplicar el instrumento (cuestionario) en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su profesionalismo para emitir su juicio de valor sobre la validez del instrumento. Para efectos de su análisis adjunto los siguientes documentos:

- Carta de presentación.
- Instrumento de recolección de datos (Cuestionario)
- Ficha de validación del instrumento.

Expresándole mi consideración y estima personal me despido de usted, no sin antes agradecerle por anticipado la atención que se le brinde a la presente.

Atentamente:



Digna Clementina, Rodríguez De La Cruz

DNI: 31625958

Código: 1211171092



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN


CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los representantes y trabajadores pertenecientes a la empresa hotel dulce Tentación, Huaraz, para desarrollar el trabajo de investigación titulado: gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: Hotel Dulce Tentación, Huaraz-2021. Para obtener el Grado de licenciada en administración. Se les agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 20 ítems, los cuales miden las dimensiones de calidad de servicio en la empresa Hotel Dulce Tentación, Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

| CARACTERÍSTICAS DE REPRESENTANTES | | |
|-----------------------------------|----------------------|--|
| Nº | ÍTEMS | ALTERNATIVAS |
| 1 | Edad | 18-30 años 31-50 años 51 a más años |
| 2 | Genero | Femenino Masculino |
| 3 | Grado de instrucción | Sin instrucción Educación básica Superior universitaria Superior no universitaria |
| 4 | Cargo | Dueño Administrador Colaborador |


Mg. Rafael Silva Juárez
UC. INGENIERÍA ADMINISTRATIVA
CLAD-01019

RESPECTO A LAS MYPES

| CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE | | |
|----------------------------|-------------------------------------|---|
| Nº | ÍTEMS | ALTERNATIVAS |
| 5 | Cantidad de trabajadores | 1-5 trabajadores 6-10 trabajadores 11 a más trabajadores |
| 6 | Tiempo de permanencia de la empresa | 0-3 años 4-6 años 7 a más años |
| 7 | Ingreso mensual promedio | Menor S/52,500.00 S/52,500.00 hasta S/95,000.00 Mayor a S/95,000.00 |
| 8 | Objeto de la empresa | Generar ganancias Subsistencia |

RESPECTO A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

| Nº | Nunca (1) | Casi nunca (2) | Algunas veces (3) | Casi siempre (4) | Siempre (5) |
|-------------------------------|--|-------------------|----------------------|---------------------|----------------|
| VI: Gestión de Calidad | | | | | |
| D1: Planear. | | | | | |
| 9 | Planificación para mejorar expectativas de clientes | | | | 1 2 3 4 5 |
| 10 | Planificación de estrategias para mejorar servicios. | | | | 1 2 3 4 5 |

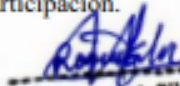

 Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

| | | | | | | |
|---|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| D2: Hacer (ejecución del plan, control). | | | | | | |
| 11 | Capacitación para mejorar el servicio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | Ejecución de plan según planificado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Verificar (resultados) | | | | | | |
| 13 | Verificación de resultados. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Actuar (reprogramación de plan de trabajo según resultado) | | | | | | |
| 14 | Volver planificar según resultado | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

RESPECTO A LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

| Nº | Nunca (1) | Casi Nunca (2) | Algunas veces (3) | Casi siempre (4) | Siempre (5) | | | | |
|------------------------------|---|-------------------|----------------------|---------------------|----------------|---|---|---|---|
| V2: Desempeño Laboral | | | | | | | | | |
| D1: Presentación | | | | | | | | | |
| 15 | Los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | Imagen y presentación de los colaboradores | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D2: Acogida | | | | | | | | | |
| 17 | Conocer necesidad de los huéspedes | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D3: Atención | | | | | | | | | |
| 18 | Escuchar a los huéspedes | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D4: Información | | | | | | | | | |
| 19 | Señalización de ambiente | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20 | Comunicación oportuna | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Gracias por su participación.


Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. **Apellidos y nombres del Informante (Experto):** Silva Juárez Raquel

1.2. **Grado Académico:** Magister en Gerencia Empresarial

1.3. **Profesión:** Licenciada en ciencias administrativas

1.4. **Institución donde labora:** Universidad Nacional de Frontera

1.5. **Cargo que desempeña:** Docente Investigador

1.6. **Denominación del instrumento:** gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa rubro alojamiento de corta estancia, caso: hotel dulce Tentación, Huaraz-2021


1.7. **Autor del instrumento:** Digna Clementina, Rodríguez De La Cruz

1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

ÍTEMES CORRESPONDIENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES Y/O COLABORADORES.

| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| REPRESENTANTES Y/O COLABORADORES | | | | | | | |
| 01. Edad. | X | | X | | X | | |
| 02. Genero. | X | | X | | X | | |
| 03. Grado de instrucción. | X | | X | | X | | |
| 04. cargo que desempeña. | X | | X | | X | | |

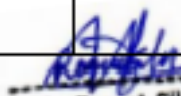

Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01839

ÍTEMS CORRESPONDIENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO EMPRESA


| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| MYPE | | | | | | | |
| 05. Cantidad de trabajadores. | X | | X | | X | | |
| 06. Tiempo de permanencia de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 07. Ingreso mensual promedio. | X | | X | | X | | |
| 08. Objeto de la empresa. | X | | X | | X | | |

ÍTEMS CORRESPONDIENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD.

| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Dimensión 1: Planear | | | | | | | |
| 09. Planificación para mejorar expectativas de clientes. | X | | X | | X | | |
| 10. Planificación de estrategias para mejorar servicios. | X | | X | | X | | |

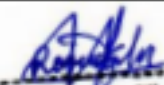

Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

| Dimensión 2: Hacer | | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|--|
| 11. Capacitación para mejorar el servicio. | X | | X | | X | |
| 12. Ejecución de plan según planificado. | X | | X | | X | |
| Dimensión 3: Verificar | | | | | | |
| 13. Verificación de resultados. | X | | X | | X | |
| Dimensión 4: Actuar | | | | | | |
| 14. Volver planificar según resultado. | X | | X | | X | |

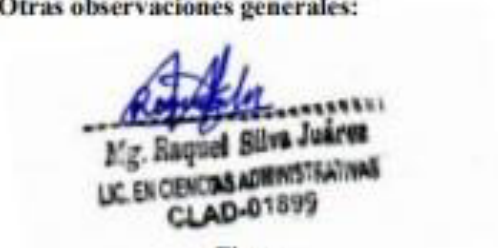

 Mg. Raquel Silva Juárez
 LC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 GLAD-01899

ÍTEMS CORRESPONDIENTES A LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO.

| N° de Ítem | Validez de contenido | | Validez de constructo | | Validez de criterio | | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
| | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable | | El ítem contribuye a medir el indicador planteado | | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| Dimensión 1: Presentación | | | | | | | |
| 15. Los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud. | X | | X | | X | | |
| 16. Imagen y presentación de los colaboradores. | X | | X | | X | | |
| Dimensión 2: Acogida | | | | | | | |
| 17. Conocer necesidad de los huéspedes. | X | | X | | X | | |
| Dimensión 3: Atención | | | | | | | |
| 18. Escuchar a los huéspedes | X | | X | | X | | |
| Dimensión 4: Información | | | | | | | |
| 19. Señalización de ambiente | X | | X | | X | | |
| 20. Comunicación oportuna | X | | X | | X | | |


 Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

Otras observaciones generales:

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Raquel', is written over a horizontal line. Below the signature is a rectangular professional stamp. The stamp contains the text: 'Mg. Raquel Silva Juárez', 'LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS', and 'CLAD-01899'.

Firma

Apellidos y Nombres del experto: MGTR. LIC. RAQUEL SILVA JUAREZ

DNI N°: 02846914

Anexo 2: Consentimiento

CONSENTIMIENTO INFORMADO

estimado señor(a) estamos llevando a cabo un estudio de investigación para el grado de licenciado en administración, denominada: **Gestión de la calidad y plan de mejora para la calidad de servicio en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación, Huaraz 2021**

Toda información que usted nos brinda estrictamente confidencial, solo será utilizada con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados. Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 961964176, correo: dignar_62@hotmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Mg. Quise Medina Wilber. Wquispem@uladech.edu.pe

Declaración del participante

Yo, Miguel Ángel Cochachin Zaragoza, identificado con DNI 75 46 9347

Acepto participar voluntariamente en el presente estudio, porque se me explico y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación consiste en responder con veracidad y llenar de forma escrita las preguntas planteadas en el cuestionario.

El investigador se compromete a guardar la confidencialidad y anonimato de mis datos, los resultados se informarán de modo general, guardando en reserva la identidad de las personas encuestadas.

Por lo cual autorizo mi participación voluntaria y firmo este documento como señal de conformidad.



Firma del participante



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene como propósito recabar información de la micro y pequeñas empresas, la misma que podrá ser de utilidad para poder desarrollar el trabajo de investigación denominado: **GESTION DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA MICRO EMPRESA RUBRO HOTEL DULCE TENTACIÓN HUARAZ, 2021.**

Para obtener el título de licenciado en administración, la información que usted brinde será utilizada para fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que Ud. Considere en la siguiente escala.

I.

Generalidades

a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

1. ¿Cuál es su edad?

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. ¿Cuál es su género?

- a) Femenino

1.1. Referente

- b) Masculino

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior universitaria completa
- d) Superior universitaria no completa

4. ¿Qué cargo desempeña dentro de la empresa?

- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Colaborador

5. ¿Cuál es la cantidad de trabajadores que cuenta la empresa?

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

6. ¿Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?

- a) 0 a 3
- b) 4 a 6
- c) 7 a más

7. ¿Ingreso mensual promedio?

- a) menor de s/52,500.00
- b) s/52,500.00 hasta s/595,000.00
- c) mayor a s/595,000.00

8. ¿objetivo de la empresa?

- a) Generar ganancias.
- b) Subsistencia.

II. Preguntas en relación a la gestión de calidad

9. ¿Planifica para mejorar las expectativas de los clientes?

- a) Nunca
- b) Casi nunca.
- c) Algunas veces.
- d) casi siempre.
- e) Siempre.

10. cree, Ud. ¿cree que las estrategias planificadas ayudarían a mejoras sus servicios?

- a) Nunca
- b) Casi nunca.
- c) Algunas veces.
- d) casi siempre.
- e) Siempre.

11. ¿Considera que la capacitación ayudaría a mejorar el servicio en la empresa?

- a) Nunca
- b) Casi nunca.
- c) Algunas veces.
- d) casi siempre.
- e) Siempre.

12. ¿Se ejecuta el plan de trabajo según lo planificado?

- a) Nunca
- b) Casi nunca.
- c) Algunas veces.
- d) casi siempre.
- e) Siempre.

13. ¿Se llega a verificar los resultados, tras implementar un plan de trabajo?

- a) Nunca
- b) Casi nunca.
- c) Algunas veces.

d) casi siempre.

e) Siempre.

14. ¿Se vuelve a planificar un nuevo plan de acción para mejorar los resultados negativos?

a) Nunca

b) Casi nunca.

c) Algunas veces.

d) casi siempre.

e) Siempre.

III. Preguntas en relación calidad de servicio

15. ¿Ud. Cree que los servicios ofrecidos garantizan seguridad y la salud?

b) Casi nunca.

c) Algunas veces.

d) casi siempre.

e) Siempre.

16. ¿La empresa se preocupa por ofrecer o cuidar la imagen y presentación de sus colaboradores?

a) Nunca

b) Casi nunca.

c) Algunas veces.

d) casi siempre.

e) Siempre.

17. ¿Los colaboradores tratan de conocer las necesidades de los huéspedes antes de ofrecerle un servicio?

a) Nunca

b) Casi nunca.

c) Algunas veces.

d) casi siempre.

e) Siempre.

18. ¿Ud. ¿escucha atentamente a los huéspedes sobre sus requerimientos?

a) Nunca

b) Casi nunca.

c) Algunas veces.

d) casi siempre.

e) Siempre.

19. ¿los ambientes o el lugar estan señalizados correctamente?

b) Casi nunca.

c) Algunas veces.

d) casi siempre.

e) Siempre.

20. ¿se transmite una buena comunicación oportuna por parte de los colaboradores al comensal?

a) Nunca

b) Casi nunca.

c) Algunas veces.

d) casi siempre.

e) Siempre.

Anexo 4: figuras

*Características de los representantes de la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación
Huaraz, 2021.*

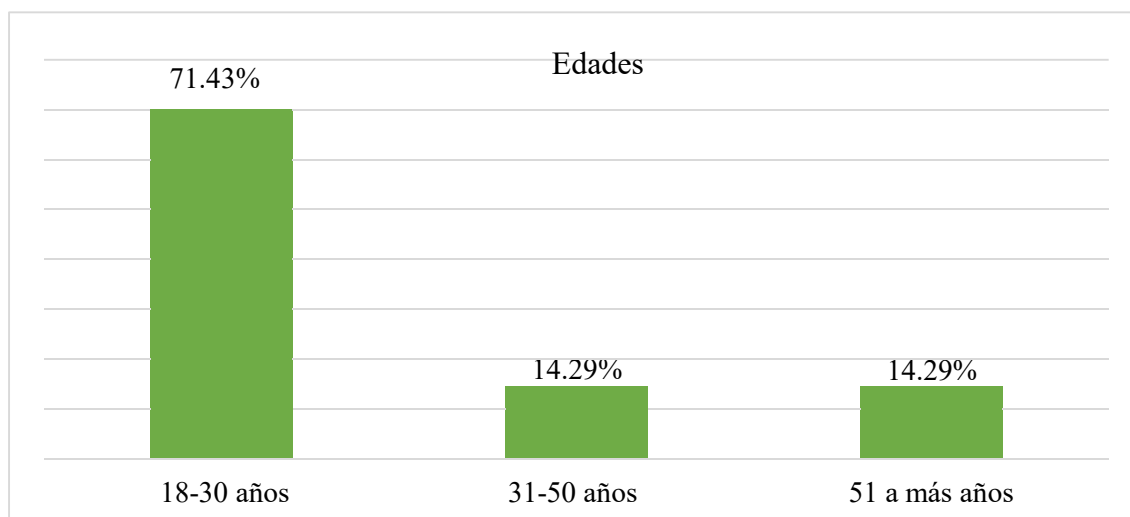


Figura 1. Edades

Fuente. Tabla 1

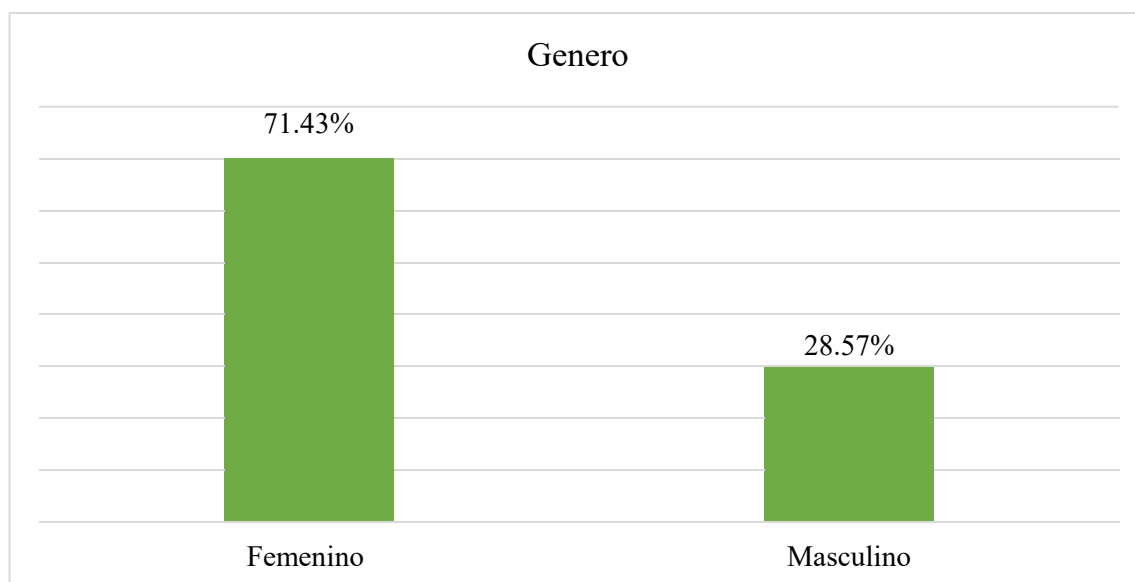


Figura 2. Género.

Fuente. Tabla 1

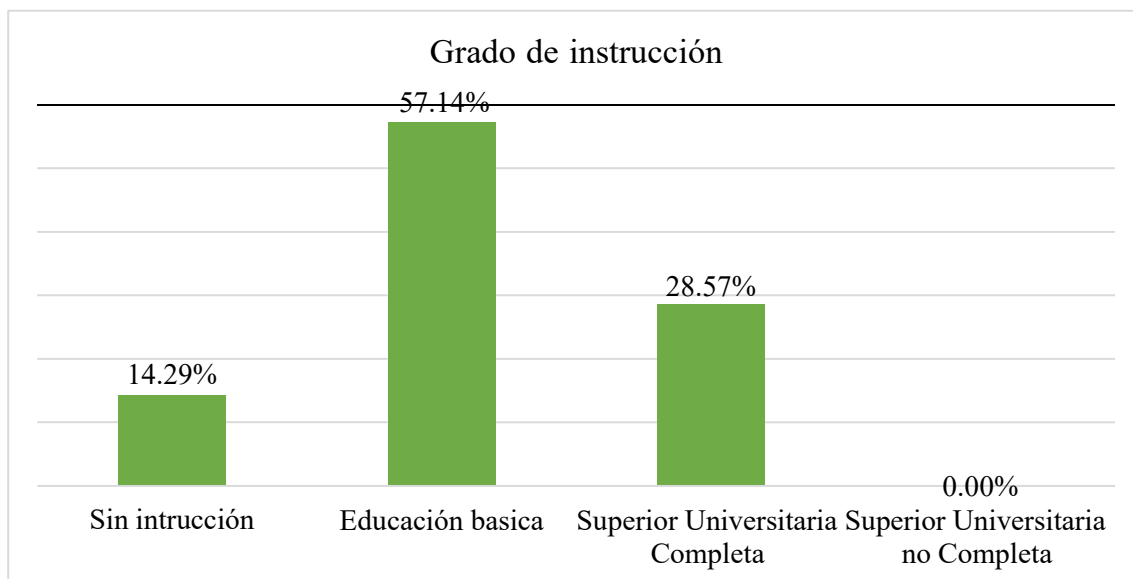


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

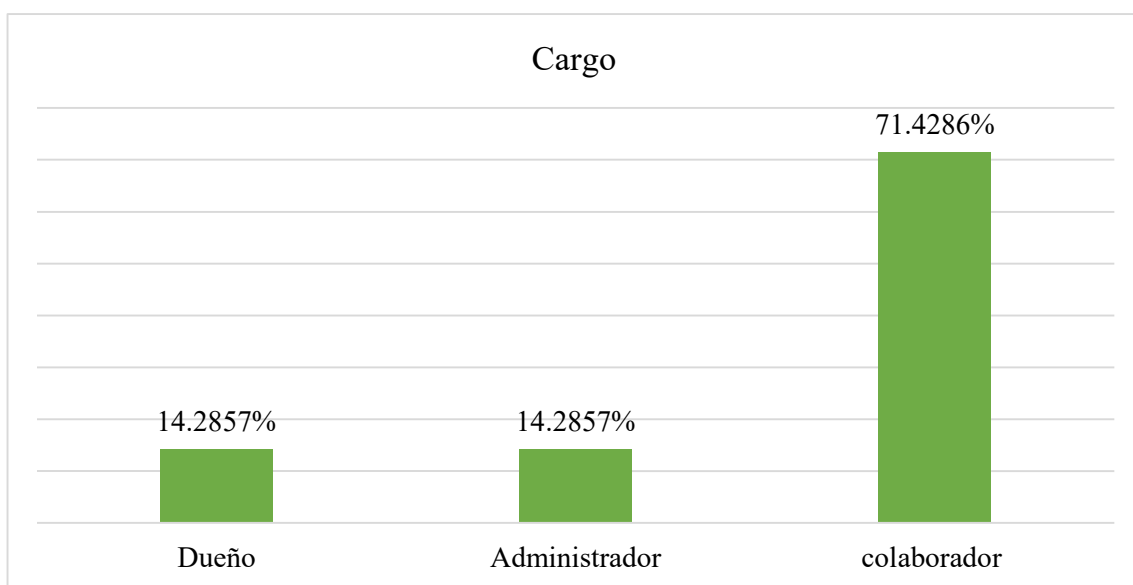


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

Características de la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación Huaraz, 2021.

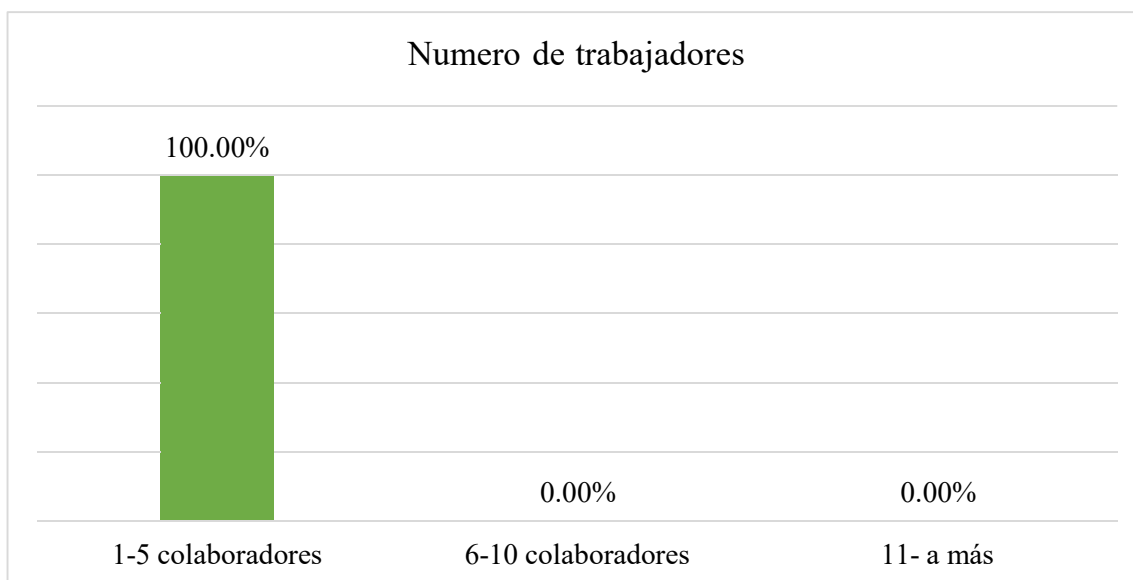


Figura 5. Cantidad de trabajadores

Fuente. Tabla 2

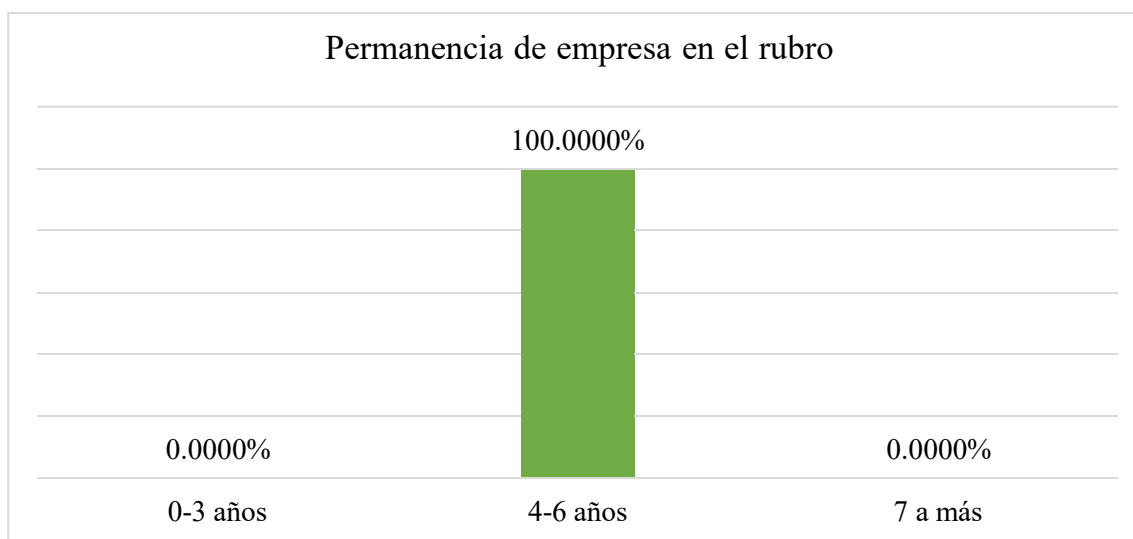


Figura 6. Tiempo de permanencia en la empresa

Fuente. Tabla 2

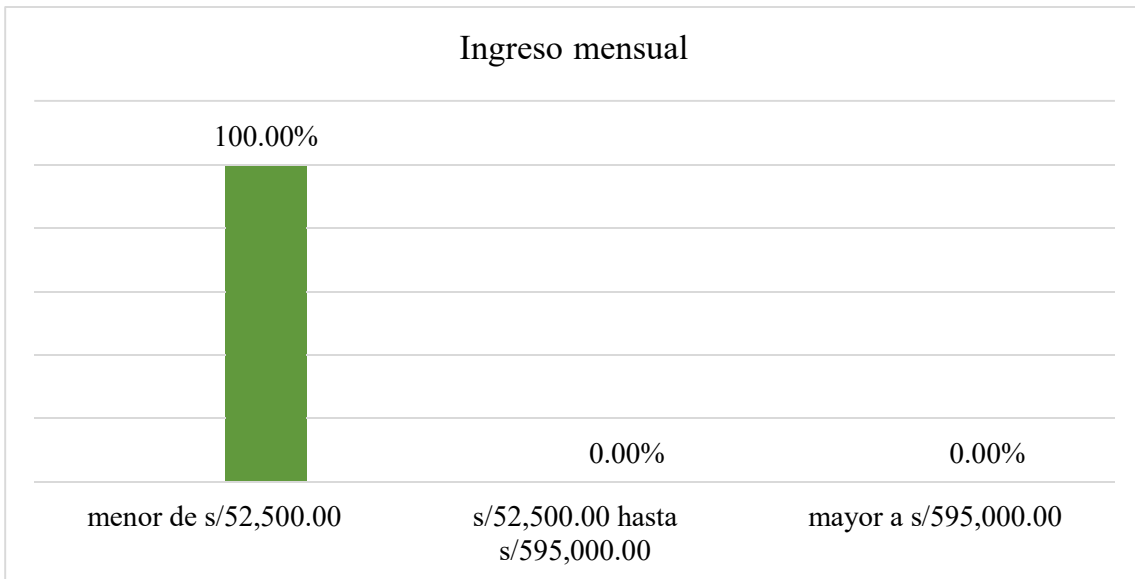


Figura 7. Ingreso promedio mensual

Fuente. Tabla 2

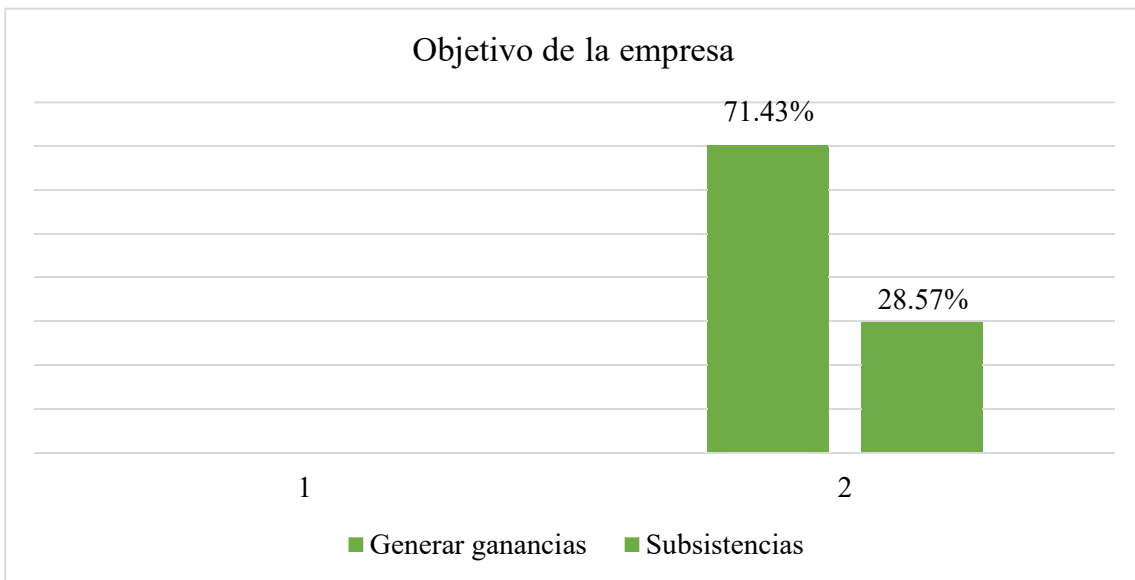


Figura 8. Ingreso promedio mensual

Fuente. Tabla 2

*Características de la gestión de calidad de la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación
Huaraz, 2021.*

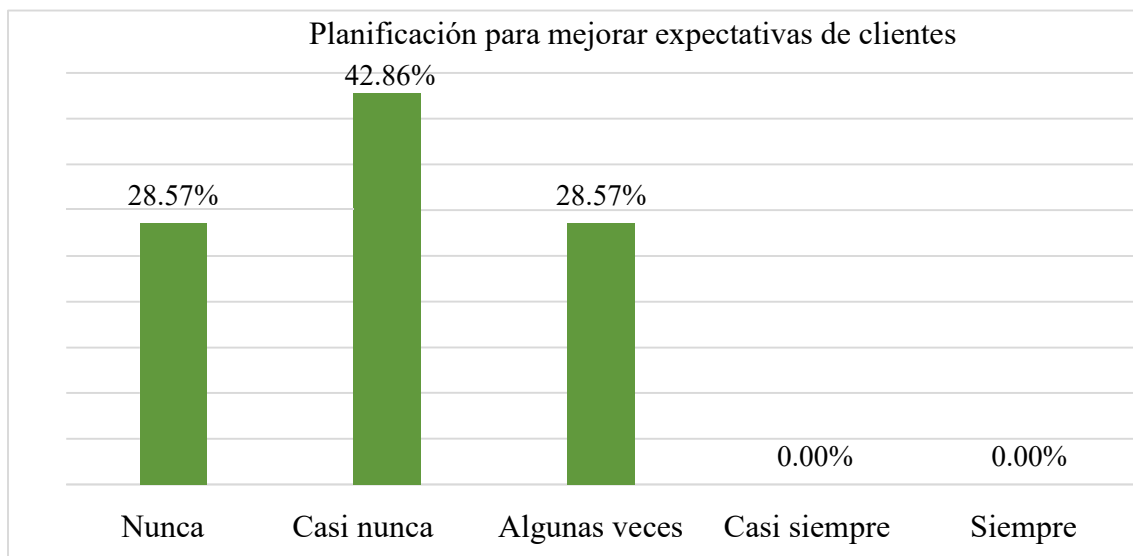


Figura 9. Planificación para mejorar expectativas de clientes

Fuente. Tabla 3

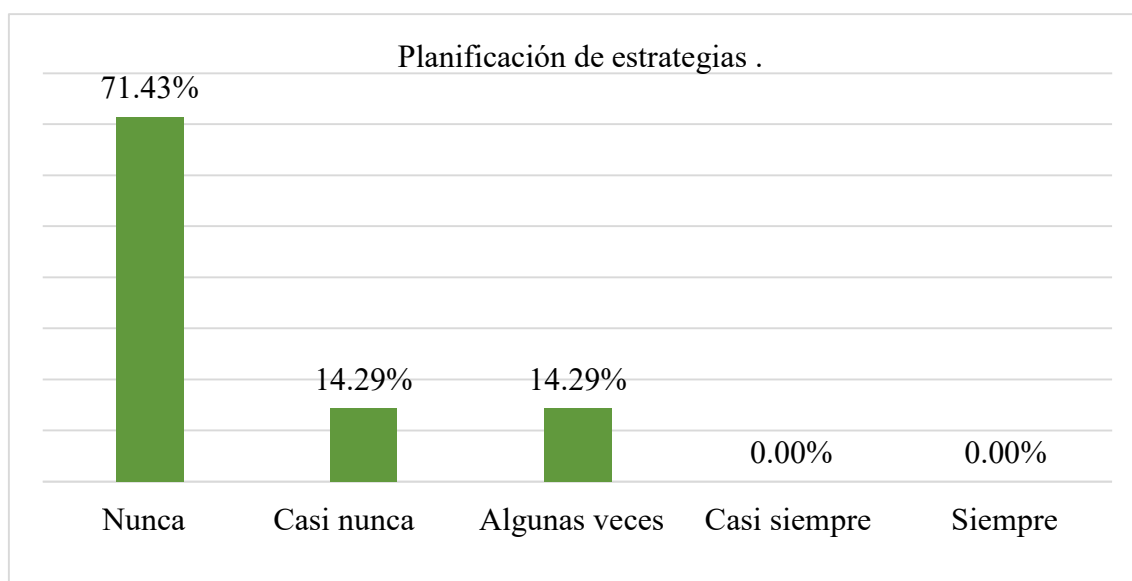


Figura 10. Planificación de estrategias

Fuente. Tabla 3

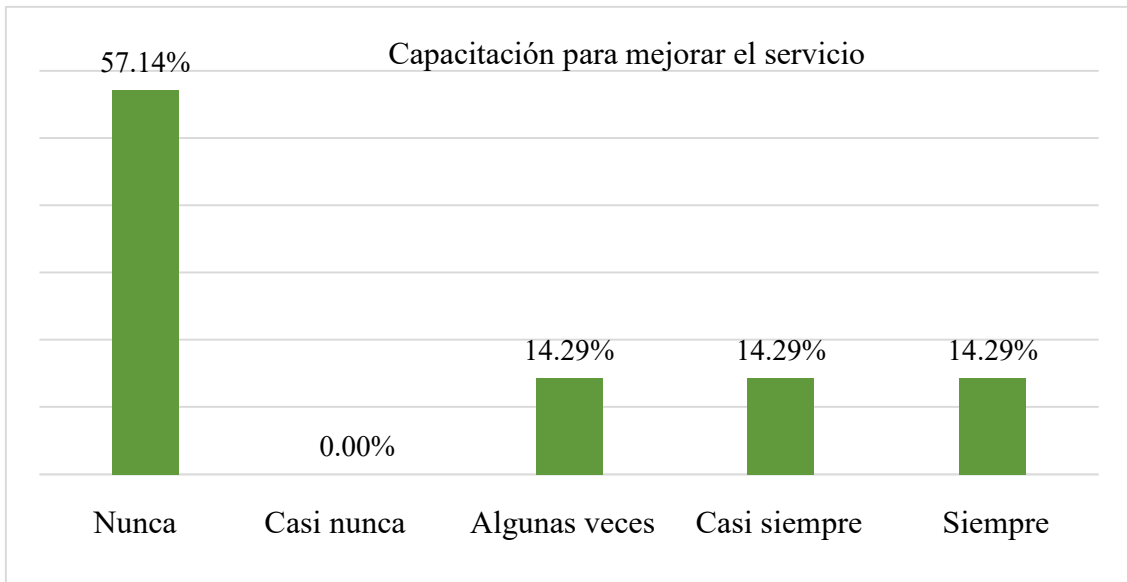


Figura 11. Planificación en la empresa

Fuente. Tabla 3

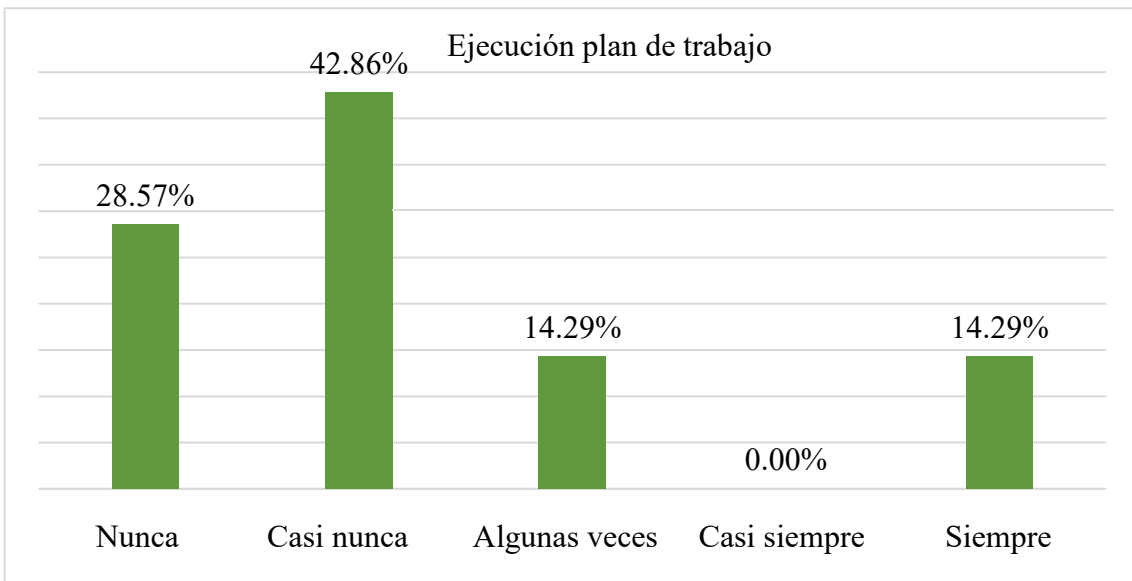


Figura 12. Ejecución plan de trabajo

Fuente. Tabla 3

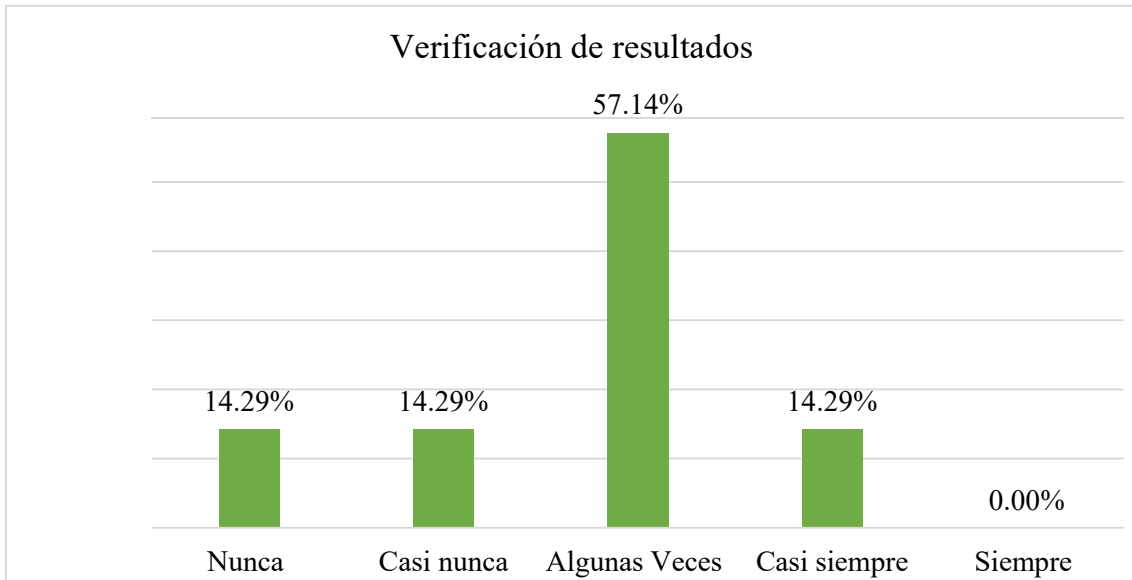


Figura 13. Verificación de resultados

Fuente. Tabla 3

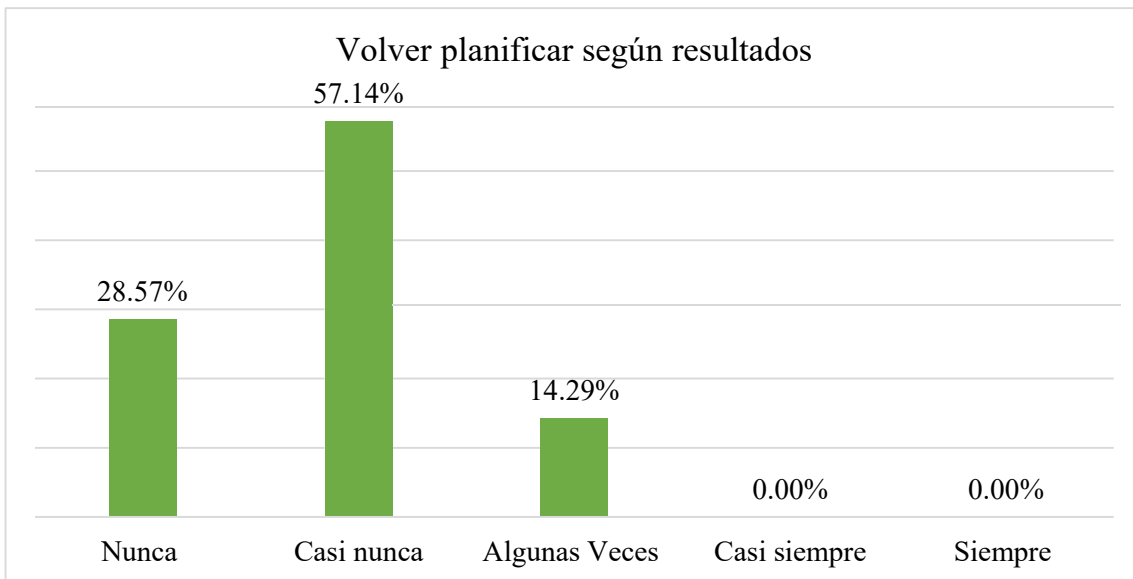


Figura 14. Volver planificar según resultados

Fuente. Tabla 3

*Características de calidad de servicio en la micro empresa rubro Hotel Dulce Tentación
Huaraz, 2021.*

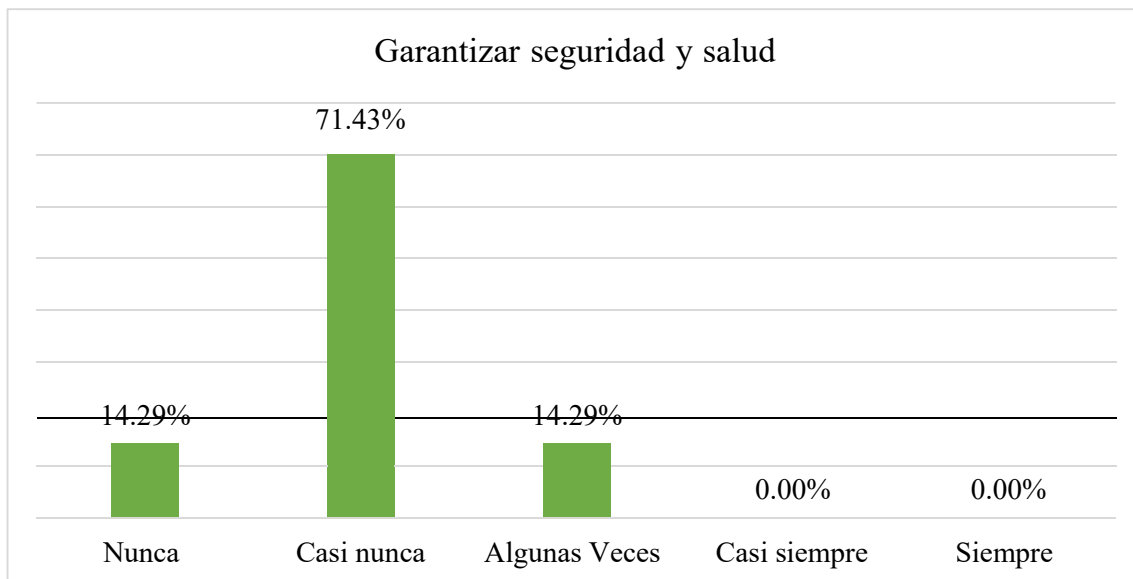


Figura 15. Garantizar seguridad y salud

Fuente. Tabla 4

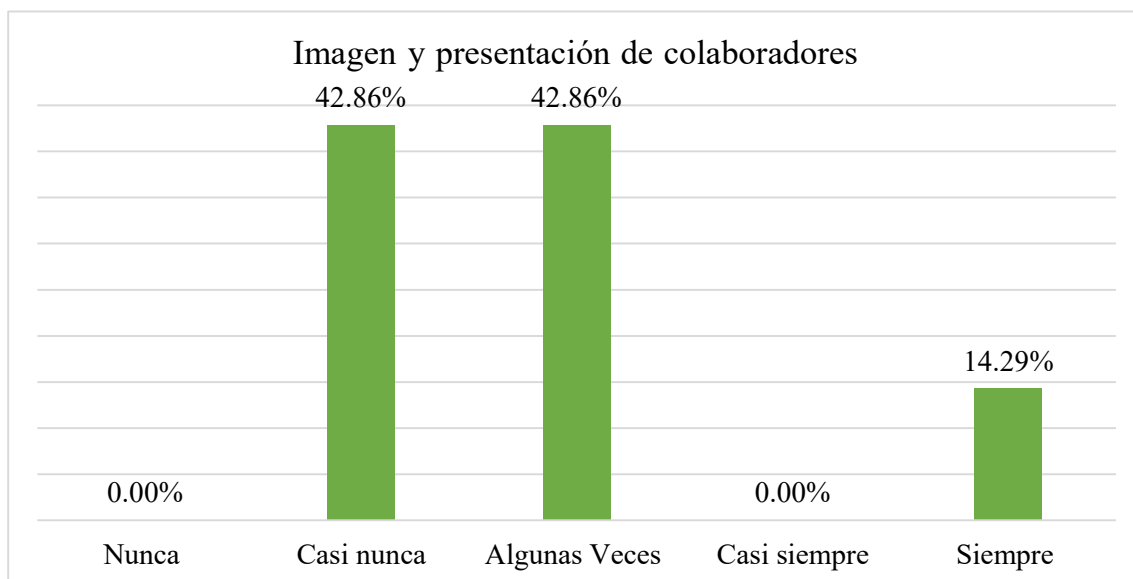


Figura 16. Imagen y presentación de colaboradores

Fuente. Tabla 4

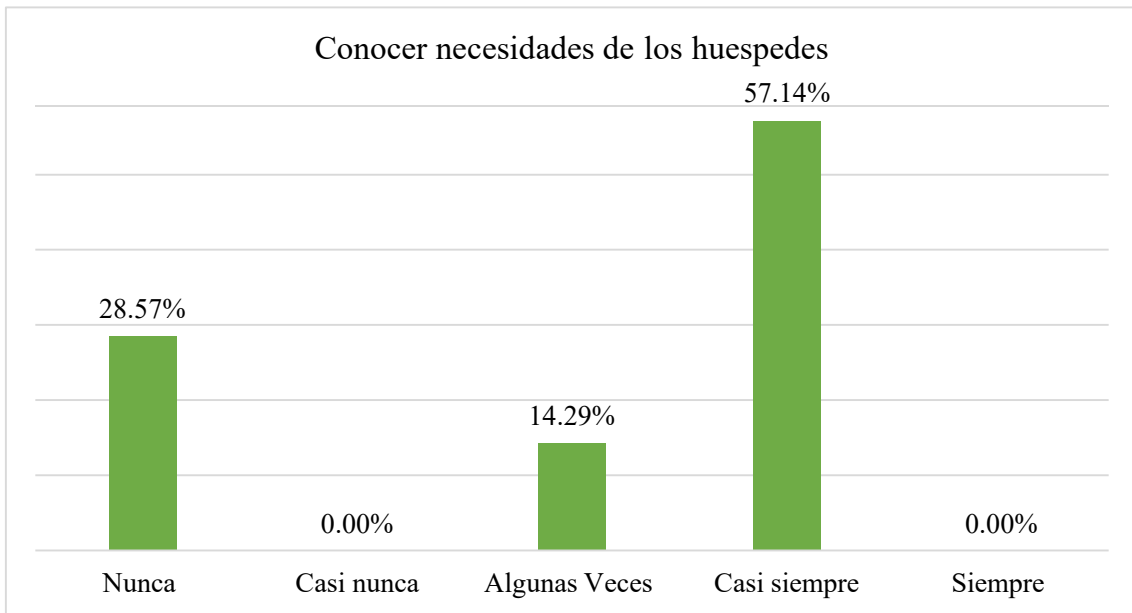


Figura 17. Conocer necesidades de los huéspedes

Fuente. Tabla 4

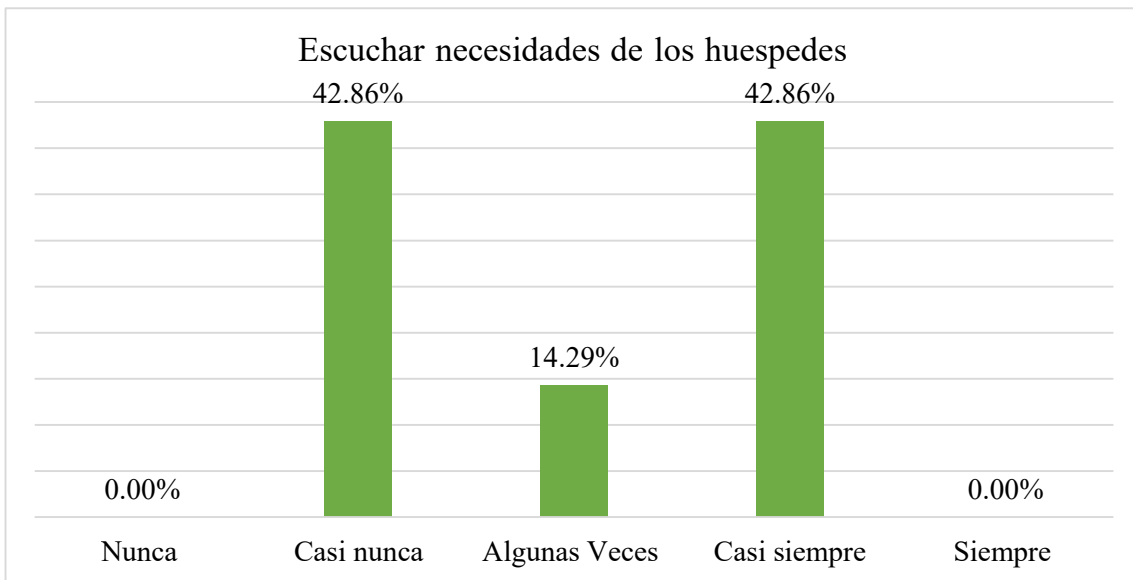


Figura 18. Escuchar necesidades de los huéspedes

Fuente. Tabla 4

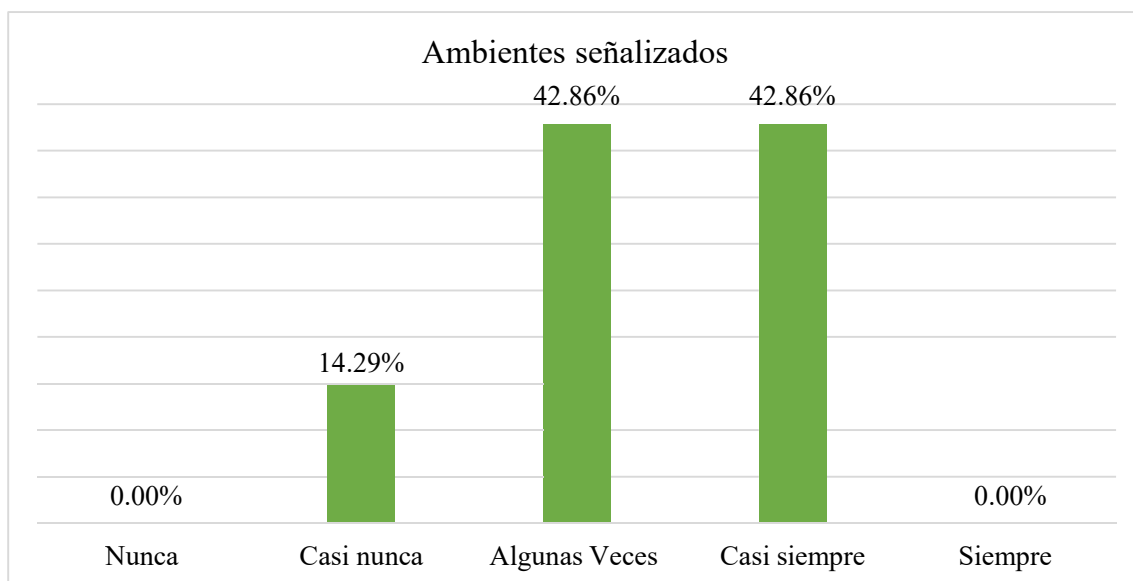


Figura 19. Ambientes señalizados

Fuente. Tabla 4

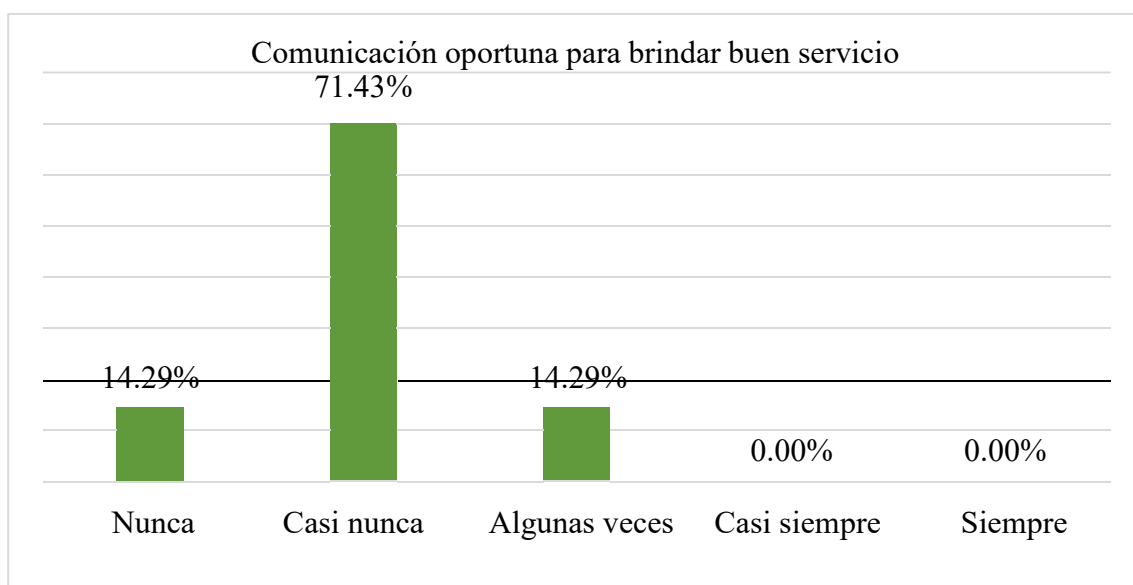


Figura 20. Comunicación oportuna para brindar buen servicio

Fuente. Tabla 4

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante | 5% |
| 2 | 46.210.197.104.bc.googleusercontent.com Fuente de Internet | 1% |
| 3 | docplayer.es Fuente de Internet | 1% |
| 4 | Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante | 1% |
| 5 | repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet | <1% |
| 6 | www.coursehero.com Fuente de Internet | <1% |
| 7 | www.slideshare.net Fuente de Internet | <1% |
| 8 | Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante | <1% |