



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA

“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL
HOTEL BUENOS AIRES DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE
UTILIZANDO ESTÁNDARES DERIVADOS DE LAS
BUENAS PRÁCTICAS, EN EL AÑO 2014”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

BR. VERÓNICA BETSABE CASTRO LIZA

ASESORA:

LIC. NARDA KARINA CHÁVEZ PRÍNCIPE

CHIMBOTE – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

MBA. Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Lic. Narda Karina Chávez Príncipe

Asesora

Agradecimiento

A Dios por darme la salud e iluminarme por el camino del bien y mantenerme siempre de su mano ante las dificultades de la vida.

A mis padres José Moreno Alipio y Martha Liza Ninaquispe por haberme brindado su apoyo incondicional, así mismo por transmitirme su valor para no darme por vencida.

Al Gerente general del Hotel Buenos Aires de Chimbote el Abg. Pastor la Rosa Maximiliano por darme la oportunidad de realizar la presente investigación en su establecimiento hotelero y depositar su confianza en mí.

A mi asesora de tesis, la Lic. Narda Chávez Príncipe, por brindarme los conocimientos necesarios para la realización de esta investigación, por el seguimiento y la supervisión en todo el proceso de la misma, a la vez por su amabilidad y motivación que siempre la identifica.

Dedicatoria

A mis padres por ser mi principal motivo de superación, inspiración y felicidad.

A mis abuelos Julio y Luz por darme una segunda oportunidad en la vida, por estar cada día de mi vida a mi lado, por enseñarme a luchar por lo que anhelo en la vida, por inculcarme valores, principios, empeño, perseverancia y nunca desistir ante las adversidades.

A mis hermanos Ronald y Lorena por su amor, apoyo, consejos y por todos esos momentos bonitos que vivimos en nuestra infancia; así mismo, por estar en cada momento importante de mi vida.

Resumen

La presente investigación cualitativa – cuantitativa de nivel descriptivo se llevó a cabo con el objetivo de evaluar la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, para lo cual se ha desarrollado un estudio de caso único transversal en una empresa dedicada al rubro del alojamiento; las dimensiones evaluadas han sido: buenas prácticas en gestión administrativa; en equipamiento e infraestructura; en gestión del servicio; en gestión medioambiental y en gestión sociocultural; en total se han evaluado 243 estándares. Los resultados indican que en relación al cumplimiento general de los estándares derivados de las buenas practicas el hotel “Buenos Aires” de Chimbote cumple con el 65,2% del total de los estándares, siendo necesario que la empresa implemente los demás estándares con el fin de garantizar un servicio de calidad y la satisfacción del cliente.

Palabras clave: *Buenas prácticas, calidad del servicio, evaluación y hotel.*

Abstract

This qualitative research - quantitative descriptive level was conducted in order to evaluate the quality of service in the hotel “Buenos Aires” of Chimbote in 2014, based on the fulfillment of standards derived from good practices, for which it has developed A cross case a company dedicated to the field of restoration; the dimensions evaluated were: good practices in administrative management; in equipment and infrastructure; service management; environmental management and cultural management; total 243 standards have been evaluated. The results indicate that in relation to overall compliance with the standards of good practice derived “Buenos Aires” hotel Chimbote meets 65,2%, concluding that the quality of the company's average, concluding that the quality of the company's average.

Keywords: *Hotel, assessment, quality of service and best practices.*

CONTENIDO

	PAG.
Hoja de firmas del jurado y asesor.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LITERATURA.....	7
2.1. El servicio de alojamiento	17
2.1.1. Características del servicio de alojamiento.....	17
2.1.2. Clasificación de los establecimientos de alojamiento.....	19
2.2. La calidad en el servicio de alojamiento.....	24
2.2.1. Tipos de calidad.....	27
2.2.2. Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento.....	28
2.3. Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de alojamiento.....	31
2.3.1. Marco normativo de las empresas de alojamiento a nivel nacional.....	31
2.3.2. Estándares de calidad en el servicio de alojamiento.....	35
2.4. Las buenas prácticas en el servicio de alojamiento.....	37
2.4.1 Beneficios de las buenas prácticas.....	39
2.4.2 Características de las buenas prácticas.....	41
2.4.3 Estándares en el servicio de alojamiento derivados de las buenas prácticas.....	42
III. METODOLOGÍA.....	76
3.1 Diseño de la investigación.....	76
3.2 Caso.....	77
3.3 Definición y operacionalización de las variables.....	77
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	80
3.5 Plan de análisis.....	81
3.6 Matriz de consistencia.....	84
3.7 Principios éticos.....	86

IV. RESULTADOS	87
4.1 Resultados.....	87
4.1.1 Historia, oferta, demanda, organización y perfil del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.....	87
4.1.2 Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión administrativa del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.....	106
4.1.3 Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.....	115
4.1.4 Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión del servicio en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.....	125
4.1.5 Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medio ambiental en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.....	136
4.1.6 Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión sociocultural en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.....	142
4.1.7 Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.....	144
4.2 Análisis del resultado.....	146
V. CONCLUSIONES	155

Referencias Bibliográficas

Anexos

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Perfil del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.....	96
Tabla 02: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.....	106
Tabla 03: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.....	115
Tabla 04: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.....	125
Tabla 05: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medio ambiental en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.....	136
Tabla 06: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio cultural en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.....	142
Tabla 07: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.....	144

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01: Organigrama del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.....	93
Figura 02: Sexo del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.....	97
Figura 03: Lugar de procedencia del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.....	98
Figura 04: Edad del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.....	99
Figura 05: Nivel de estudios del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.....	100
Figura 06: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014, según vínculo de su especialidad con el puesto de trabajo.....	101
Figura 07: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote 2014, según su área de trabajo.....	102
Figura 08: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote 2014, según el tiempo que llevan laborando en la empresa.....	103
Figura 09: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, según capacitación recibida en la empresa.....	104
Figura 10: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, según tipo de capacitación recibida.....	105
Figura 11: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el hotel “Buenos Aires”.....	107
Figura 12: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización del hotel “Buenos Aires”.....	108

Figura 13: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad del hotel “Buenos Aires”	109
Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos del hotel “Buenos Aires”	110
Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores del hotel “Buenos Aires”	111
Figura 16: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad del hotel “Buenos Aires”	112
Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del hotel “Buenos Aires”	113
Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing en el hotel “Buenos Aires”	114
Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del hotel “Buenos Aires”	116
Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción del hotel “Buenos Aires”	117
Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las áreas comunes del hotel “Buenos Aires”	118
Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las oficinas del hotel “Buenos Aires”	119
Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las habitaciones del hotel “Buenos Aires”	120
Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacén de pisos del hotel “Buenos Aires”	121

Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al comedor del hotel “Buenos Aires”	122
Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la cocina del hotel “Buenos Aires”	123
Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al área de personal del hotel “Buenos Aires”	124
Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas del hotel “Buenos Aires”	126
Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del hotel “Buenos Aires”	127
Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al ingreso del hotel “Buenos aires”	128
Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la estadía del huésped del hotel “Buenos aires”	129
Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la salida del huésped del hotel “Buenos aires”	130
Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza de habitaciones del hotel “Buenos aires”	131
Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza de áreas comunes del hotel “Buenos Aires”	132
Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la preparación de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”	133
Figura 36: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al servicio de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”	134

Figura 37: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al mantenimiento del hotel “Buenos aires”	135
Figura 38: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua en el hotel “Buenos aires”	137
Figura 39: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de energía en el hotel “Buenos aires”	138
Figura 40: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos en el hotel “Buenos Aires”	139
Figura 41: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos del hotel “Buenos Aires”	140
Figura 42: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación del medio local del hotel “Buenos Aires”	141
Figura 43: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo de la cultura local del hotel “Buenos Aires”	142
Figura 44: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local del hotel “Buenos Aires”	143
Figura 45: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires”	144
Figura 46: Cumplimiento general de los estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires”	145

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 01: Clasificación y categorización de establecimientos hoteleros.....	19
Cuadro 02: Requisitos mínimos de hoteles de dos estrellas.....	34
Cuadro 03: Tarifario de habitaciones.....	91

ÍNDICE DE IMAGENES

Fotografía 01: Fachada del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.....	88
Fotografía 02: Habitación simple del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.....	89
Fotografía 03: Habitación doble del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.....	89
Fotografía 04: Habitación triple del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.....	90
Fotografía 05: Habitación triple del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.....	90
Fotografía 06: Habitación matrimonial del hotel “Buenos Aires” de Chimbote....	91

I. INTRODUCCIÓN

El hombre siempre ha tenido la necesidad de desplazarse por diversos fines, lo que ha generado la necesidad de contar con espacios para poder pasar la noche o permanecer hasta continuar con su travesía.

Cuando los antiguos hombres se aventuraron a salir por primera vez de sus asentamientos tribales, no había hoteles en los cuales pudieran hospedarse, por lo tanto, armaban sus tiendas donde lo deseaban. Los primeros viajeros intercambiaban mercancías por hospedaje. Indudablemente, hospedar fue una de las primeras empresas comerciales, y la hospitalidad fue uno de los primeros servicios a cambio de dinero. Las posadas de los tiempos bíblicos ofrecían un poco más que una cama en el rincón del establo. La mayoría de estos establecimientos eran moradas privadas que ofrecían alojamiento temporal para los extraños. Las tarifas eran razonables pero la compañía era ruda, los viajeros compartían los cuartos con los caballos y el ganado. Luego con el surgimiento del bienestar social, aparecieron lugares más modestos y al alcance del bolsillo, debido a que no existían grandes lujos. (Foster, 2004, p. 283).

A lo largo del tiempo estos establecimientos han ido modificándose y mejorando sus servicios, hoy en día el servicio de alojamiento se constituye en un elemento sin el cual no se podría llevar a cabo la actividad turística, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur - 2012) señala: “El establecimiento de hospedaje es un componente fundamental de la oferta en el sistema turístico ya que sustenta el desarrollo de la actividad turística en cualquier destino al reforzar la motivación de viaje del turista” (p.9). Tal y como lo señala Mincetur el servicio de alojamiento en algunos casos es un aspecto que genera la decisión del viaje a un destino o refuerza la motivación.

En la actualidad las empresas desarrollan su actividad en un contexto altamente competitivo, situación que exige que éstas brinden un servicio de calidad a los clientes que cada día se muestran más exigentes; es así que uno de los medios para alcanzar la calidad son las buenas prácticas, las que se constituyen modos de hacer que se han desarrollado en diferentes lugares y actividades y han demostrado ser efectivas, generando beneficios tanto para las empresas como para el medio ambiente y la comunidad; en la actualidad las buenas prácticas se vienen difundiendo en diferentes

países, dentro de los cuales el nuestro viene desarrollando un sistema que contribuya a mejorar la calidad de las empresas turísticas.

Las empresas de alojamiento en nuestro país se encuentran en un crecimiento continuo, la Sociedad de Hoteles del Perú – SHP (2013) indica: “Los proyectos ejecutados para el desarrollo de la inversión hotelera del país tienen una inversión de 48, 500,000 millones de dólares, concentrándose tal inversión en las ciudades de Lima (Miraflores y Barranco), Pisco, Arequipa, Cusco”. (s.p.). Como se puede ver la inversión se concentra en los destinos turísticos mejor posicionados de nuestro país, pero también se puede observar la generación de pequeñas y medianas empresas dedicadas a este rubro en todo el país.

El desarrollo del servicio de alojamiento reporta una serie de beneficios, siendo el más visible la generación de empleo directo e indirecto, favoreciendo a un gran número de habitantes de la zona en la que éstas empresas prestan sus servicios, contribuyendo además al desarrollo económico de la región, por la demanda de bienes y servicios que se genera tanto en la etapa de inversión como de operación.

Como se ha determinado la calidad debe ser un elemento primordial de la oferta de alojamiento, pero la realidad de nuestro país nos demuestra que existen empresas que prestan un servicio de calidad, mientras que otras no cumplen ni con los requisitos mínimos establecidos en las normas del sector, generando insatisfacción en la demanda y repercutiendo de forma negativa en la imagen y desarrollo del destino. En vista de esta situación Mincetur ha desarrollado un sistema que permite a las empresas obtener una certificación de calidad a partir de la implementación y evaluación de buenas prácticas, al que se ha denominado Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP). Mincetur (2012) afirma: “Es necesario desarrollar políticas de calidad de la empresa, a su vez elaborar un manual de procedimiento por áreas y/o tareas y para el cumplimiento de las Buenas practicas asignar a una persona responsable para su supervisión”. (s.p.).

Al respecto Mincetur (2012) refiere que se ha implementado el Sistema de Aplicación de las Buenas Practicas – SABP, donde este instrumento se orienta a promover la competitividad de las empresas turísticas, entendiéndose que la competitividad de un destino turístico está determinada, inicialmente, por la percepción de la calidad de la experiencia que el visitante espera disfrutar durante su estadía. Así

mismo, considera que el prestador que aplique el 80% de las buenas prácticas contenidas en el respectivo Manual, se hace acreedor a un Reconocimiento de Buenas Prácticas.

En este sentido la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco - Dircetur Cusco (2009) menciona:

La preocupación por la calidad se debió a que no sólo se convirtió en uno de los requisitos primordiales de los productos o servicios, sino que pasó a ser un factor estratégico, para que muchas empresas mantengan su posición en el mercado, así como coadyuvar a su supervivencia. Señala que las buenas prácticas como estrategia para lograr la calidad buscan brindar herramientas básicas para el diseño e implementación de un programa que conlleve a la prestación de un servicio de calidad. (p.12).

Como ya se ha señalado, hoy en día las exigencias de los clientes son cada vez mayores y la competencia es creciente, es por ello que las empresas deben buscar responder a esas expectativas a través de un servicio de calidad que supere esas expectativas fortaleciendo su competitividad en el sector. Mincetur (2008) afirma:

El cliente que se hospeda desea encontrar un ambiente limpio e higiénico, acogedor, sentirse bienvenido, seguro, confortable, pagar el precio justo por el servicio a recibir, desean que les presten mayor atención, información y seguimiento. El cliente de hoy no sólo busca satisfacer la necesidad fisiológica de dormir, de descansar; busca satisfacer otro tipo de necesidades que valora y está dispuesto a pagar, como televisión por cable, servicio al cuarto, Internet, así no sea una exigencia de la regulación vigente para la categoría del establecimiento de hospedaje. Recibir servicios específicos como si estuvieran hechos, o al menos lo pareciera, exclusivamente para ellos. (p. 12).

En el plano local en los últimos 10 años se viene evidenciando el crecimiento de la oferta de alojamiento, así tenemos que, según M. Zevallos, Responsable del área de turismo de la Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo de la Sub Región Pacífico de Santa (2014) menciona: “En la ciudad de Chimbote existen 128 establecimientos de

hospedajes, 239 habitaciones y 5690 camas, los cuales tienen una ocupabilidad promedio del 35 %, la permanencia de la demanda es de 1.27 días en promedio”.

En materia de calidad en el servicio de alojamiento existen serias deficiencias, siendo las más resaltantes la falta de equipamiento, servicio deficiente, falta de higiene, dando como resultado un servicio de calidad media. Por otro lado, para mejorar la atención de estos establecimientos, no es necesario cerrarlos, sino tomar las medidas necesarias, brindando capacitaciones constantes y las herramientas necesarias. (A. Honores, Responsable del Departamento de Cultura de la Municipalidad Provincial de Santa, 07 de julio de 2014).

En este contexto, el Hotel Buenos Aires es una empresa dedicada al rubro del alojamiento, la empresa principal se originó en el año 1998 e incorpora como sucursal el Hotel Buenos Aires S.R.L en el año 2012 como hotel de dos estrellas, ubicado en la Ciudad de Chimbote en el Jr. Villavicencio N° 231, la cual es una zona céntrica y accesible para los viajeros que visitan la ciudad, ofreciendo a sus huéspedes habitaciones simples, matrimoniales, dobles y triples, siendo su demanda principalmente corporativa.

La evaluación con respecto a las buenas prácticas de la empresa permitió determinar los puntos débiles para mejorar el servicio, siendo la pregunta que se planteó en la investigación *¿Cuál es la calidad del servicio del Hotel Buenos Aires de la ciudad de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014?*

La investigación ha tenido como objetivo general evaluar la calidad del servicio del hotel Buenos Aires de Chimbote en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014, el cual se alcanzó a través de los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características del hotel Buenos Aires, relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal. Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a: la gestión empresarial; equipamiento e infraestructura; gestión del servicio; gestión medioambiental y gestión socio-cultural.

En cuanto a la metodología de la investigación, tenemos que se trató de una investigación cualitativa-cuantitativa, basada en un estudio de caso único, con un nivel

descriptivo, las técnicas empleadas fueron la entrevista y la observación, por otro lado, los instrumentos utilizados fueron la ficha de entrevista, la ficha de observación y una cámara fotográfica. Se realizó un gran esfuerzo para la recopilación de la información del establecimiento de alojamiento, puesto que el gerente de la empresa carecía de tiempo disponible para la entrevista personal y a la vez fue complicado pedir el permiso necesario para poder aplicar las guías de observación en el establecimiento y realizar las tomas fotográficas, debido a que no se podía interferir con las actividades cotidianas de los colaboradores

La importancia de la investigación radica en la evaluación basada en el cumplimiento de las buenas prácticas en la empresa, lo que permitió obtener un diagnóstico que posibilitó identificar los puntos en los que no se viene cumpliendo, lo cual va a permitir mejorar el servicio del hotel y mejorar la satisfacción de los clientes. La calidad en los servicios hoteleros es esencial en la conformación de los mismos, puesto que es la calidad el instrumento adecuado para fidelizar a los clientes y poder asegurar la permanencia en el mercado, es por ello que se considera como un beneficio ya que de esa manera se obtendrá una mejor calidad de servicios y por ende el crecimiento de la demanda que asiste al establecimiento de hospedaje. Es necesario mencionar que brindando un servicio de óptima calidad se contribuirá con el crecimiento del flujo turístico del destino turístico, y a la vez adoptar una imagen positiva que impulse a la demanda a querer volver al destino visitado.

Por otro lado, mediante esta investigación se ha podido contribuir al conocimiento de la dinámica del sector de alojamiento en la ciudad, por lo que también se beneficiará la comunidad académica, ya que como se ha identificado en Chimbote existen pocas investigaciones en cuanto al sector turismo, por ello servirá como fuente de investigación en temas de calidad y buenas prácticas en los establecimientos de alojamiento, al mismo tiempo también se beneficiarán las autoridades del sector al disponer de información sobre las empresas prestadoras de servicios turísticos existentes en la ciudad de Chimbote.

La investigación consta de cinco partes; en la primera parte se presenta la introducción, en la que se contemplan aspectos generales de la investigación como son la problemática, la pregunta de investigación, los objetivos y la justificación; en la

segunda parte se presenta la revisión de literatura, incluyendo una revisión de antecedentes vinculados con la investigación a nivel internacional y nacional, por otro lado, se incluyen las bases teóricas en las que se han desarrollado temas como el servicio de alojamiento, la calidad y las buenas prácticas; en la tercera parte se contempla la metodología de la investigación, en la que se considera el tipo, nivel, diseño y caso de la investigación, además de las técnicas e instrumentos, procedimiento de recolección de datos y análisis de datos; en la cuarta parte se presentan los resultados , incluyendo las características generales del establecimiento de hospedaje como la historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal, por otro lado se contempla el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, en las que se muestra las tablas y gráficos con los resultados obtenidos con respecto al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, además se presenta el análisis de los resultados; finalmente en la quinta parte se presentan las conclusiones.

Entre los principales hallazgos de la investigación con relación al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas tenemos que, de los 284 estándares evaluados, la empresa cumple con 159, lo que indica que la calidad de la empresa es media, ya que cumple con un 56,0% del total de los estándares. Para que la empresa llegue a un nivel de calidad adecuado, debe poner énfasis en mejorar el equipamiento e infraestructura, la gestión del servicio y la gestión medioambiental.

II. REVISION DE LITERARUTRA

A nivel internacional y nacional se observa que se han desarrollado diversas investigaciones sobre la calidad de servicio en establecimientos de hospedaje, la mayoría se enfocan en evaluar la calidad de servicio según el punto de vista de los clientes; a continuación, se presentan las investigaciones sobre la calidad del servicio, en donde se han considerado realizar propuestas de mejora y estrategias para mejorar el servicio.

Ventura (2008) en su tesis denominada propuesta de mejora en la calidad del servicio para el departamento de recepción en un hotel de Gran Turismo, México, sostuvo que el propósito de la investigación fue determinar la percepción del cliente respecto a la calidad en el servicio que se le otorgó en el departamento de recepción del hotel Royal Pedregal del 15 de abril al 15 de junio del año 2008, a partir de la información que se obtuvo del diagnóstico se elaboró una propuesta de mejora de calidad en el servicio a los clientes, para que de esa manera puedan tener un mejor desempeño de las tareas encomendadas al departamento y satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. El tipo de investigación fue cualitativa, empleando como instrumento de medición un cuestionario, para el cual se tomó una muestra no aleatoria de 100 huéspedes de la población total del hotel correspondiente a 1090 en el periodo Abril-Junio de 2008, para los que se consideraron sólo clientes asiduos y que su motivo principal de hospedaje fuera el de realizar negocios o reuniones de trabajo en la Ciudad de México; tomando en consideración que estos tuvieran una estancia mínima de una noche y una máxima de cinco. En esta investigación se evaluó la calidad en el servicio a partir de cinco variables: elementos tangibles, sensibilidad en la atención, fiabilidad, empatía y seguridad, mediante la modificación del modelo Servqual. Se analizaron los problemas más comunes que se presentaron en el manejo de los procesos operativos y administrativos del departamento de recepción; con base en ello, se propusieron diversas medidas de corrección que pueden ayudar a elevar el nivel de satisfacción del cliente, y así poder obtener una mejora en los servicios que brinda este departamento. La investigación aportó propuestas de mejora para que el personal de recepción tenga un mejor desempeño en la atención, de tal forma que los clientes perciban el cambio como un beneficio en el servicio al obtener mejores prácticas en el departamento de recepción y de la

calidad en el servicio. Entre los resultados más destacados se encontró que la sensibilidad con la que es tratado el huésped es el aspecto más relevante que tiene que ser atendido para mejorar la calidad del servicio de este departamento, seguido de la necesidad de mejorar los procesos operativos del departamento para que sean más fiables ante la opinión del huésped; también se tuvo la necesidad de fortalecer las habilidades profesionales del personal; las condiciones del espacio y estética de recepción y por último una mayor empatía de los empleados hacia los huéspedes. Se concluye que la propuesta de mejora benefició tanto a los clientes como a los prestadores de servicio, ya que se logró mejorar las percepciones de los clientes, los cuales permanecerán fieles al establecimiento y, por otro lado, los empleados pudieron mejorar en mayor medida sus capacidades de servicio y atención al cliente.

De Yta (2006) en su investigación realizada en México, buscó determinar si las capacidades organizacionales distintivas y ventajas competitivas sostenibles en la micro, pequeña y mediana empresa hotelera, es directa y positiva. Para explicar esta relación se partió de la teoría de recursos y capacidades, analizando la capacidad emprendedora, la capacidad de mercadotecnia, la innovación organizacional y una ventaja competitiva sostenible. El tipo de investigación fue descriptivo y correlacional, la investigación se realizó en cuarenta y nueve empresas hoteleras de los municipios de Oaxaca de Juárez y Puebla de Zaragoza, el 59% de ellas son pequeñas, el 25 % son micro y el 16% son medianas empresas. Para la obtención de los datos se utilizó un cuestionario bajo la modalidad de entrevista estructurada dirigido a los dueños, gerentes, directores y encargados de las empresas hoteleras. Se encontró que la capacidad de mercadotecnia se relaciona fuertemente con la innovación organizacional y con una ventaja competitiva sostenible, pues en la empresa hotelera se da una gran interacción con el consumidor y ésta se constituye en una fuente importante de información para realizar innovaciones y posee altas dosis de inimitabilidad para permitir el sostenimiento de una ventaja competitiva; en cuanto a la capacidad emprendedora se determina que permitió potenciar la capacidad de mercadotecnia, ya que el emprendedor generalmente percibe las oportunidades que ofrece el mercado y moviliza recursos a fin de ir a su encuentro. Estas posesiones de la empresa no pueden percibirse con facilidad por los competidores, pero sí son muy valoradas por los consumidores, lo que puede permitir que la empresa logre una

ventaja competitiva sostenible difícil de imitar y que tenga la capacidad de desarrollar innovaciones y otras capacidades para alcanzar la sostenibilidad global. La investigación concluye en que una vez que las empresas hayan alcanzado la competitividad sostenible, pueden ser capaces de dar el siguiente paso para lograr una sostenibilidad que involucre la responsabilidad social y ambiental, de tal manera que se genere una riqueza sostenida y en armonía con el desarrollo integral de sus entornos.

De Alba (2007) en su tesis de maestría sobre los sistemas de información para la administración en los hoteles de cuatro estrellas en el Acapulco tradicional, México, buscó marcar la importancia que se generó de la vinculación del sector hotelero y su administración con los sistemas de información con el fin de mostrar la importancia que tiene la exploración de las TIC's puesto que éstas son clave para elevar el desempeño y la competitividad de los Hoteles en estudio. El tipo de investigación fue descriptiva no experimental, se realizó una búsqueda específica de características y rasgos importantes del fenómeno de estudio, es decir del uso de los sistemas de información dentro de los hoteles caso de estudio. En esta investigación se analizaron conceptos y teorías entorno a las empresas turísticas, hotelería y a los sistemas de información. Para la investigación se tomó como población 30 clientes por hotel, para el cliente externo y para el cliente interno se tuvo contacto con los jefes de departamento. Como no todos los hoteles contaban con el requisito de ser cuatro estrellas y estar dentro de la zona del Acapulco tradicional son únicamente 150 muestras para el cliente externo y 5 para el cliente interno. Después de la observación realizada en los hoteles de cuatro estrellas, se encontró que los problemas más frecuentes se relacionan con el manejo y administración de la información. Al interior de los hoteles el principal problema es que simplemente se tiene un solo sistema de información el cual sólo está a cargo de un departamento (recepción). En cuanto a los hoteles que fueron el caso de estudio se observó que tienen una gran cantidad de visitantes que muchas veces esta popularidad que tienen es gracias a la mercadotecnia de boca en boca y no precisamente por grandes campañas de publicidad. Por otro lado, se observó que hay muchas deficiencias en las páginas de reservaciones de los hoteles, muchas veces ni siquiera desplegaban la página para hacer reservaciones, estas en otras ocasiones solo estaban en inglés, cuando por fin

se lograba pasar estos obstáculos la información que se requería y se enviaba no llegaba con prontitud a su destino tardaba más de 3 días en ser contestada por E-mail, se consideró que este es un punto donde se tiene que trabajar fuertemente para poder competir con las cadenas hoteleras. Finalmente, en la investigación se concluye que los sistemas de información facilitan el accionar de los directivos generales, así como el accionar de los gerentes de departamentos para una mejor toma de decisiones que se refleja en las mejoras continuas de los hoteles, debido a que se busca innovar y ampliar el mercado de visitantes.

Maillen (2013) desarrolló una tesis titulada los eventos como herramienta de comunicación en los hoteles de la ciudad de Paraná, Argentina, la que consistió en reconocer las potencialidades de la organización de eventos como una herramienta dentro de las estrategias de comunicación de los hoteles, con el fin de elevar al máximo su poder de persuasión y comunicación con las empresas, de manera que éstas vuelvan a elegir al hotel como lugar de sede. La investigación se desarrolló en el Hotel & Spa Maran Suites & Towers y en el Gran Hotel Paraná, ambos con una categoría de cuatro estrellas. Se realizó un estudio a través de la formulación de entrevistas a los gerentes del departamento de eventos de los hoteles señalados, para determinar el grado de importancia que éstos brindan a los eventos empresariales y si incluyen a los mismos en sus estrategias de comunicación, aplicando asimismo la técnica de la observación directa y un análisis de las páginas webs de los hoteles entrevistados para observar la infraestructura y equipamiento que ofrecen a las empresas durante los eventos. También se realizó encuestas a distintas empresas para determinar cuál es el grado de preferencia que éstas poseen sobre los hoteles para realizar sus eventos, de las cuales el 78% de las empresas realiza eventos y el otro 22% restante no los realiza, de las empresas que realizan eventos el 86 % posee mayor preferencia sobre el Hotel Spa Maran Suite \$ Towers y el 14% sobre el Gran Hotel Paraná. Después de aplicar las entrevistas se obtuvo que ambos hoteles realizan eventos empresariales y el departamento que se encarga de llevarlos a cabo es el de marketing y eventos. En el Hotel Spa Maran & Suites la frecuencia con que las empresas contratan el servicio de la organización de eventos se da una vez por semana mientras que en el Gran Hotel Paraná la frecuencia de contratación es una vez cada quince días, en ambos hoteles los tipos de eventos que se realizan van desde

conferencias, jornadas de capacitación, fiesta de fin de año y clases magistrales, ambos hoteles opinaron que realizar eventos para la personal mejora la comunicación interna del hotel. De la técnica de la observación directa se pudo deducir que los salones del Hotel Spa Maran & Suites son más modernos que los de Gran Hotel Paraná debido a la decoración y el equipamiento que poseen. Sobre el análisis de las páginas web: El hotel Maran & Suites posee una capacidad máxima de 1285 personas y mínima de 314, así mismo cuenta con seis salones para eventos, mientras que el Gran Hotel Paraná posee una capacidad máxima de 170 personas y una mínima de 45, a la vez solo dos salones para eventos. El hotel Maran & Suites posee mayor cantidad de servicios y equipamiento que el Gran Hotel Paraná. Al finalizar la investigación se obtuvo que aquel hotel que si integra a los eventos a su estrategia de comunicación posee un mejor posicionamiento en el mercado de los eventos empresariales en relación a aquel que no los integra.

Barrios (2011) en su investigación titulada Motivación en Recursos Humanos, atención al cliente y el servicio en las distintas áreas del hotel Viasui, Argentina, corroboró la influencia que ejerce la motivación y la capacitación sobre la atención al huésped y determinó los elementos más relevantes que le brindan satisfacción al cliente en el hotel Viasui. El tipo de investigación fue correlacional. Se realizó entrevistas para medir el grado de satisfacción del personal y del huésped, en cuanto a la motivación, capacitación, comunicación, atención al cliente y el servicio destacando la relación que existe entre cada uno de ellos, para ello se tomó como unidad de estudio a los empleados de las distintas áreas del hotel Viasuí y a los clientes que recibían el servicio brindando por los mismos, así mismo se realizó una entrevista a la gerente del hotel Viasui. Se buscó obtener la opinión de todos los empleados como así también de los huéspedes alojados en el hotel Viasui. Al analizar las entrevistas realizadas a los huéspedes se pudo notar que la gran mayoría destaca la atención recibida por parte de los empleados y su predisposición en todo momento, dejando en un segundo plano lo relacionado con el servicio en sí, como la infraestructura, debido a esto, muchos huéspedes logran satisfacer sus necesidades, logrando de este modo la fidelización de muchos de sus clientes, también se logró percibir la preocupación del mismo por hacer llegar sus ideas o inconvenientes surgidos durante su estadía. Enfocando como punto principal la opinión de los

empleados del hotel en cuanto a su motivación y capacitación por parte de la Organización se obtiene que el personal motivado genera un buen ambiente laboral y aumenta las ganas de los mismos por permanecer en el hotel, así mismo se observó que los empleados de las distintas áreas poseen una cierta autonomía a la hora de resolver inconvenientes planteados por los huéspedes, existiendo también desconocimiento por parte de muchos empleados de las quejas o elogios realizados por los huéspedes. Sobre la entrevista a la Gerente se observó que se encuentra abierta a nuevas ideas y trata mediante sus mecanismos de motivar constantemente a sus empleados. Se concluye que un mayor nivel de capacitación al personal sería de gran utilidad para que se sepan desenvolver en forma más eficaz en sus actividades y áreas, por otro lado, considerar la posibilidad de implementar un manual de procedimiento para aquellas áreas que así lo requieran.

Gonçalves, Fraiz y Manosso (2013) desarrollaron la investigación denominada Calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia, España, tuvo como objetivo discutir el Turismo de Salud a partir del análisis del Turismo Termal, así como comprender la calidad de las experiencias vividas por los huéspedes en los establecimientos termales, realizando un estudio de caso en los hoteles - balnearios de Galicia en España. El tipo de investigación fue exploratoria. Se analizaron los comentarios publicados por los turistas posteados en los sitios web Trivago, Tripadvisor y Booking.com, se analizaron elementos que se relacionan con las dimensiones de la experiencia, tales como calidad, satisfacción, en la experiencia del hotel, de ese modo se pudo apreciar mejor lo que es importante para los huéspedes cuando se aborda la calidad de la experiencia, dentro de las dimensiones de la experiencia definidas por Pine II & Gilmore, pudiéndose observar la reputación de estos emprendimientos frente a sus consumidores. Como uno de los principales resultados en cuanto a la calidad de la experiencia turística, se considera que deben concentrar sus acciones para que puedan proporcionar los consumidores experiencia memorables en el ámbito emocional, físico, intelectual y espiritual. También se observó que los huéspedes en su mayoría evalúan positivamente la calidad de la experiencia vivida en los hoteles-balnearios de Galicia, en donde los aspectos más relevantes identificados por este estudio y que permitieron comprender la situación actual e identificar pautas para el futuro del turismo termal en Galicia fueron la

localización de los emprendimientos, el entorno y la oferta complementaria, la importancia dada por los huéspedes a la atención, la alimentación, el confort, el precio, las instalaciones termales y la calidad de los equipamientos y tratamientos. Cabe resaltar que los aspectos positivos superan a los aspectos negativos, demostrando que los servicios prestados por los establecimientos son percibidos positivamente por los clientes. Al final concluyeron que con los datos presentados perciben que es esencial que los emprendimientos termales verifiquen lo que publican sus huéspedes en los sitios especializados en medios de hospedaje, para poder ofrecer servicios de calidad que satisfagan las necesidades y deseos de los clientes para que las experiencias vividas en esos establecimientos sean inolvidables.

Amado (2014) en su investigación buscó evaluar la calidad del servicio del hotel “El Patio de Monterrey” de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014. La investigación se desarrolló como un estudio de caso único, cualitativo y cuantitativo de nivel descriptivo. Se emplearon las técnicas de la entrevista y la observación. Para la recolección de datos se realizó una entrevista con el propietario, se aplicó el cuestionario a todos los colaboradores del hotel y por último se aplicaron las cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad del servicio, de acuerdo a los estándares de calidad derivados de las buenas prácticas, las que han abarcado la gestión administrativa, equipamiento e infraestructura, gestión de servicio, gestión medio ambiental y gestión socio cultural. En lo que respecta la gestión administrativa la empresa cumplió con el 51,8% de los estándares evaluados, se consideró que se podría mejorar para que la empresa pueda consolidarse y asegurar su permanencia en un mercado que cada día se hace más competitivo; en cuanto al equipamiento e infraestructura la empresa cumplió con el 89,01% de los estándares evaluados, se observó que el local y su equipamiento afectan la calidad del servicio, por ellos es necesario mejorar los aspectos que aún no se cumplen; en lo que respecta a la gestión del servicio la empresa cumplió con el 73,7% de los estándares evaluados, siendo necesario que paulatinamente se incluyan los estándares que no se cumplen, para garantizar la plena satisfacción de los clientes; en cuanto a la gestión medioambiental la empresa cumplió con el 72,00% de los estándares evaluados, permitiendo a la empresa ahorrar y también proyectar una imagen positiva ante los consumidores, autoridades y comunidad en general; con respecto a la gestión socio

cultural la empresa cumplió con el 46,15% de los estándares evaluados, siendo necesario que la empresa ponga en práctica estrategias que permitan contribuir con la comunidad en la cual lleva a cabo su labor. Se concluye que el hotel “El Patio de Monterrey” presta un servicio de calidad, ya que cumple con el 74,3 % de los 288 estándares evaluados; sin embargo, es necesario mejorar aspectos como la gestión administrativa y la gestión medio ambiental.

Barrantes (2009) en su investigación buscó determinar la influencia de la propuesta de mejora en la calidad de servicio para la satisfacción del cliente en el sector hotelero del Distrito de Chimbote. La investigación fue de tipo explicativo, se aplicó la técnica de la encuesta, donde la muestra estuvo constituida por trece hoteles de una, dos y tres estrellas. La encuesta se aplicó al personal directivo, al personal hotelero y a los clientes de los hoteles, con el objeto de obtener información sobre los aspectos relacionados con la atención al cliente. Con respecto al personal directivo se observó que el 46,15% cuentan con instrucción secundaria, así mismo el 92,31% recibió capacitaciones sobre el trato al huésped y atención al cliente, en cuanto al conocimiento de estrategias de servicio al cliente el 92,31% si las tiene, siendo la estrategia más importante escuchar a los clientes de manera atenta y cordial; en cuanto al personal hotelero se determinó que el 51,28% posee instrucción secundaria, el 82,05% recibió capacitaciones sobre el trato al cliente, así mismo en cuanto al conocimiento de estrategias de servicio al cliente el 84,62% si las tiene, es decir se identificó la importancia que se brinda al cliente; con respecto a los clientes se ha logrado un 43.30% de nivel de satisfacción, un 65,0% volvería a utilizar el servicio, se señaló que el motivo que satisface a los clientes es el buen trato el cual representa un 53.33 %, el 41,67% determino que la imagen del hotel es bueno y el 43,33% consideró que las estrategias más ventajosas para los hoteles es la estrategias diferencial. Se concluye que la propuesta de mejora en la calidad de servicio influye positivamente en la satisfacción del cliente en el sector hotelero del Distrito de Chimbote, la satisfacción del cliente depende no solo de la calidad de los servicios sino también de las expectativas del cliente, a la vez que el cliente está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas.

Ibarra (2004) en su investigación buscó analizar y evaluar la calidad del servicio que brindan los dos principales hoteles de la ciudad de Cúcuta - Colombia, con el fin desarrollar un plan de mejoramiento que lleve a la satisfacción de los clientes. La investigación fue de tipo exploratoria y descriptiva, se utilizó un cuestionario aplicado a los huéspedes de los hoteles Bolívar y Tonchalá, donde se evaluaron los servicios y se encontró el grado de relación que existe con la satisfacción total de sus clientes. Se identificó que en el hotel Bolívar la apariencia de los hoteles estuvo entre excelente y bueno en un 92% y en un 82% en el hotel Tonchalá; la eficiencia en la reservación y la eficiencia tanto en el registro de entrada como de salida fue satisfactoria en un 97% para el hotel Bolívar y en un 94% para los del hotel Tonchalá; la apariencia de las habitaciones en los dos hoteles no fueron satisfactorias, en el Bolívar un 18% y en el Tonchalá un 37% consideraron que fue regular; en cuanto a los baños de las habitaciones para los huéspedes de ambos hoteles no cumplió con sus expectativas, en el hotel Bolívar un 32% consideró que fue regular y un 3% que malo, en el hotel Tonchalá fue aún mayor, un 43% opinó que fue regular y un 12% opinó que el baño fue malo, en este servicio fue donde hubo más insatisfacción de los huéspedes en ambos hoteles; con respecto a los restaurantes, en el hotel Bolívar un 90% lo calificó entre excelente y bueno, mientras que en el hotel Tonchalá un 77% lo calificó de la misma manera; para el servicio de botones en el hotel Bolívar estuvo entre excelente y bueno en un 93%, respecto al hotel Tonchalá, un 86% quedó satisfecho con este servicio; los huéspedes de los dos hoteles, en su gran mayoría calificaron entre buena y excelente la atención y amabilidad de los empleados; en el hotel Bolívar, los huéspedes opinaron que la calidad fue acorde con el precio en un 83%; en el hotel Tonchalá, un 62% consideró estar de acuerdo con esta relación; en general la calificación de los dos hoteles estuvo entre excelente y buena, el Bolívar con un 91% y el Tonchalá con un 75%. Por lo que los huéspedes encuestados en su gran mayoría sí recomendarían el hotel del que recibieron el servicio. Se concluye que existe diferencia entre la calidad del servicio que se da en los hoteles, por lo que se considera que la calidad en el servicio al cliente es una estrategia competitiva, ya que esto repercute en una mayor satisfacción del usuario y un beneficio para la organización.

Iva (2007) en su investigación la calidad de servicio en la industria hotelera como resultado de la cultura organizacional, tiene como objetivo evaluar y describir la relación existente entre la cultura organizacional gestionada por las relaciones públicas en los hoteles 3 estrellas de la ciudad Autónoma de Buenos Aires y la calidad de servicio que se brinda a los huéspedes. La investigación fue de tipo descriptiva correlacional. Se realizó una encuesta a los empleados de los 19 hoteles, a fin de conocer la satisfacción en su lugar de trabajo, si sienten que pertenecen a la empresa, que grado de motivación presentan, y una entrevista a los gerentes del departamento de relaciones públicas de los hoteles, a fin de conocer la importancia que le dan a la cultura organizacional, como la gestionan, que herramientas utilizan. Los resultados obtenidos en la investigación, se indicó que el 56% de los encuestados considera que la satisfacción es regular, mientras que el 34% considera que es buena y solo el 8% considera que el huésped se retira del hotel totalmente satisfecho. Cuando se le preguntó a los recepcionistas como quedan los huéspedes luego de la resolución de problemas, consideran que solo un 45% de los huéspedes que tuvieron algún problema en el hotel quedan satisfechos y el 55% dice que los huéspedes quedan insatisfechos, el 63% de los encuestados dice no recibir manuales de procedimiento y el 66% dice recibir evaluaciones de desempeño una vez al año y solo un 3% dice recibirlas bimestralmente. Como se ha demostrado en la investigación, la mayor parte de los hoteles 3 estrellas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, no poseen en su organización un departamento de relaciones públicas, y hasta en muchos casos carecen de un departamento de recursos humanos. Sin embargo, los mismos gerentes son los que aseguran que es fundamental la gestión de una fuerte cultura organizacional para alcanzar un máximo nivel de calidad de servicio, y es justamente el departamento de relaciones públicas quien debe encargarse sin duda de gestionar la cultura de la empresa. Se concluye que la cultura orienta en la organización, todos los procesos administrativos y determina el clima organizacional de la misma, se encomendó a la alta gerencia de la organización castrense gestionar un programa de cambio cultural que permita lograr un mayor compromiso de los grupos de referencia que la integran.

2.1. El servicio de alojamiento

Con relación al termino servicios encontramos diversas definiciones, considerando la definición provista por el organismo oficial de turismo de nuestro país tenemos:

El servicio es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a procesos y procedimientos previamente establecido que buscan la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria. (Mincetur, 2013, p. 75)

Es así que podemos entender al servicio de alojamiento como los procesos llevados a cabo por un grupo de profesionales en un ambiente que cumpla con los requisitos establecidos en las normas y reglamentos, con la finalidad de generar satisfacción en los usuarios del servicio, que en este caso se les denomina huéspedes.

2.1.1. Características del servicio de alojamiento

Las empresas dedicadas a la actividad turística comparten una serie de características, con respecto a las empresas de alojamientos el Circuito Turístico Nororiental del Perú (2007) indica:

Intangibilidad: Los servicios turísticos no pueden ser experimentados, sentidos, probados, oídos u olidos antes de ser comprados. Poseen características que solo pueden ser descritas de forma subjetiva, por lo que resulta imposible saber con certeza si van a ser satisfactorios para el cliente antes de su prestación. No obstante, los consumidores buscan evidencias de la calidad del servicio, por lo que el proveedor debe lograr que este se vuelva lo más tangible posible, a través de instrumentos como el local (soporte físico), personal, equipamiento, material, promocional, símbolo (marca) y precio.

Consumo in situ: El cliente es quien acude a la empresa para recibir el servicio y participa en la prestación del mismo; es decir, los servicios son

brindados y consumidos simultáneamente en el mismo lugar. Los usuarios están presentes durante el proceso de servicio, por lo cual el servicio será evaluado en detalle por el consumidor.

Inseparabilidad: Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo. Ello no ocurre con los bienes físicos, que son producidos, almacenados, vendidos y, luego, consumidos. Quien presta el servicio también es parte del mismo y, como el cliente está presente durante la prestación, la interacción entre el proveedor y el cliente será un aspecto clave en el resultado final.

Presentación personal: Los servicios turísticos son proporcionados por el personal de la empresa y se caracterizan por un nivel muy alto de contacto interpersonal. La calidad de esta interacción influenciara la opinión de los clientes sobre los servicios recibidos.

Variabilidad: Como el desempeño del personal varia cotidianamente, es difícil alcanzar servicios estandarizados. La consistencia del servicio y la uniformidad de su calidad dependen de aspectos demográficos, socioeconómicos y psicológicos de los consumidores y proveedores. Los servicios son altamente variables, pues dependen de quien los brinda, de cómo lo realiza, de cuando y donde. La prestación del servicio, por tanto, varía de un proveedor a otro y también de un consumidor a otro.

Percibilidad: Los servicios no pueden ser guardados en stock para su consumo posterior, pues se ofrecen en fechas y horarios determinados. Por ello, muchas veces los servicios se pagan por adelantado, pues no son recuperables si no llegan a ser utilizados por el cliente.

No transmiten propiedad: La compra y consumo de los servicios turísticos no dan lugar a la transferencia de su propiedad; solo se adquiere un derecho temporal de uso, de acuerdo a los términos pactados. (pp. 33,34)

2.1.2. Clasificación de los establecimientos de alojamiento

Todas las empresas de alojamiento deben de clasificarse de diferente manera, por ello se tiene que clasificar según su tipo y tamaño.

2.1.2.1. Clasificación de los establecimientos hoteleros según su tipo

Diversos autores especializados en el tema del servicio de alojamiento han establecido clasificaciones de estas empresas, algunas de ellas se hacen considerando el tamaño de la empresa, otras su ubicación, el tipo de servicio, el nivel del servicio entre otros. Según Mincetur (2014), establece las disposiciones para la clasificación, categorización de los establecimientos de hospedaje. Teniendo la clasificación y/o categorización de la siguiente forma:

Cuadro 01: Clasificación y categorización de establecimientos hoteleros

CLASE	CATEGORÍA
Hotel	Una a cinco estrellas
Apart – Hotel	Tres a cinco estrellas
Hostal	Una a tres estrellas
Albogue	—

Fuente: Reglamento de Establecimientos de Hospedaje - Mincetur (2014)

Se observa que la clase es la identificación del establecimiento de hospedaje según su clasificación, del mismo modo la categoría es el rango de estrellas que se establecen por el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, de tal manera se pueda distinguir según la clase de la empresa de alojamiento, así también las condiciones de funcionamiento y servicios que ofrecen a los huéspedes. Es necesario resaltar que sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje que cuentan con la clasificación de Hotel, Apart-Hotel y Hostal.

a) Los Hoteles

Mincetur (2004) expresa que es “Un edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente y que permite a los viajeros, alojarse durante sus desplazamientos”. (s.p). Con el pasar de los años y de acuerdo a las necesidades de los clientes estos establecimientos han ido generando servicios adicionales, con la finalidad de hacer más comfortable la estadía de los huéspedes y también como un medio para generar ingresos adicionales, dentro de estos servicios podemos señalar al servicio a la habitación, restaurantes, spa, salas de reuniones, lavandería entre otros.

Según Mestres (1999) considera que las actividades que se realizan en los hoteles facilitan una serie de servicios adicionales, puesto que están caracterizados por la heterogeneidad debido a que requieren recursos materiales, humanos, formativos, administrativos, entre otros. Cabe resaltar que este autor considera que la actividad del rubro del alojamiento contribuye en el resultado global de la unidad económica.

Las empresas de alojamiento prestan un servicio esperando, como toda empresa, recibir a cambio un pago, a través del cual se obtengan utilidades y se pueda asegurar su funcionamiento.

De la Torre (1990) considera que un hotel: “Es una institución de carácter público que ofrece al viajero alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades”. (p.28).

Según Mincetur (2014): “Un hotel es un establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los Hoteles son de categorías de 1 a 5 estrellas” (p.4).

- **Los hoteles dos estrellas**

Araya (2011) Manifiesta:

Los hoteles dos estrellas están ubicadas casi siempre en la zona céntrica de la ciudad, aunque el paisaje que ofrece no es de los más atractivo. Estos hoteles de mediana categoría ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas. Generalmente cuenta con servicio de alimentos y bebidas, aunque en horarios cortados y con menús básicos.

Son hoteles funcionales, para viajeros de paso o que llegan hasta el hotel solo para descansar y disfrutar su viaje fuera del hotel. Estos hoteles incluyen en su servicio un teléfono privado y el desayuno. También suelen ofrecer una de seguridad para se guarden las pertenencias de los clientes y datos e información turística de la región en la que se ubique el establecimiento de hospedaje.

De la misma manera el servicio, será más profesional, ya que no será manejado por una familia, sino por personas calificadas.

Los hoteles dos estrellas son ideales para viajeros de negocios o exploradores. (p.2).

2.1.2.2. Clasificación de las empresas de alojamiento según su tamaño

Las empresas de alojamiento según su tamaño pueden ser grandes, medianos, pequeñas y micro empresas; en el Perú la mayor parte de las empresas dedicadas al rubro de la restauración son MYPE (micro y pequeña empresa).

Según lo indicado en la Ley de Promoción de la micro y pequeña empresa (2005):

a) Micro y pequeña empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

- Niveles de ventas anuales.
- La micro empresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias UIT.
- La pequeña empresa a partir de monto máximo señalado para las micros empresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias UIT. (p.1)

Contexto de las MYPEs

Al respecto Casanueva, García y Caro (2000) indican:

El tamaño de una empresa turística puede ser uno de los condicionantes más importantes a la hora de ejercer su actividad y para la forma de gestionarla. En general, las empresas turísticas de menor dimensión se encuentran con una serie de inconvenientes derivados directamente de su tamaño y a ellos se unen otra serie de desventajas que también están relacionadas con este y que son comunes a la mayor parte de las pymes.

Entre las desventajas de la pyme turística que se relacionan más directamente con su pequeña dimensión, y que la sitúan en una posición desfavorable en el juego competitivo frente a las grandes empresas tenemos:

- El escaso tamaño no permite el acceso a economías de escala; por lo que no puede conseguir unos costos unitarios más bajos.
- Dificultad en el acceso a los recursos.
- Su posición competitiva.

- Falta de capacidad directiva por parte de los propietarios-empresarios, en general, su formación empresarial y en la dirección de empresas es muy escasa.
- Visión a corto plazo de la empresa.
- Estructuras empresariales muy simples, con unidades poco especializadas y mucha centralización en la toma de decisiones.
- Personal poco cualificado y poca importancia prestada a la formación.
- Utilización de tecnologías, procesos, maquinaria, equipos y programas informáticos y de comunicaciones no adaptados a las innovaciones más recientes como consecuencia del acceso limitado a los recursos.
- Poca o nula importancia de la información en la gestión de la pyme turística.
- Dificultades en la comercialización de los servicios turísticos ante la imposibilidad de una gestión integrada de marketing.

Como podemos ver son mucho los inconvenientes de este tipo de empresa, las cuales conforman el mayor porcentaje del sector turismo en muchos países, incluido el nuestro; pero los autores además de señalar los aspectos que limitan el crecimiento de este tipo de empresas también han identificado aspectos que las hacen más competitivas que las medianas o grandes empresas.

Por otro lado, los autores indican que ante estas desventajas la pyme turística cuenta con una ventaja fundamental, la cual puede permitir desarrollar eficientemente la actividad. Se trata de la flexibilidad, la cual se define como la capacidad de la empresa para adaptarse en un plazo corto de tiempo y con un bajo coste a todos los cambios que se van produciendo. La flexibilidad característica de un tamaño reducido proviene de las propias particularidades de la pyme turística y en concreto de:

- La pyme turística por definición se encuentra más próxima al cliente.
- La pyme turística tiene una clara vocación comercial.

- La estructura organizativa simple y relativamente centralizada puede permitir cambios a más corto plazo, mayor rapidez en la toma de decisiones y una mayor asunción de riesgos.
- La pyme turística tiene un alto potencial para desarrollar o asimilar innovaciones tecnológicas de bajo coste y al alcance de sus recursos, sobre todo en los aspectos de prestación de servicios o de gestión. (pp. 400-403)

Como se ha podido ver, las pymes turísticas, dentro de las que se encuentran la mayoría de empresas de alojamiento de nuestro país, presentan una serie de limitantes, la mayoría de las cuales se vinculan con el tamaño de la empresa y su disponibilidad de capital, pero hay un aspecto muy favorable que es la flexibilidad, permitiendo a la empresa adaptarse en poco tiempo a los cambios del mercado y tomar decisiones con rapidez, lo cual definitivamente es un aspecto de gran importancia.

2.2. La calidad en el servicio de alojamiento

Como ya se ha venido señalando, hoy la calidad se ha convertido en un aspecto fundamental para este tipo de empresas, al respecto García, García y Gil (2011) señalan:

Hablar de calidad es hablar de una filosofía aplicada a todos los sectores productivos de las distintas empresas preocupados por el “trabajo bien hecho”, motivados por una sociedad cada vez más informada y exigente, así como por una competencia más intensa y organizada. En este sentido las empresas como único método de supervivencia deben apostar por seguir el camino de la calidad. (p. 152).

Aquellas empresas que no consideran a la calidad como un elemento importante de su oferta están destinadas a quedar rezagadas y comprometer la imagen del destino.

Martín (2004) indica que: “La calidad se puede definir como el grado de acercamiento entre las características deseadas o especificadas en un producto o servicio y las características realmente logradas en él”. (p. 391). Por otro lado, Crosby (1987) señala:

Debemos definir la calidad como el “cumplir con los requisitos” ... Los requisitos deben definirse con claridad de modo que no puedan malinterpretarse. Entonces se toman medidas continuamente a fin de determinar el cumplimiento con dichos requisitos. El no cumplir con los requisitos significa ausencia de calidad. Los problemas de calidad se convierten en problemas de incumplimiento con los requisitos, y entonces podemos ya definir la calidad. (p. 22, 23).

Cada sector, y en este caso el sector del alojamiento debe definir con claridad cuáles son los requisitos que permitan brindar un servicio de calidad, siendo las buenas prácticas una forma de lograrlo como ya lo veremos más adelante.

Para García, y otros (2011):

La calidad es el nivel de excelencia que la empresa se ha marcado con la intención de satisfacer las expectativas de sus clientes. Se trata de implantar un sistema del que sea partícipe toda la organización y que permita descubrir las causas que producen defectos, con el objetivo de reducir costes y ganar en satisfacción del cliente. (p. 153).

De la definición anterior podemos destacar que calidad es excelencia, la cual se enfoca en la satisfacción de las expectativas del cliente, de tal modo que cuando éste experimente el servicio el resultado sea un cliente plenamente satisfecho con el servicio y que esté dispuesto a recomendar el servicio, Martín (2004) añade:

Realmente el objetivo calidad debe perseguirse de modo global, interviniendo todos los niveles de la empresa, es decir, se debe intentar alcanzar lo que se denomina “la calidad total”. Agrega, que la calidad total consiste en la aplicación del control de calidad a todas las operaciones y servicios (administrativos, de gestión, técnicos, etc.), con la participación de

todo el personal de la empresa. Su eslogan es “hacer las cosas bien a la primera”, evitando en la medida de lo posible cualquier tipo de error o retraso. En el sector turístico, la calidad del servicio prestado no puede atribuirse solamente a una serie de estructuras, sistemas, instalaciones, etc.

Sino que va a depender de una correcta gestión integral de la calidad; el éxito del servicio radicarán en que todas las personas que componen la organización ejerzan adecuadamente sus responsabilidades en cada puesto o nivel que ocupen en la empresa, y en esto consistirá el enfoque de la calidad total. (p.393).

Definitivamente que para lograr un servicio de calidad deben verse involucradas todas las áreas de la empresa, de lo contrario el servicio no será el esperado. Pero cuando hablamos de calidad no sólo debemos enfocarnos a los elementos o áreas propias de la empresa, ya que para que ésta pueda llevar a cabo sus procesos necesita de una serie de insumos, servicios y elementos que son proveídos por otras empresas, así para Ramírez (2002):

La definición de calidad va más allá de la propia empresa, e indica que la calidad no sólo involucra a los elementos de la empresa, señalando que el concepto de servicio garantizado involucra al de calidad, el cual abarca una responsabilidad global de la empresa turística y de sus proveedores.

Por otro lado, menciona que al igual que los individuos, toda organización turística desarrolla con el tiempo una personalidad bien definida e integrada. En ella surgen ciertas diferencias individuales; la filosofía de calidad busca en consenso de las metas y valores que le permitan a la empresa proporcionar la satisfacción plena del cliente, del proveedor y de su propio personal, congruente con las realidades externas del mercado y del medio social.

Así mismo considera que la calidad total no es sinónimo de lujo, sino más bien satisfacción de requerimientos, lo cual implica que cualquiera que sea el nivel y la procedencia del turista, el servicio debe brindarse atendiendo a sus necesidades sin que por ello tengan que incrementarse los precios de

atención. Esto significa que la calidad total obliga a incrementar los costos de calidad mediante la prevención de los efectos negativos del servicio turístico y a eliminar, por el contrario, costos de mal servicio, los cuales traen como consecuencia un efecto multiplicador y negativo que va en contra de la rentabilidad de la empresa, también agrega que para lograr la calidad total se requiere de una normatividad que facilite el funcionamiento del servicio y que sirva como indicador de rendimiento. Toda norma de calidad constituye una regla de acción, la cual debe fundamentarse en los requerimientos del turista en primer término; no debe contradecir las políticas de servicio y, muy por el contrario, debe ser clara y precisa y de conocimiento de todos, incluyendo al turista en muchas de ellas; deben resultar aplicables por toda la organización, por lo cual es necesario capacitar al personal en tal sentido. (pp. 12-55).

De la definición anterior podemos destacar que cualquier tipo de empresa independientemente de su tamaño puede ofrecer un servicio de calidad a sus clientes, siendo el aspecto básico el conocer las necesidades de éstos y a partir de ahí desarrollar el servicio, además de contar con documentos o normas que permitan el desarrollo y control de los procesos.

2.2.1. Tipos de calidad

Organización Internacional de Normalización (2004):

La norma ISO 9000:2000: En la práctica, hay dos tipos de calidad:

- Calidad externa, que corresponde a la satisfacción de los clientes. El logro de la calidad externa requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para establecer lealtad con el cliente y de ese modo mejorar la participación en el mercado. Los beneficiarios de la calidad externa son los clientes y los socios externos de una compañía.

- Calidad interna, que corresponde al mejoramiento de la operación interna de una compañía. El propósito de la calidad interna es implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos. (s.p).

Tal y como podemos apreciar existen dos tipos de calidad, por un lado, la externa se enfoca a la calidad desde el punto de vista del cliente y por otro lado tenemos a la calidad interna que se orienta a los procesos de la empresa; cabe señalar que ambas están estrechamente vinculadas, ya que si no se han identificado las necesidades del cliente no se podrá desarrollar un servicio adecuado.

2.2.2. Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento

Como se indicó, la calidad exige el establecimiento de una serie de estándares basados en las necesidades de los clientes, pero para poder garantizar que éstos se vienen cumpliendo de acuerdo a lo establecido es necesario llevar a cabo un proceso constante de evaluación, Ramírez (2002) señala: “La calidad del servicio turístico debe medirse permanentemente con objeto de retomar las actividades en función del logro y de los cambios que se dan”. (p.64). Por otro lado, Casanueva, y otros (2000) indican: “Para comprobar el éxito de las acciones emprendidas y estudiar su mejora es conveniente llevar a cabo un proceso de evaluación que determine el grado de cumplimiento”. (p.387).

Martín (2004) Considera que la medición de la calidad en una empresa de servicios sirve para comprobar si se aproxima o no al nivel establecido de calidad, se debe de considerar los requisitos mínimos de la empresa con respecto a la infraestructura y la gestión interna; es decir, la dirección, organización, previsión entre otros, cabe mencionar que a estos requisitos se denominan “estándares” de calidad.

Se considera que las empresas deben de cumplir con todos los requisitos establecidos, en nuestro país se establecen los requisitos en el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje, para asegurar la satisfacción de los huéspedes y la

fideliidad de los mismos, con la finalidad de poder llegar al nivel de calidad establecido.

García, y otros (2011) mencionan:

Es posible que nos preguntemos cómo medir algo intangible como es el servicio. Tengamos en cuenta que una medida no tiene por qué ser cuantitativa, una sonrisa no se mide por lo que dura, sino por su oportunidad. No obstante, tendremos que establecer elementos cuantificables al descomponer los comportamientos. (p. 155).

En este sentido los servicios a pesar de ser intangibles también son factibles de ser evaluados, para lo cual el sector y las empresas deberán establecer estándares o indicadores que permitan llevar a cabo dicha evaluación.

Para Ramírez (2002):

El control total de calidad se enmarca en el ámbito de la función básica del control administrativo y, por tanto, implica observación, orientación, supervisión y medición del desempeño de los trabajadores y del estado de medios, así como del cumplimiento de las normas y procedimientos. Exige participación de todos los grupos de la organización y de todos los niveles jerárquicos, así como del personal externo a la empresa, como son proveedores y turistas. (p.81).

Como se aprecia la importancia de la evaluación de la calidad se enfoca en los resultados, en base a ello se podrá generar estrategias y medidas correctivas para mejorar la calidad del servicio ofrecidos en la empresa, un aspecto importante a resaltar es que el turista o en el huésped en el caso específico de los establecimientos de alojamiento, también es partícipe del control de la calidad, ya que es quien en definitiva decidirá si es el servicio es o no de calidad. Al respecto, Ramírez (2002) señala:

El control es la función operativa que hace posible el cumplimiento de las metas de calidad, que permite llevar a cabo planes que ayuden al aseguramiento y mejoramiento de la calidad mediante el seguimiento y retroalimentación permanentes de las actividades turísticas. (p.81).

Las evaluaciones o el control nos permiten además de identificar errores, establecer medidas para eliminarlos, posibilitando la mejora continua. Según De la Parra Paz (1995): “Todo negocio necesita valorar los servicios que presta. La condición de sus prestaciones y qué mejoras necesitan, son muy importantes a la hora de efectuar la medición, porque si no se mide el servicio, no hay forma de mejorarlo”. (p. 115).

A pesar de la dificultad que conlleva la medición de la calidad de los servicios, queda establecido que es una necesidad, ya que empresa que no evalúa su servicio no puede ver si su desempeño es bueno o malo y por lo tanto no puede mejorar. Para Lefcovich (2009):

El control de procesos verifica tanto el funcionamiento de los procesos, cómo la calidad de los insumos. De tal forma, asegurando la calidad de los procesos y componentes, se asegura el resultado final. Cuando de control se trata hay tres etapas a distinguir, la primera consiste en la recolección de los datos o mediciones, la segunda en el procesamiento, análisis e interpretación, y la tercera, en las medidas a adoptar para corregir las causas raíz de los problemas o desviaciones observados. (p. 14)

Las empresas de alojamiento deben llevar a cabo tanto el control de los procesos como el control de resultados. Para Mincetur (2012):

El proceso de evaluación es el proceso de valoración del nivel de aplicación de las buenas prácticas, tienen por finalidad acreditar si la empresa está aplicando los procedimientos, conocimientos y valores sistematizados como buenas prácticas de las empresas en turismo; asimismo, tiene carácter

selectivo porque permite calificar el desempeño de la empresa turística para otorgarles un reconocimiento por la calidad de los servicios que presta. (p.60).

En términos de las buenas prácticas se lleva a cabo una evaluación que permite determinar si la empresa de alojamiento viene incluyéndolas en su gestión, permitiendo de este modo al ente responsable de la gestión del turismo en nuestro país otorgar un certificado que permita reconocer su compromiso con la satisfacción de los huéspedes.

2.3. Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de alojamiento

2.3.1. Marco Normativo de las empresas de alojamiento a nivel nacional

Como hemos podido ver las empresas de alojamiento son parte fundamental para el desarrollo del turismo, en este sentido organismos del Estado han generado una serie de normas y reglamentos que buscan garantizar un servicio de calidad a partir del cumplimiento de requisitos mínimos.

2.3.1.1. Ley General de Turismo- Ley N° 29408

La ley General de Turismo en su capítulo IV referido a los prestadores de servicios turísticos, estando incluidos en ellos los hoteles indica en su artículo 28 las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos:

- Cumplir con las normas, requisitos y procedimientos establecidos para el desarrollo de sus actividades.
- Preservar y conservar el ambiente, los recursos naturales y culturales debiendo prestar sus servicios en el marco de lo dispuesto en las normas que regulan dicha materia.
- Denunciar todo hecho vinculado con la explotación sexual comercial infantil y cualquier otro ilícito penal del cual toman conocimiento en el desarrollo de su actividad, ante la autoridad competente.

- Informar a los usuarios previamente a la contratación del servicio, sobre las condiciones de prestación del mismo, así como las condiciones de viaje, recepción, estadía y características de los destinos visitados.
- Prestar sus servicios cumpliendo con las condiciones de prestación pactadas. Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.
- Cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista durante la prestación de sus servicios, asimismo facilitar el acceso a personas con discapacidad a los servicios turísticos referidos.
- Informar al turista acerca de las normas de conducta que debe observar para la preservación del patrimonio humano, natural y cultural, así como del medio ambiente.
- Facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar el sistema de información turística.

2.3.1.2. Reglamento de establecimiento de hospedaje

El Reglamento de Establecimientos de Hospedaje aprobado en el año 2014, establece los requisitos mínimos que toda empresa de alojamiento debe cumplir.

a) Requisitos para el inicio de actividades

Los requisitos para que todo hotel inicie sus actividades son:

- Estar inscritos en la SUNAT.
- Contar con el certificado de clasificación y/o categorización expedido por el órgano regional competente.
- Contar con la licencia de funcionamiento expedida por la Municipalidad correspondiente.

b) Régimen de atención y registro de huéspedes

- Condiciones de las instalaciones: Las instalaciones de los establecimientos de hospedaje deben estar en óptimas condiciones de conservación, presentación, funcionamiento, limpieza y seguridad, de modo que permita su uso inmediato y la prestación adecuada de los servicios ofrecidos desde el día que inicia sus operaciones.
- Atención de huéspedes: Los establecimientos de hospedaje deben brindar atención permanente a sus huéspedes y mostrar en forma visible tanto en la recepción como en las habitaciones, las tarifas, la hora de inicio y le término del día hotelero y demás condiciones del contrato de hospedaje.
- Registro de huéspedes: Son requisitos indispensables para ocupar las habitaciones, la inscripción previa de los huéspedes, acreditando su identidad y demás información.

c) Disposiciones aplicables a todos los establecimientos de hospedaje

- Los servicios higiénicos públicos se ubicarán en el hall de recepción o en las zonas adyacentes al mismo.
- La edificación deberá guardar armonía con el entorno en el que se ubique el establecimiento de hospedaje.

La realidad nos demuestra que a pesar de que estos requisitos son mínimos, muchas empresas a pesar de no cumplirlos operan formalmente contando con las licencias y permisos respectivos.

d) Requisitos mínimos de los hoteles de dos estrellas

Cuadro 02: Requisitos mínimos de hoteles de dos estrellas

REQUISITOS		ESPECIFICACIÓN
REQUISITOS MÍNIMOS DE INFRAESTRUCTURA		
Recepción y conserjería		Obligatorio
Cocina		Obligatorio
Cafetería		Obligatorio
Servicio higiénico de uso público (2)		Obligatorio diferenciado por sexo
Ascensor de uso público (3)		Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo sótano o semisótano)
Servicios básicos de emergencia (ambientes separados para equipos de generación de energía eléctrica y almacenamiento de agua potable)		Obligatorio sólo equipo de almacenamiento de agua potable.
Habitaciones		
Nº mínimo de habitaciones		20
Simples		9 m ²
Dobles		12 m ²
Closet o guardarropa incluido en el área de la habitación		Obligatorio
Servicios higiénicos por habitación		
Uno privado con área mínima (6)		3 m ²
Todas las paredes revestidas con material impermeable – altura de		1.80 m
Agua fría y caliente (8)		Obligatorio para tinas o duchas
REQUISITOS MÍNIMOS DE EQUIPAMIENTO		
Generales		
Internet		Obligatorio
Habitaciones		
Televisor		Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional		Obligatorio
REQUISITOS MÍNIMOS DE SERVICIO		
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel		Obligatorio
Servicio de custodia de equipaje		Obligatorio
Primeros auxilios		Botiquín
Habitaciones		
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio de huésped (3)		Obligatorio

Fuente: Elaborado en base a las disposiciones del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje – MINCETUR, 2014.

Como podemos apreciar los requisitos mínimos establecidos para los hoteles de dos estrellas son básicos y son los necesarios para poder brindar un servicio de calidad que logre la plena satisfacción de los huéspedes.

2.3.2. Estándares de calidad en el servicio de alojamiento

Para Marketing Publishing (2007):

La única forma que tiene la dirección de una empresa de controlar la calidad de sus productos, sin necesidad de supervisar y controlar individualmente, una por una, a todas las personas que trabajan en la empresa y a cada una de las actividades que realizan, es estableciendo objetivos, normas y estándares que reflejen las expectativas de calidad de la organización. (p. 136).

Como se ha podido observar la evaluación de la calidad es una necesidad primordial para las empresas de alojamiento, siendo necesario que la empresa establezca parámetros para alcanzar los objetivos de la empresa, en este sentido uno de los más importantes es la satisfacción de los huéspedes. Para Marketing Publishing (2007):

Los objetivos, normas y estándares tienen una triple función: Primero: establecen, basándose en las expectativas de los consumidores y clientes, las metas de calidad que debe alcanzar la empresa. Segundo: sirven para medir los niveles de calidad que se logran en la empresa. Tercero: indican al personal cuáles son, de acuerdo con los criterios de la empresa, las características concretas que deben poseer los productos para que sean considerados de calidad. (p. 137).

Establecer normas en una empresa es de suma importancia para la gestión puesto que en base a ello se van a cumplir con los objetivos para alcanzar la calidad del servicio que se ofrece al cliente.

Para De la Parra Paz (1995):

Cuando en una organización se han considerado el mayor número de variables posibles, es cuando se procede a establecer las normas para un amplio conjunto de condiciones de servicio. El objetivo y los mecanismos necesarios para establecer las normas son sencillos y directos, dando una clara definición y difusión de sus contenidos a los directivos, empleados y clientes. En estas condiciones, los clientes saben lo que esperan, y en general, lo obtienen, mientras que los empleados saben, que van a ser medidos por los resultados y así la supervisión es menos arbitrario y subjetivo. De lo anterior tenemos que el establecimiento de normas está compuesto por tres partes:

- a) Finalidad o propósito.
- b) Describir lo que se espera.
- c) Hacer medible el servicio. (pp.103, 104)

Para que una empresa de alojamiento brinde a sus huéspedes un servicio de calidad es necesario que el directivo de la empresa establezca una serie de estándares de calidad que permita saber si el servicio que se brinda es bueno o malo, así también conocer si algo se debe de modificar o no con el propósito de mejorar los procesos y servicios que se brindan con el fin de satisfacer eficientemente las necesidades de los huéspedes.

Según el Hospitality & Service University (s.f.) en el Manual de Estándares de Servicio, señala:

Los estándares de servicio deben operar para el beneficio del cliente, del trabajador y del negocio. Cuando el servicio está basado en estándares que alcanzan las expectativas del cliente, éste recibe un servicio confiable en forma más fluida y constante (Consistencia).

Los estándares también establecen prioridades para los empleados, describiendo e indicándoles el comportamiento que es considerado excelente.

Los estándares, al ser dinámicos para responder a las nuevas exigencias de la demanda y los cambios del entorno, pueden ser adaptados y mejorados.

El establecimiento de estándares no solo constituye una guía para quienes están involucrados día a día en atender a los clientes, sino que también establecen un instrumento para medir el nivel de servicio y el desempeño de los empleados. (pp. 4, 5).

Es necesario que la empresa establezca estándares de servicio, con lo cual se facilite el trabajo de los colaboradores, mostrando eficiencia al momento de brindar los servicios al cliente, a la vez los directivos van a saber cuáles son los aspectos a evaluar, esto es de gran importancia ya que el beneficio será tanto para los clientes y la empresa, puesto que se va a contribuir a minimizar errores, se va a poder evaluar el nivel del servicio y el desempeño de los colaboradores, por otro lado, el cliente recibirá un servicio de calidad.

2.4. Las buenas prácticas en el servicio de alojamiento

Actualmente a nivel internacional y nacional es frecuente hablar de las buenas prácticas en el sector turismo, como podemos apreciar en nuestro país se viene promoviendo las buenas prácticas en las empresas del sector turismo, ya que mediante su aplicación en las empresas se va a corregir y mejorar acciones para brindar un servicio de calidad a los clientes. El Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas (Citado por Mincetur, 2012) señala:

Según el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas: Una buena práctica es “una forma de hacer que ha probado

su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”, tiene como principio fundamental ser útil para estimular nuevas ideas o para actuar como guía con el propósito de conseguir mayor eficacia y eficiencia en el servicio que se presta. Es este sentido, una buena práctica permite a las empresas aprender de las experiencias y aprendizajes exitosos de otros y aplicarlos en su contexto de manera más amplia. (p.13).

Según lo mencionado las buenas practicas brindan ideas para generar estrategias de mejoras continuas en la empresa, garantizando la calidad de los servicios que se presta, así mismo con el objetivo de generar beneficios para la empresa, comunidad y clientes.

Mincetur (2012) indica:

Que éstas no han sido inventadas o generadas desde el escritorio, sino identificadas y sistematizadas a partir de la observación y el análisis de las experiencias exitosas, de tal manera que se constituyan en buenos ejemplos de actuación, a fin de que el empresario pueda inspirarse para mejorar la calidad del servicio que oferta o, si se quiere, tener a su alcance una experiencia de probado éxito que pueda imitar. (p.15).

Al respecto, las buenas practicas se han identificado a partir de experiencias exitosas, de tal manera que las empresas las tomen de ejemplo para mejorar la calidad de los servicios y promover la competitividad en el mercado turístico, cabe resaltar que existe un porcentaje establecido en nuestro país para que las empresas puedan obtener la certificación de calidad, el cual es el 80% de estándares.

Por otro lado, para el Servicio Nacional de Turismo de Chile – Sernatur (2011): “Las buenas prácticas son acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos del desarrollo turístico. Se pueden aplicar en todas las áreas de servicios y operaciones de la empresa”. (p. 10). Mincetur (2010) agrega: “Se trata de modelos de experiencias positivas a través de las cuales se ha obtenido resultados

satisfactorios y son sistematizadas con la intención de que, de acuerdo al caso, puedan ser replicadas o adaptadas en otros contextos”. (p. 40).

Las buenas practicas se pueden aplicar en todas las áreas de la empresa, de tal manera en cada una de ellas se pueda minimizar los errores que afectan a la calidad de los servicios que se brinda al cliente, generando insatisfacción de los mismos, a la vez se aprecia que mediante este instrumento se pueden mejorar aspectos relevantes para la productividad de la empresa.

Para, Van Duynen y Carré (2011):

Las buenas prácticas constituyen lineamientos de mejora continua que, desde las empresas de alojamiento, transporte, gastronomía, entretenimiento y de viajes se deberían ir aplicando en las áreas operativas y de gestión. Como todo proceso, la implementación de buenas prácticas requiere de cambios de actitud y de gestión. Es esencial adoptarlas como una forma de vida y una filosofía dentro de la empresa para lograr un cambio, no solo en el sector turístico sino también en toda la ciudadanía. (pp. 8,9).

Se observa que las buenas practicas brindan beneficios tanto para las empresas que las aplican y para la comunidad donde se encuentra ubicada, puesto que se genera un cambio favorable en el entorno ambiental y socio cultural.

2.4.1. Beneficios de las buenas prácticas

Van Duynen, y Carré (2011 indican:

La aplicación de estos lineamientos genera beneficios para la empresa y para el cliente. Para la empresa implica una mejora en la calidad e imagen del producto y del destino que promociona. También, un mejor desempeño económico y social que se traduce en ahorros importantes en su estructura de costos, haciendo más eficiente su operación. A su vez, la empresa puede acceder a nuevos mercados más especializados y mejorar su competitividad

al diferenciarse como un negocio más amigable con el medio ambiente y la cultura local. Por su parte, el cliente valora positivamente que, tanto la empresa como el destino, cumplan con este tipo de criterios. (p.9).

Como se ha podido observar la aplicación de las buenas practicas beneficia tanto a la empresa, a la comunidad y a los clientes, ya se promueve una mejor imagen de la empresa y el destino, así mismo se puede acceder a nuevos mercados, asegurando la competitividad, y posicionándose como un destino responsable con el medio ambiente que brinda apoyo a la comunidad local.

Por otro lado, Promperú (2006) indica como beneficios para las empresas:

- Ahorrar, al controlar el consumo de recursos y efectivizar los procesos productivos.
- Mejorar la imagen de la empresa, gracias al respeto por el ambiente y la sociedad.
- Acceder a nuevos mercados, más exigentes y especializados.
- Mejorar la competitividad, por la diferenciación de un negocio limpio y sustentable.
- Proteger el ambiente, para mantener el bienestar de la vida en nuestro planeta.
- Mejorar las relaciones con las comunidades locales. (p.7)

Como se puede apreciar las buenas practicas brindan beneficios a todos los agentes implicados en su gestión, se observa que los beneficios en cuanto a las empresas son importantes para mejorar su productividad y fortalecer la imagen del destino.

2.4.2. Características de las buenas prácticas

Mincetur (2012) señala:

Las buenas prácticas, para que puedan constituirse en buenos ejemplos y conseguir influir y servir de modelo para otras empresas, deben tener las siguientes características:

- **Innovación o creatividad:** toda buena práctica propone operaciones, estilos de trabajo, métodos, procedimientos y técnicas nuevas o de aplicación novedosa, ejecutadas exitosamente.
- **Eficacia/impacto:** toda buena práctica tiene éxito en el alcance de los objetivos propuestos y logro de los resultados esperados.
- **Replicabilidad:** está compuesta por procesos y recursos que se pueden movilizar para repetir la experiencia, con especial consideración de aquellos que lo llevaron a su éxito.
- **Sostenibilidad:** es el grado de continuidad y permanencia de los procesos establecidos y logros alcanzados.
- **Pertinencia:** se refiere a que tan adecuada y oportuna es la experiencia realizada, como respuesta a las oportunidades de negocios, a las necesidades de los clientes, a la problemática del sector y al contexto donde se desarrolla la experiencia.
- **Eficiencia y ejecución:** expresa la capacidad de conseguir los resultados esperados con un consumo de tiempo mínimo, energía y recursos. (p.14,15).

Si bien es cierto las buenas practicas sirven de modelo para otras empresas, es necesario que cumplan con las características señaladas.

2.4.3. Estándares en el servicio de alojamiento derivados de las buenas prácticas

2.4.3.1. Estándares de buenas prácticas en la gestión administrativa

Para Casanueva, y otros (2000) “La administración consiste en el proceso de realizar actividades con personas y por medio de ellas de manera eficaz y eficiente”. (p.166). Por otro lado, Rainforest Alliance (s.f.) señala:

La administración permite la organización de las empresas y gestiona los recursos, procesos y resultados de sus actividades. Es la base de todo el funcionamiento de una empresa; si las personas responsables de la empresa no saben administrarla, no se obtendrán los resultados deseado. (p.9).

a) Planificación

En las empresas de alojamiento uno de los aspectos de vital importancia es la planificación, la cual permite proyectar metas para alcanzar los objetivos de la empresa. Al respecto, Casanueva, y otros (2000) mencionan:

La planificación consiste básicamente en el establecimiento de las metas de la empresa turística y en especificar las acciones que se deben desarrollar para conseguirlas. La planificación comienza en la empresa turística estableciendo su misión, es decir, definiendo qué hace la empresa, en qué negocios quiere estar y está presente. Los objetivos deben ser concretos, claros y, en la medida de lo posible, cuantificables, ya que esto permitirá compararlos después con los resultados. (p. 169).

Cabe mencionar que la planificación en las empresas turísticas se orienta al futuro, por ello se debe incluir acciones que hagan posible lograr los objetivos en el futuro, así mismo poder hacer una comparación con los resultados.

Se considera que el proceso de la planificación debe ser parte importante de la gestión empresarial, de no ser así se desarrollara una deficiente gestión provocando el fracaso de la empresa. Rainforest Alliance (s.f.) menciona:

Se refiere al procedimiento de conocer por adelantado, qué se desea hacer, cómo puede alcanzarse el propósito establecido, cuándo van a ejecutarse cada una de las acciones previas, quién va a desempeñarlas, qué recursos se utilizarán para su logro y cómo van a evaluarse los resultados conseguidos. (p.5).

Se considera que la planificación es un instrumento importante debido a que mediante ella la empresa puede evaluar su desempeño, por otro lado, la empresa estará en la capacidad de adaptarse a los cambios que se presenten en el entorno.

Además, Casanueva, y otros (2000) manifiestan:

Según el alcance podemos hablar de planes estratégicos y operativos. Los planes estratégicos afectan a toda la organización, establecen la misión y los objetivos globales situando a la empresa en función del entorno en que se desenvuelve. Los planes operativos suelen formularse para períodos de tiempo más cortos que los estratégicos. (p.190).

Cabe resaltar que el plan estratégico permite a la empresa plasmar la dirección a la que se quiere dirigir, va a permitir que los colaboradores identifiquen la misión, visión y conozcan las metas que se deben de alcanzar en la empresa. Por otro lado, en cuanto al plan operativo se considera importante debido a que en este plan se van a establecer los objetivos de la empresa a corto plazo.

b) Organización

Casanueva, y otros (2000) señalan:

La organización consiste en determinar funciones y tareas, establecer unidades y departamentos y la forma en que se van a comunicar. Comienza con la necesidad que tiene una empresa u organización de dividir el trabajo entre todos sus miembros de tal manera que a cada uno le corresponda una parte de la actividad global. (p.170).

Al respecto, es necesario que las empresas cuenten con una organización formal, definiendo las áreas que conforman la empresa y delimitando las funciones del personal para de este modo lograr los objetivos establecidos en la planeación, en base a ello se podrá alcanzar un eficiente desempeño de la empresa.

Casanueva, y otros (2000) agregan: “La estructura organizativa de una empresa turística se refiere fundamentalmente al modo en que las personas se conectan y se coordinan y la posición que cada una ocupa o puede ocupar en la empresa”. (p. 251).

Es fundamental que las empresas de alojamiento hayan definido de forma clara la forma en que cada uno de los colaboradores se relacionan e interactúan.

Para Montaner (1996):

Es el proceso de descripción y agrupación del trabajo a efectuar, definición y delegación de autoridad, mando y responsabilidad, y establecer las relaciones y funciones con el fin de conseguir la mayor eficacia del factor humano trabajadores- para conseguir los objetivos. La organización de la empresa suele plasmarse en los organigramas donde, de forma gráfica, se establecen los niveles de mando y funciones de la empresa. (p. 129).

Es importante la organización en una empresa, debido a que contribuye en agilizar los procesos, por otro lado, el organigrama de una empresa promueve una mejor comunicación en todas las áreas de la empresa, permitiendo que los colaboradores sepan con quien interactúan jerárquicamente.

Casanueva, y otros (2000) indican:

La empresa turística como organización está compuesta por un conjunto de personas, tanto operarios como directivos. En la base de cualquier empresa turística se encuentran una serie de operarios (cocineros, conserjes, recepcionistas, reservas, guías, etc.) que son los encargados de ejecutar el trabajo básico para ofrecer los distintos servicios turísticos. (p. 259).

Cabe mencionar que las empresas de alojamiento deben establecer normas para cada área, con lo que se permite obtener resultados eficientes en cuanto a la productividad, competitividad, crecimiento, de tal manera que se pueda asegurar el éxito de la empresa, así también es importante que los colaboradores estén motivados y participen de procesos continuos de formación y capacitación.

c) Gestión de calidad

Marketing Publishing (2007) manifiesta:

La calidad no es una meta que se alcanza y basta. Es un «viaje» que no tiene fin, ya que todo producto puede seguir siendo mejorado y, además, porque los mercados, los consumidores y los competidores cambian y, en consecuencia, se modifican sus expectativas y acciones, lo que implica que también deban ser modificadas las características que definen lo que es o no es un producto de calidad. (p.165).

La búsqueda de la calidad debe ser algo constante, debido a que los servicios que presta una empresa pueden ser siempre mejores de lo que son, esto a razón de

que vivimos en un contexto muy competitivo, donde los gustos y las necesidades de los clientes cambian constantemente.

Con respecto a la calidad, se aprecia que

Para la Dircetur - Cusco (2009):

La gestión de la calidad es la función que realiza la gerencia o dirección de una empresa para definir y aplicar la política de calidad. Para ello se requiere del compromiso y participación de todos los miembros de la empresa, pero la responsabilidad por la gestión de calidad pertenece a la dirección superior (gerencia). (p.22).

Para realizar una buena gestión de la calidad se debe involucrar a todos los colaboradores de la empresa, ya que mediante el recurso humano se podrá mejorar continuamente los servicios que se brindan a los huéspedes, para ello se requiere de una buena gestión gerencial, donde se motive constantemente a los colaboradores sobre la importancia de brindar un servicio de calidad, de esta forma podrán desempeñar sus funciones con altos niveles de productividad, marcando la diferencia ante la competencia, de esta manera se logrará la satisfacción completa del consumidor y la fidelización.

García, y otros (2011) mencionan que la ISO (Organización Internacional de Normalización) define al sistema de calidad como la garantía de que el servicio que se va a prestar correctamente mediante un plan anteriormente establecido, entendido y aceptado, así también centrado en la prevención de problemas para la satisfacción plena de las necesidades de los consumidores.

Para que la empresa pueda garantizar que sus servicios son de calidad es necesario contar con un sistema de gestión de calidad, tratando de evitar los errores antes de que estos lleguen a darse, esto es un factor clave en una empresa, puesto que los huéspedes valoran en gran medida la prevención de errores.

d) Gestión de personal

Casanueva, y otros (2000) señalan:

El personal de las empresas, y en particular de las empresas turísticas, en los últimos años ha pasado de ser considerado sólo como un elemento de coste (para algunos el más importante), a verse como uno de los activos más importantes de la empresa y el que permite obtener mejoras en la rentabilidad y ventajas competitivas sostenibles. Esta tendencia ha llevado a la consideración de los recursos humanos como un elemento estratégico para la empresa turística. (p. 315).

Uno de los factores de vital importancia en la productividad de las empresas es el recurso humano, puesto que es mediante ellos que se lograrán los objetivos de la empresa, es necesario brindar un excelente clima laboral a los colaboradores para hacer más eficiente sus resultados.

En las empresas de alojamiento, los colaboradores desempeñan una función notable. Al respecto Martín (2004) considera:

El factor humano es el recurso más importante de las empresas de servicio, en constante contacto con el cliente, siendo fundamental que el trabajador presente una actitud positiva frente al trabajo a realizar, para lo cual es necesario que:

- Cada empleado conozca el producto, el negocio y los objetivos de la empresa.
- La organización aproveche los conocimientos, habilidades y experiencia de cada individuo.
- El trabajador esté motivado.
- Se promueva la participación del personal.
- Exista una buena comunicación en la empresa.
- Se eviten conflictos disfuncionales en la organización.

- Se invierta en formación en la empresa. (p.394).

Es importante que el recurso humano cuente con las condiciones para desempeñar adecuadamente sus funciones, por ello deben de impulsar a los colaboradores a recibir cursos y capacitaciones, de esa manera se sentirán motivados y se mejorará la atención a los huéspedes.

Para Marketing Publishing (2007):

Todo cuanto se hace en una empresa lo hace su personal: la calidad también. Si el personal de la empresa no está organizado, estructurado, formado, gestionado y estimulado en función de la calidad, muy difícilmente se lograrán los niveles de calidad requeridos en sus productos. (p. 140).

Las empresas llevan a cabo sus procesos gracias a la participación del personal, en el caso particular de los servicios, el personal tiene mayor importancia, ya que van a ser los responsables de interactuar con los huéspedes, en tal sentido éstos deben estar organizados de la forma más conveniente, pero también contar con la formación necesaria para llevar a cabo sus funciones con eficiencia.

Casanueva, y otros (2000) manifiestan:

La esencia del servicio turístico reside en su personal. Los hombres y mujeres de la empresa turística son los que van a lograr la satisfacción de las necesidades del cliente. La satisfacción del cliente se consigue con la contribución de todos y cada uno de los miembros de la empresa, que deben ser conscientes de su papel en la prestación del servicio. (p. 214).

Es necesario que los colaboradores realicen sus labores de forma efectiva, es por ello que se considera importante que estén constantemente capacitados y se les brinde las motivaciones correspondientes. Martín (2004) señala:

La mejora de la calidad debe empezar por una gestión de los recursos humanos que invierta en formación, para ofrecer un servicio técnicamente perfecto, y que se preocupe de motivar e incentivar al personal, para que éste incorpore en este servicio “técnicamente perfecto” ese “intangible” que nos lleva a la excelencia. (p.394).

Como ya se mencionó la capacitación del recurso humano es de gran importancia para toda empresa, puesto que el profesional va a poder desarrollarse y a su vez poseer las capacidades para realizar sus funciones, generando beneficios para la empresa. Por otro lado, la motivación al recurso humano, se considera como la clave del éxito de la empresa, puesto que la motivación va a impulsar al colaborador a alcanzar los objetivos de la empresa.

Casanueva, y otros (2000) señalan:

La gestión de los recursos humanos en la empresa turística podemos entenderla como un proceso que se desarrolla a lo largo de las siguientes fases o etapas:

- Planificación de los recursos humanos
- Reclutamiento.
- Selección.
- Orientación e integración del personal.
- Formación y capacitación.
- Evaluación del rendimiento.
- Desarrollo de carreras.
- Salarios y recompensas. (p.317).

Es recomendable que las empresas de alojamiento cumplan con estas fases, a fin de poder seleccionar al personal más idóneo, según los requisitos que haya establecido la empresa, pero por otro lado también permitirá formar, motivar y evaluar el desempeño del personal.

e) Gestión de suministros y proveedores

Casanueva, y otros (2000) manifiestan que es muy indispensable la calidad de los productos y servicios que se adquieren a través de los proveedores, puesto que es parte del servicio final ofrecido al visitante.

Ramírez (2002) pone de manifiesto la importancia de estos, indicando que “Éstos deben ser responsables asimismo de la calidad en los insumos que ofrecen, extendiéndose este concepto a los subcontratistas y fabricantes que se relacionen con las entidades y empresas turísticas”. (p.12).

La gestión de proveedores y suministros es una herramienta que ayuda a asegurar la calidad del servicio, es necesario que se establezcan objetivos de abastecimiento, asegurando la competitividad de la empresa de alojamiento, es por ello que se debe asegurar la calidad de los productos para poder brindar servicios de calidad a los clientes.

Para Rainforest Alliance (s.f.):

La gestión de proveedores es hacer coincidir los intereses de nuestros proveedores con los de nuestra empresa y finalmente, con los de nuestros clientes. Es establecer canales de comunicación, de intercambio y de colaboración entre los proveedores, nuestra empresa y los clientes finales. (p.15).

Cabe indicar que lo mencionado implica que se debe de organizar las acciones que van desde los proveedores de los productos hasta el cliente final, de tal manera que esto repercuta en un servicio de calidad, superando las expectativas de los mismos. Por otro lado, se contribuye en el desarrollo de la región, puesto que a los proveedores se les brinda la oportunidad de proporcionar los insumos.

Por otro lado, para Hospitality & Service University (s.f.): “Esta corresponde a todas las acciones que se debe ejecutar para obtener los insumos necesarios para

preparar y servir los alimentos y bebidas. Incluye Compra, Negociación, Transporte y Manipulación de Insumos”. (p. 10)

f) Gestión de seguridad

Según Rainforest Alliance (s.f.):

La seguridad empresarial debe tratarse como un todo. La perspectiva de seguridad empresarial contempla: los elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivos y los accidentes en las operaciones turísticas. Esto debido a que la seguridad es uno de los aspectos que más influyen en la decisión de compra de servicios turísticos.

La gestión de la seguridad promueve la protección de la vida y salud de los colaboradores y de los clientes-visitantes. También impulsa la conservación de los equipos, herramientas e información de la empresa, permitiendo determinar las causas de las condiciones inseguras y tomar acciones correctivas para evitarlas o por lo menos disminuirlas. (p.24).

Van Duynen, y Carré (2011) afirman: “La empresa debe preocuparse por ofrecer un ambiente accesible, seguro e higiénico, no solamente para sus clientes sino para sus empleados y colaboradores”. (p. 55).

La seguridad en las empresas de alojamiento se considera como uno de los principales factores que el huésped evalúa antes de la elección de la empresa prestadora de servicios de alojamiento y el destino, es importante que se proporcionen las medidas necesarias de bienestar y seguridad tanto para los huéspedes y sus bienes y para los colaboradores.

g) Gestión financiera y contable

Raindforest Alliance (s.f.) indica:

Un sistema financiero permite analizar cómo es el flujo del dinero en la empresa, en qué condiciones se consiguen fondos y cómo se administran, lo que aunado al establecimiento conjunto de un buen sistema contable, se contará con información real y útil para tomar decisiones económicas. (p.21).

Por otro lado, en cuanto al financiamiento, para Casanueva, y otros (2000):

Éste intenta decidir sobre la mejor forma que tiene para obtener los recursos financieros necesarios para emprender sus operaciones (decisiones de financiación) y también sobre la forma en que se materializa ese dinero en instalaciones, equipos y materiales necesarios para dichas operaciones. (p. 137).

Al respecto, la gestión financiera contribuye al desarrollo de empresa, puesto que mediante este sistema se realizan todas las actividades vinculadas con la gestión del dinero, debe de estar orientada a generar mayores beneficios económicos, es necesario que se ejecuten eficientemente los fondos para cubrir las operaciones que se realizan en la empresa.

Para Montaner (1996):

La financiación es el conjunto de fuentes y medios con los que una empresa turística obtiene los recursos necesarios para la realización de sus fines. Las fuentes de financiación que tiene la empresa son de dos tipos:

Fuentes internas o propias: Las fuentes internas o propias son aquellas que tienen su origen en el interior de la empresa, como consecuencia del ahorro efectuado por la misma.

Fuentes externas o ajenas: Las fuentes de financiación externas o ajenas son aquellas que proceden del exterior de la empresa, a través de diferentes instituciones financieras, nacionales o extranjeras, como bancos, cajas de ahorro, particulares, etc. (p. 130).

Cabe mencionar que la empresa requiere de recursos financieros para el desarrollo de sus actividades, siendo no sólo el principal motivo generar rentabilidad a la empresa, sino la satisfacción de las necesidades de los clientes.

h) Gestión de comunicación y marketing

Rainforest Alliance (s.f.) indica:

La comunicación es la herramienta para dar a conocer los productos y servicios de una empresa, al grupo objetivo de clientes. Requiere de una planificación y de un enfoque estratégico para que los potenciales clientes comprendan de manera integral los productos y servicios que se ofrecen. El mercadeo o marketing se ocupa de estudiar y dar soluciones referentes a los mercados, los clientes o consumidores (sus necesidades, deseos y comportamiento) y sobre la gestión del mercadeo (o gestión comercial) de las empresas. (p.27).

Nanclares (2001) hace mención a los modos más efectivos de publicidad, la cual es dar a conocer al público en general el producto/servicios que se elabora. La publicidad más efectiva y económica en hostelería y alimentación la hacen los mismos consumidores, la transmisión boca a boca. Para que se origine esta reacción es necesario que el producto/servicio ofrecido sea: aceptado, recordado y recomendado. Por otro lado, Marketing Publishing (2007) indica: “Usualmente, las pequeñas empresas dependen, para establecer el contacto inicial con sus consumidores o clientes, de las actividades de venta y de la comunicación informal o boca a boca”. (p. 114).

Es importante que las actividades que realicen las empresas, estén en dirección a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, por ello el marketing debe de ser un proceso que esté orientado a identificar y satisfacer las necesidades del público objetivo; la forma más efectiva de promoción es brindar un servicio de calidad, lo cual generará que los clientes que hacen uso del servicio lo recomienden.

Nanclares (2001) afirma:

El objetivo de la publicidad es ampliar el número de consumidores y, como consecuencia, las ventas. Los resultados que se esperan son:

- a) Conseguir mantener a los consumidores habituales.
- b) Evitar pérdidas de consumidores.
- c) Aumentar el número de consumidores.

No es suficiente poseer buenas instalaciones, buen servicio y buena calidad en el producto (elementos endógenos). Una inteligente campaña publicitaria, utilizando procedimientos convencionales (elemento exógeno), fortalecerá el número de consumidores. (p. 60).

La publicidad en el sector turismo es de gran importancia, debido a que esta herramienta permite incentivar a consumir o adquirir un producto o servicio, por consiguiente, aumentar las ventas de los mismos, de tal manera que se dé a conocer a los clientes las características de los servicios, en este caso en cuanto a las empresas de alojamiento, en la publicidad se debe de plasmar toda la información que los clientes desean saber para la elección del hotel.

Con relación al marketing, Rubio (2006) señala: “Toda empresa que mira al futuro debe disponer de información sobre sus clientes y sus necesidades. La investigación del mercado es uno de los instrumentos principales para obtener dicha información”. (p. 9).

2.4.3.2. Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura

Para Martín (2004):

Si bien en el logro de la calidad el factor humano es determinante, también hay que considerar los aspectos tangibles de la calidad; por lo que también habrá que prestar atención a las instalaciones, equipos y materiales (mobiliario, uniformes, cristalería, vajilla, decoración, etc.) de la empresa y, relacionado con éstos, a la higiene y la seguridad. (p.395).

En las empresas de alojamiento el aspecto físico es sumamente importante, ya que se constituye en el ambiente donde se prestará el servicio, por lo tanto, debe reunir una serie de características como son la limpieza, la seguridad, el confort; si no se disponen de un ambiente adecuado difícilmente se puede generar un servicio de calidad.

Hospitality & Service University (s.f.) refiriéndose a la infraestructura, señala:

El Soporte Físico es el escenario en el que serán puestos los actores (el personal de la tienda, banco, hotel, restaurante, etc.), y su objetivo es facilitar la interacción entre el Personal en Contacto y el cliente, y favorecer y motivar las actitudes y comportamientos que condicionan un buen servicio. (p. 3).

Rainforest Alliance (2006) señala: “Una infraestructura efectiva aprovecha los recursos naturales y culturales de la zona, ayuda a ahorrar y a no hacer daño al ambiente”. (p. 17).

Hoy en día existe gran preocupación por el cuidado del medio ambiente, en el equipamiento e infraestructura de las empresas de alojamiento se deben considerar elementos que permitan contribuir al ahorro de energía y a aprovechar los recursos disponibles de la localidad.

a) Exterior

El exterior de una empresa de alojamiento forma parte de la publicidad para captar nuevos clientes, a la vez es la proyección que el huésped percibe del servicio, por ello las empresas deben de poner énfasis en el diseño y decoración del alojamiento para proyectar una buena impresión, siendo la fachada el primer elemento material que el cliente puede percibir de la empresa; para Océano Centrum (s.f.): “La ubicación y la decoración de un hotel dice mucho del mismo”. (p. 531).

Es importante que la fachada de una empresa de alojamiento esté diseñada de tal modo que contribuya a reforzar la imagen corporativa y a captar la atención de los huéspedes.

b) Recepción

Según Corral (2006) Corral (2006) El departamento de recepción es de vital importancia para el desarrollo operativo de una empresa de alojamiento, pero el elemento principal es la integración de su imagen, sea positiva o no ante el huésped, considera también que el trato debe de ser familiar y personalizado, enfocándose en su máxima expresión.

Ésta área debe reunir una serie de características que la hagan atractiva, segura y funcional, ya que es el lugar en donde se recibirá, atenderá y despedirá a los huéspedes; debe estar ubicada en una zona estratégica y contar con el equipamiento y mobiliario necesario para desarrollar de forma eficiente la atención del huésped.

c) Oficinas

Es importante que la empresa de alojamiento cuente con una oficina de administración, donde se organice y conserve la documentación de la empresa, los cuales se deben de mantener ordenados y clasificados, cabe resaltar que es necesario que esta oficina cuente con los equipos e implementos necesario.

d) Áreas de personal

Mincetur (2008) considera:

El establecimiento debe facilitar al personal espacios adecuados para el cambio de vestimenta, en los cuales la ropa de trabajo no debe entrar en contacto con la ropa de uso personal. Dichos ambientes o vestuarios deben estar separados de los servicios higiénicos, contar con apropiada iluminación, ventilación y mantenerse en buen estado de conservación e higiene, asimismo contar con materiales de apoyo, tales como bancas, sillas y sistemas de seguridad. (p. 29).

Es necesario que las empresas dispongan de espacios para vestuarios y servicios higiénicos de los colaboradores, estos deben de estar señalizados, en buen estado de conservación e higiene y equipados para la comodidad de los colaboradores.

e) Áreas comunes

Mincetur (2012) considera:

Como áreas comunes, a las áreas que utiliza el huésped, el personal y el público en general en horario determinado por el establecimiento; a su vez se clasifican en: zonas externas (fachadas y ubicación), zonas nobles (uso exclusivo de los huéspedes) y zonas internas (oficinas, vestidores, comedor, etc.). Su objetivo es brindar al personal y público en general confort, adecuado estado de funcionamiento, limpieza y así tener un impacto agradable a la vista. Son fundamentales para causar una buena impresión desde el primer contacto con el huésped. (p. 32).

Es necesario que las áreas de uso común de una empresa de alojamiento cuenten con todas las medidas y elementos que aseguren la seguridad y comodidad tanto de huéspedes como de empleados.

f) Habitaciones

Mincetur (2012) menciona:

Las habitaciones tienen como objetivo brindar comodidad a los huéspedes y a la vez deben estar equipados para brindar mayor confort durante su estadía y momentos de descanso.

Las habitaciones son la razón de ser de todo establecimiento de hospedaje. Una habitación de calidad debe cumplir con 3 aspectos: perfecto estado de limpieza, correcto estado de funcionamiento y buena presentación. (pp.36,40).

Cabe mencionar que las habitaciones en un hotel deben de cumplir con determinados parámetros que garanticen el confort y bienestar de los huéspedes, en este sentido es fundamental ofrecer una habitación agradable, atractiva y segura, en base a ello se lograra brindar un servicio de excelencia. La habitación es el espacio en el que el huésped pasará mayor tiempo.

g) Almacén de pisos

Mincetur (2008) indica:

Los almacenes o áreas de almacenamiento deben ser de material resistente que permita una fácil limpieza, deben mantenerse limpios, secos, ventilados, protegidos contra el ingreso de animales como roedores y personas ajenas al servicio, asimismo se debe limpiar con frecuencia las bandejas o anaqueles. (p.49).

Según Instituto para la Calidad Turística Española - ICTE (2000):

El office de pisos o almacén de planta es como un cuarto de trabajo y almacén en donde las camareras guardarán ropa, utensilios y productos de limpieza. Dentro del office, los artículos estarán divididos de la siguiente forma:

1. Lencería
2. Útiles y productos de limpieza
3. Productos para reposición de minibares
4. Carro de pisos. (p.2).

El almacén de pisos cumple una función muy importante en el proceso de limpieza del establecimiento de alojamiento, ya que pone a disposición del personal de limpieza el material, equipos y lencería necesaria para llevar a cabo sus funciones; gracias a que las empresas de alojamiento disponen de almacenes en cada piso del establecimiento se puede llevar a cabo un mejor control de los inventarios y también optimizar el tiempo de trabajo del personal de pisos.

h) Comedor

Corral (2006) nos indica que el comedor es el centro de la actividad en un restaurante, así también que la imagen depende en gran medida de los colaboradores, hace mención también que influye mucho como se atiende a los comensales.

Sánchez Feito (2000) manifiesta:

El comedor es el espacio físico destinado a la prestación del servicio de comidas y bebidas. No hay que olvidar que este espacio lo utiliza tanto el cliente como el propio personal. El objetivo básico que debe plantearse en el diseño del comedor es la consecución de un ambiente adecuado en función de una serie de factores que influyen en este ambiente, como son:

El local, sus dimensiones y su ubicación. El espacio destinado al servicio de comidas debe cumplir una serie de requisitos mínimos:

- Ser lo suficientemente amplio para atender a un determinado número de clientes.
- Facilitar la circulación del personal de servicio y de los clientes.

- Permitir la localización y el acceso de forma sencilla por parte de los clientes.

La construcción y decoración de la sala deben estar de acuerdo con la categoría del establecimiento y del ambiente que se quiera crear. (p. 61).

Es importante que el comedor esté ubicado cerca de la cocina, en este espacio se debe de permitir una adecuada circulación tanto de los comensales como de los colaboradores, a su vez el mobiliario del comedor debe ser resistente y se debe de mantener en óptimas condiciones de conservación e higiene.

i) Cocina

Para Mincetur (2008):

Las cocinas bien diseñadas hacen más fácil el trabajo de mantener alimentos sanos ya que facilitan la limpieza y desinfección reduciendo los peligros de contaminación cruzada y al contar con la fluidez necesaria para el proceso de elaboración, desde la preparación previa hasta el servido, disminuyendo el tiempo que los alimentos pasan en la zona de temperatura de peligro (5o C a 60o C). En tal sentido, se recomienda que la cocina cuente con un área suficiente para abastecer el número de raciones según el movimiento del establecimiento, que este ubicada próxima al comedor y además cuente con fácil acceso al de almacenamiento de las materias primas. (p.53).

Al respecto, la cocina pertenece al departamento de alimentos y bebidas de un hotel, el cual genera uno de los principales ingresos al hotel, en esta área se llevan a cabo las operaciones de la cocina, cabe mencionar que este departamento involucra a un gran número de colaboradores. Se debe de contar con los equipos y materiales necesarios para garantizar una rápida atención de los pedidos de los huéspedes.

2.4.3.3. Gestión del servicio

La gestión del servicio en las empresas de alojamiento es de vital importancia debido a que marca la diferencia ante la competencia sobre el servicio que se oferta, por ello se debe de generar estrategias específicas que posibiliten captar y fidelizar a los huéspedes. Así también es necesario que los colaboradores estén a disposición de los huéspedes para resolver sus inconvenientes o inquietudes.

a) Reservas

Para Mincetur (2011):

Reservas y Recepción es un área de suma relevancia para el establecimiento de hospedaje, pues se halla en continuo contacto con el huésped desde la reservación hasta la despedida y facturación. De tal manera, que tienen una serie de moments of truth (momentos de la verdad) frente al mismo. (p.28).

Hoatality & Service University (s.f.): Menciona que el área de reservas es de suma importancia, puesto que en esta área se tomará y registrará la solicitud del alquiler de una o más habitaciones del huésped, empresa o grupo de persona en una fecha determinada.

El proceso de reserva en una empresa de alojamiento debe de ser atendida por profesionales altamente capacitados en el rubro, puesto que si se realiza eficientemente la reserva se podrá agilizar la labor del recepcionista, por ellos el perfil del recepcionista debe de presentar una serie de capacidades y competencias que permita asumir las responsabilidades en el área. Por otro lado, el departamento de reservaciones debe de estar en constante comunicación con el departamento de Housekeeping, ya que mediante este departamento se dará a conocer cuando las habitaciones pueden ser ocupadas.

Para Mincetur (2011): “La gestión de Reservas tiene como finalidad la optimización de la ocupabilidad del hospedaje. Por consiguiente, permite llevar una proyección de reservas con el transcurso de los meses. Por este motivo es necesario establecer parámetros para gestionarlas efectivamente”. (p. 28)

En los últimos años se han implementados portales de internet para poder realizar reservas sin la necesidad de ir al establecimiento, lo cual también se juega un papel importante en la elección del hotel.

b) Atención del teléfono

Hostitality & Service University (s.f.) menciona: “Corresponde a las acciones que debe ejecutar el personal para gestionar llamadas y servicios asociados desde y hacia el cliente”. (p.11).

Cabe destacar que el proceso de atención del teléfono en una empresa de alojamiento implica habilidades y capacidades que debe de poseer el profesional entre ellas tenemos la de hablar y saber escuchar, además el profesional encargado de esta área debe de poseer los conocimientos necesarios que oferta el establecimiento. Es necesario que este contacto con los clientes actuales y potenciales sea eficiente, puesto que la imagen de la empresa depende de esta comunicación.

Según Dircetur - Cusco (2009):

Es importante este servicio ya que durante la comunicación telefónica (tanto externa como interna), el cliente tiene la percepción acerca del servicio que brinda el establecimiento, por ello:

Revise los aparatos telefónicos tanto de la recepción como de las habitaciones, los que estarán en buen estado de conservación y uso, de manera tal que no obstruyan o dificulten la comunicación. (p.30).

Para el uso del teléfono existen una serie de pautas entre ellas tenemos que le profesional debe de entender al menos el idioma inglés; tener la capacidad de atender un requerimiento; seguir un patrón determinado para responder el teléfono desde el inicio hasta el final de la conversación; poseer un tono de voz agradable; contestar de inmediato antes de la tercera timbrada; no dejar esperar al huésped durante la llamada telefónica.

c) Ingreso del huésped

Hospitality & Service University (s.f.): Considera que estas acciones se realizan cuando se recibe al huésped en el hotel, indica también que el colaborador que esté representado esta área del hotel debe de saludar con cordialidad y dar la bienvenida a la empresa, continuar verificando la reserva en el sistema, disponibilidad de habitaciones y la forma de pago.

Según Navarro (2009)

El proceso de Chek-in es el momento en que una vez que el cliente ha arribado a la instalación se procede a registrarlo como huésped del hotel, donde se produce el chequeo de los documentos necesarios y la toma de datos en la tarjeta de huésped o ficha del cliente(huésped), que la instalación habilita al efecto.

El Check-in es importante porque constituye uno de los momentos principales dentro del trabajo de los recepcionistas, es un procedimiento altamente técnico en el cual se muestran las habilidades más necesarias de un buen anfitrión, amabilidad, cortesía, discreción, excelente uso de los idiomas, rapidez y destreza en el manejo de su actividad.

El momento de la llegada del huésped, es uno de los aspectos que el huésped más valora para percibir el nivel de calidad de los servicios que ofrece el establecimiento, este procedimiento debe de ser atendido por profesionales que poseen las habilidades y capacidades necesarias que un recepcionista debe tener, puesto que forma parte de la primera impresión del huésped, entre los aspectos que se deben cuidar tenemos la amabilidad, disponibilidad, rapidez, excelente manejo de idiomas y destreza en las actividades que realiza.

d) Estadía del huésped

Hospitality & Service University (s.f.) considera: “ Corresponde a las acciones que se deben realizar para atender y dar respuestas a necesidades y requerimientos de los clientes”. (p.11).

Corral (2006) menciona:

Los puntos clave de una buena atención al cliente a lo largo de su estancia en el hotel son:

- Comenzar en contacto con rapidez y calidad.
 - Emplear un tono de voz agradable.
 - Saber escuchar.
 - Implementar soluciones.
 - Estar atento a las necesidades del cliente y ofrecer servicios adicionales.
- (p.148).

Es importante que la estadía del huésped en el establecimiento sea placentera, por ello en todas las actividades que el huésped realice durante su permanencia se le debe de brindar las facilidades para su comodidad, así también el personal de recepción debe de estar a disposición del huésped, ya que es aquí donde el huésped acudirá ante cualquier duda o inconveniente en las instalaciones, el profesional deberá dar solución a los requerimientos en un tiempo adecuado, poniendo en primer lugar al huésped, de tal manera se pueda satisfacer sus necesidades y expectativas.

e) Salida del huésped

Hospitality & Service University (s.f.) involucra las acciones de preparar el estado de cuenta del pasajero, recibir el pago y dar la despedida al cliente. (p.11)

Por otro lado, Corral (2006) hace mención sobre el proceso del check out, el cual considera que es el momento cuando se ha vencido el tiempo pactado de la reservación, es aquí donde el huésped solicita todos los cargos asignados a su cuenta, después de la verificación de la cuenta y el pago de la misma el huésped pasa a retirarse. Cabe mencionar que este autor indica que el colaborador de recepción debe de ejecutar las técnicas requeridas para el eficiente desempeño en el área mencionada

Es importante que el huésped en la salida del hotel se lleve una excelente imagen de la empresa para asegurar su posible regreso o recomendación del servicio a sus amigos o familiares, puesto que es el último contacto que tendrá con el hotel, por ello el recepcionista debe de realizar el check out con eficiencia, se debe de

brindar al huésped más de los que espera, de esta manera se tendrá huéspedes felices y satisfechos.

f) Limpieza de habitaciones

Hospitality & Service University (s.f.) considera: “Corresponde a las acciones y trabajo que realiza el personal para preparar y disponer las habitaciones”. (p.11).

Según lo publicado en Hostelarium (s.f).

En el actual sector del alojamiento, ha cobrado especial importancia las opiniones que los clientes dejan en las distintas redes sociales. Es por ello de vital importancia, no dar la oportunidad a que una queja de la cual no podamos dar cuenta pueda afectar la reputación de nuestro negocio.

Cuando los huéspedes ingresan a la habitación que se les ha asignado deben de percibir un ambiente impecablemente limpio y ordenado, es decir como si fuera la primera vez que esa habitación es estrenada. Se debe de evitar el mínimo nivel de suciedad.

Cabe mencionar que para lograr una eficiente limpieza en las habitaciones se debe de tener claro el objetivo principal, el cual es la estancia del próximo cliente. (s.p.).

Al respecto, la limpieza de habitaciones es fundamental, puesto que va a garantizar los niveles de satisfacción de los huéspedes, a su vez mediante ello se podrá marcar diferencia antes la competencia, cabe mencionar que la limpieza es lo que el huésped valora más en un hotel, se debe de optimizar la calidad en sus servicios y no dar oportunidad para generar quejas, ya que es este el factor clave para la satisfacción del huésped.

Según Corral (2006), el tiempo que le lleva a una camarista es siete horas para la limpieza de habitaciones (30 minutos para cada habitación, dan un total de 14).

g) Limpieza de áreas comunes

Según ICTE (2000):

Por zonas comunes se entienden aquéllas destinadas a su uso por la clientela del hotel, como: Vestíbulo, Bar/Cafetería, Salones, Cocina, Comedor, Piscina, etc.

En las zonas comunes se tendrá especialmente en cuenta:

- Ventilación general
- Limpieza de papeleras y ceniceros, etc.
- Eliminación de polvo y suciedad en suelos, paredes, mobiliario, cristales, elementos decorativos y elementos murales.
- Verificación del correcto funcionamiento de luces, TV, aire acondicionado, etc.
- Lavado de cortinas, tapicerías, alfombras y moquetas en función del estado.
- Desmontaje y lavado de apliques y luminarias cerradas.
- Lavado de cristales exteriores (grandes lunas).

La frecuencia de limpieza se adaptará a las características específicas del hotel.

Las salas dedicadas a reuniones o convenciones se limpiarán en profundidad al menos una vez al día si están siendo utilizadas. Esta limpieza podrá ser realizada por el personal de restauración cuando realiza la reposición de artículos.

La limpieza de las cocinas será realizada conforme a los criterios establecidos en el procedimiento de Seguridad Alimentaria. (p.8).

La imagen y presentación de las instalaciones del hotel deben de estar en óptimas condiciones de conservación y limpieza, se debe de garantizar la limpieza de áreas internas y externas, para el bienestar de los huéspedes y colaboradores ya

que dispondrán de un área de trabajo saludable, así mismo la operación de las actividades sean eficientes garantizando la calidad en sus servicios. Por otro lado, los colaboradores que se desempeñan en este departamento deben de tener los conocimientos necesarios sobre el uso correcto de productos químicos.

h) Preparación de alimentos y bebidas

Mincetur (2008) menciona:

En los establecimientos de hospedaje pequeño, por lo general, el área de Alimentos y Bebidas suele centrarse básicamente en la preparación del desayuno, ya que es el servicio que se brinda siempre y está incluido en la tarifa de alojamiento en la mayoría de los casos. (p.21).

El profesional de este departamento tiene la responsabilidad de proteger la salud de los huéspedes, es fundamental que la manipulación de alimento y bebidas se realice con las medidas eficientes para brindar un servicio de calidad. Según Hospitality & Service University (s.f.) “Corresponde a las acciones que debe ejecutar el personal del área (cocina y bar) para preparar los alimentos y bebidas”. (p.12).

i) Servicio de alimentos y bebidas

Según el Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica (2006): “Al sector gastronómico de un establecimiento hotelero se le conoce como el Departamento de Alimentos y Bebidas A&B, abarca todo lo relacionado con el servicio gastronómico, desde su producción hasta el servicio o la venta.” (p.2).

Hoy en día muchas empresas de alojamiento incluyen el servicio de alimentación, el complementa el servicio de alojamiento con el de restauración, muchos huéspedes por temas de tiempo desean incluir a su tarifa el servicio de alimentación, actualmente este servicio también es de vital importancia al momento de elegir el establecimiento donde alojarse.

j) Mantenimiento

Según Dircetur - Cusco (2009):

Es uno de los departamentos más importantes, ya que vela el buen funcionamiento del edificio y el equipo del hotel, para así lograr la plena satisfacción del huésped durante su estancia. Es recomendable:

- Realizar un mantenimiento periódico programado (preventivo) a todos los equipos de cómputo.
- Cuenten con antivirus para todas las computadoras.
- Realice un mantenimiento preventivo y periódico en el tanque de agua y las termas de calentamiento de agua.
- Programe la limpieza de ductos y tuberías al menos una vez al año (se recomienda realizar en temporada baja).
- Revise diariamente los tanques, inodoros y duchas de todos los baños al momento de limpiar las habitaciones.
- En caso de contar con teléfono en las habitaciones, éstos deberán funcionar perfectamente, caso contrario, deberán ser reparados al momento de detectarse el problema o cambiados por otros, antes que el huésped sienta la molestia.
- Realice una revisión periódica para toda la maquinaria y equipo con que cuenta el establecimiento en todas sus áreas, en función a su antigüedad.
Elabore un programa anual de mantenimiento preventivo. (pp. 90,91)

Cabe resaltar que el mantenimiento en una empresa de alojamiento es de vital importancia, puesto que mediante éste se podrá garantizar el uso de las instalaciones y equipos del establecimiento, por otro lado, mediante este proceso se podrá anticipar y evitar reparaciones que generan molestias al huésped, de tal manera su objetivo principal sea la satisfacción de los huéspedes y la rentabilidad de la empresa.

2.4.3.4. Buenas prácticas en gestión medioambiental

Mincetur (2012) indica que las buenas prácticas ambientales son el conjunto de pautas y recomendaciones para mejorar la calidad de vida en el entorno; es decir la comunidad, estas deben de ser aplicadas a través de medidas preventivas que eviten los riesgos ambientales ante las acciones que se realizan en la empresa de alojamiento.

Es importante considerar en la gestión de una empresa de alojamiento la implementación de sistemas de gestión ambiental, debido a que hoy estamos viviendo la degradación del medio ambiente a causa del desarrollo de actividades y a la gestión empresarial sin contemplar medidas que disminuyan el impacto de su operación; cabe resaltar que el beneficio no será únicamente para el medio ambiente, ya que la empresa podrá ahorrar en el uso de energía y materiales además de generarse una imagen positiva en la comunidad y la demanda.

Casanueva, y otros (2000) indican las razones para la gestión medioambiental de la empresa turística:

- El aumento de la conciencia ecológica de los turistas hace que estos prefieran organizaciones que demuestren un comportamiento medioambiental respetuoso.
- El ecologismo brinda la oportunidad de crear una imagen comercial positiva “lo verde vende”.
- El fomento de actividades sostenibles por parte de las instituciones públicas puede suponer una fuente de ingresos en forma de ayudas y subvenciones.
- En este mismo sentido las instituciones públicas tendrán a contratar a aquellas empresas que tengan un comportamiento respetuoso con el entorno.
- Conseguir unas mejores relaciones con nuestro entorno inmediato, con la población y las autoridades, labrando una buena imagen y un espíritu de colaboración.

- Incrementar la motivación en los empleados conscientes de la importancia de una actitud ecológica positiva.
- Una gestión ambiental adecuada permite reducir el consumo de energía y agua y, por consiguiente, los costes de la empresa.

Para alcanzar esos objetivos y la política de la empresa, también deben diseñarse los planes de acción en los que se detallen las actividades concretas que se van a emprender, esta ejecución puede darse en varios niveles: la tecnología, la organización, los recursos humanos y la comunicación de la empresa.

La tecnología. Favorece en gran medida la consecución de los objetivos medioambientales de la empresa.

La estructura. Es preciso adaptar la estructura de la organización a nuevos parámetros.

Los recursos humanos. Para que un sistema de gestión medioambiental tenga éxito es necesario involucrar a todos y cada uno de los miembros de la empresa turística. (pp. 380, 386).

Cabe resaltar que las empresas de alojamiento deben demostrar compromiso con la gestión medio ambiental, se sabe que el turismo busca el desarrollo económico de la comunidad por ello es importante que se desarrolle el turismo sostenible, puesto que esta forma de turismo fomenta la preservación, conservación y cuidado del medio ambiente, es recomendable que la empresa garantice el adecuado comportamiento ambiental en todas sus actividades, con el fin de garantizar el cumplimiento de las buenas prácticas ambientales y la satisfacción de la satisfacción de los visitantes.

Mincetur (2010) en el Manual de Buenas Prácticas Ambientales, indica:

La valoración de nuestro ambiente ha dado lugar a la necesidad de que los servicios turísticos consideren en su concepción y desarrollo un conjunto de componentes ambientales y se identifiquen con la calidad turística. Las

buenas prácticas ambientales son en general, acciones sencillas cuyo costo de implementación es considerado como una inversión en el mediano plazo, y no, como se cree usualmente, un gasto adicional en que deben incurrir para ganar una “etiqueta” de responsabilidad socio-ambiental. (p. 15).

Actualmente las empresas ejecutan acciones sustentables que generan beneficios para la reducción de costos, ante ello es necesario que se dé lugar a las buenas prácticas en las empresas, ya que mediante esta herramienta se podrá promover el aprovechamiento de los recursos naturales y en base a ellos obtener beneficios económicos, ser más eficientes y competitivos en el mercado turístico.

a) Uso del agua

Mincetur (2010) señala:

El consumo de agua en el sector turismo es una variable en función del tipo de servicio que se ofrece y el periodo estacional de afluencia turística.

Resulta imprescindible reducir el consumo de agua, conjugando una correcta calidad del servicio turístico, que permita mantener los consumos dentro de una lógica de sostenibilidad ambiental con un enfoque más barato, más ecológico, más rápido y sin enfrentamientos sociales: ahorrando agua, aumentando la eficiencia en su uso. (p. 32).

Si bien es cierto en una empresa de alojamiento resulta difícil reducir el consumo del agua, puesto que este componente es indispensable para el uso del servicio de los huéspedes, es necesario implementar estrategias en cada área para mejorar el uso del agua, incorporar sistemas de bajo consumo, hacer una revisión constante en los sistemas y mecanismos para evitar fugas o averías, un factor importante para contribuir a la reducción del uso del agua son los colaboradores del alojamiento, puesto que en ellos se tiene que fomentar acciones y actitudes de uso responsable del agua y en cuanto a los huéspedes concientizarlos sobre la importancia de la reducción del consumo del agua.

b) Uso de la energía eléctrica

Mincetur (2010) en el Manual de Buenas Prácticas Ambientales, señala:

La energía es un elemento imprescindible para producir cualquier bien de consumo, para calentarnos y para desplazarnos. Uno de los objetivos de las buenas prácticas ambientales es reducir el consumo de energía, lo cual repercute en reducir nuestros costos.

Las posibilidades de ahorro en los servicios turísticos son muchas, en lo especial en lo referente a la calefacción y aire acondicionado, el agua caliente sanitaria, la iluminación y la cocina y lavandería. Ante esta situación es necesario un cambio de nuestras actitudes que pasa por reducir el consumo energético, mejorar la eficiencia y sustituir fuentes de energía convencional por renovables. (p. 30).

Cabe mencionar que en las empresas de alojamiento la energía eléctrica es uno de los principales costes de la empresa, por ellos importante que se implemente estrategias que estén orientadas al ahorro y eficiencia del uso de la energía eléctrica, con el objetivo de reducir el consumo de la electricidad, mejorar la eficiencia en el uso y a la vez contribuir con el medio ambiente.

c) Consumo de productos

Según Mincetur (2010):

Los servicios turísticos, tienen la opción de elegir entre las diversas opciones que les ofrece el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta los productos que valoran la protección del ambiente.

En los servicios turísticos continuamente se están tomando decisiones que en ocasiones pueden tener repercusiones en el ambiente, por lo que se debe tratar de escoger, de entre varias alternativas, aquellos productos cuyo impacto ambiental a lo largo de todo el ciclo de vida sea el menor. (p. 23)

Existen criterios ambientales que las empresas de alojamiento deben de tener en cuenta al momento de adquirir sus productos, es importante que los productos sean de bajo impacto ambiental, por ello es fundamental que las empresas se conviertan en consumidores responsables, de esta manera se podrá abastecer de forma inteligente las necesidades básicas del huésped, con el objetivo de minimizar sus impactos negativos para el medio ambiente

d) Gestión de residuos

Mincetur (2010) indica:

Los hábitos de consumo generan importantes cantidades de residuos, responsables de graves problemas de contaminación. La generación de residuos de los servicios turísticos, guardan una relación directa con las temporadas altas de visitantes. (p.26)

Rainforest Alliance (2006) Nos menciona que la basura es uno de los principales problemas en el sector turístico, debido a que su acumulación muestra un aspecto desagradable y un riesgo para la salud y el entorno, considera que es más importante disminuir la basura y separarla para su reúso. En la actividad turística se produce aproximadamente un 60% de basura orgánica (cáscaras de frutas y verduras, restos de comidas, etc.) y un 40% de basura inorgánica (empaques plásticos, vidrios, cartón, papelería, entre otros), los cuales son los más dañinos porque contaminan por cientos de años el ambiente. (p. 30)

El uso inadecuado de los residuos sólidos genera una problemática en el entorno ambiental, por ello es importante generar herramientas que proporcione mejoras competitivas en el alojamiento, de esta manera se podrá lograr una gestión eficiente de los residuos sólidos logrando un entorno ecológicamente sostenible.

e) Adaptación al medio

Rainforest Alliance (2006) indica:

Por definición, un diseño arquitectónico sustentable busca la armonía con su entorno natural y cultural por lo que el análisis de los factores naturales y los humanos debe ser básico a la hora de proponer y analizar las soluciones arquitectónicas.

De igual manera, el diseño arquitectónico deberá incorporar, rescatar y poner en valor los recursos histórico-culturales no sólo del área sino de toda la región en general. (p. 96)

Es necesario que las empresas de alojamiento tengan la capacidad de involucrarse con el medio ambiente, así mismo contribuir en nuevas estructuras incorporadas en el entorno disminuirá el impacto ambiental en la comunidad.

2.4.3.5. Buenas prácticas en gestión socio-cultural

Rainforest Alliance (s.f.) indica que diversas empresas consideran a la comunidad como otro agente de venta de sus servicios, por ello es necesario que la operación turista de la comunidad cuente con la capacidad de alcanzar los objetivos de desarrollo, de tal modo la relación entre el actor turístico y el entorno sociocultural se convierta en una base sólida para contribuir con la responsabilidad social, obteniendo beneficios para ambas partes.

Por otro lado, Casanueva, y otros (2000) mencionan: “Los factores sociales y culturales tienen una incidencia fundamental en el sector turístico”. (p. 77).

Por lo antes indicado, Rainfores Alliance (2006) indica:

Una empresa no puede comportarse como una isla que perturba y degrada el entorno social y cultural. No deben usarse los recursos turísticos sin retornar algo a cambio. La empresa debe participar activamente en el desarrollo de las comunidades vecinas, invertir, realizar proyectos y mejorar la infraestructura turística, dar trabajo y capacitar a las comunidades locales. (p. 34).

Cabe mencionar que la gestión socio cultural en las empresas de alojamiento implica la interacción de la comunidad con la empresa, por ello este proceso se basa en la ejecución de proyectos que impliquen y satisfagan las necesidades y problemas de la sociedad, así también se debe de dar prioridad a la recuperación de la identidad cultural que como se puede percibir en la actualidad poco a poco se va perdiendo.

a) Apoyo a la cultura local

Rainforest Alliance (2005) señala que mediante el apoyo a la cultura local se podrá motivar el desarrollo de la conciencia de local para contribuir en la conservación y defensa del patrimonio cultural, así también en el desarrollo económico de la comunidad. A la vez nos indica que una empresa del sector turismo debe de impulsar el desarrollo mediante el apoyo y divulgación de información veraz con respeto a los valores y elementos del patrimonio cultural.

Es importante que las empresas generen estrategias de apoyo a la cultura local, formar parte de los agentes competentes del sector turismo en la comunidad, de esta manera apoyar al desarrollo de la cultura local y ser parte de proyectos a nivel local, así mismo contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural.

b) Apoyo a la comunidad local

Rainforest Alliance (s.f.) considera que las empresas del sector turismo generan empleo y mejoran las condiciones económicas de las familias, de esta manera se contribuye con las sostenibilidad y desarrollo de la sociedad. Así también deben de promover estrategias que mejoren la calidad de vida de los habitantes de la comunidad, por otro lado, considera que la empresa contribuye a la economía de la comunidad mediante la contrata del personal de la zona y el consumo de productos locales.

Al respecto, es importante que las empresas se involucren con la comunidad, por ello es importante promover estrategias que contribuyan al desarrollo sustentable de la comunidad, entre ellas se debe de considerar el consumo de productos locales, ser parte del desarrollo de planificación turística y capacitar a la comunidad.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

La investigación adoptó un diseño de un caso único transversal, al respecto Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010) indican que “Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede”. (p. 151).

La investigación se desarrolló como un estudio de caso único, de tipo mixto (cualitativo y cuantitativo) puesto que se han obtenido tanto datos de tipo cuantitativo como cualitativos; sobre los estudios de caso, Hernández, y otros (2010) señalan que se pueden definir como “Estudios que al utilizar los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta; analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008) ...la unidad o caso investigado puede tratarse de un individuo, una pareja, una familia, un objeto, un sistema, una organización, etc. (p. 163)

Por otro lado, Hernández Sampieri, y otros (2010) indican que “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008)” (p. 546).

El nivel correspondió a un nivel exploratorio y descriptivo, Hernández Sampieri, y otros (2010) “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.” (p. 79) con relación al nivel descriptivo Hernández Sampieri, y otros (2010) señalan “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las

características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p. 80)

3.2. Caso

El caso investigado fue una empresa dedicada al rubro del alojamiento ubicada en Jr. Villavicencio 231 en la ciudad de Chimbote, en la cual se investigaron aspectos vinculados con su historia, organización, oferta y demanda y el perfil del personal; siendo la parte central la evaluación del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa; el equipamiento e infraestructura; la gestión del servicio; la gestión medioambiental y la gestión sociocultural.

3.3. Definición y operacionalización de las variables

a) Definición conceptual

Para la investigación la evaluación de la calidad del servicio está dada por el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas Mincetur (2012), señala que según el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas: Una buena práctica es “una forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”, tiene como principio fundamental ser útil para estimular nuevas ideas o para actuar como guía con el propósito de conseguir mayor eficacia y eficiencia en el servicio que se presta. Es este sentido, una buena práctica permite a las empresas aprender de las experiencias y aprendizajes exitosos de otros y aplicarlos en su contexto de manera más amplia.

b) Definición operacional

Variable	Dimensión	Sub dimensión	Indicadores	Medición
Calidad del servicio	Buenas prácticas en la gestión administrativa	Planificación	4 Estándares	Cumple/No cumple
		Organización	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de calidad	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de recursos humanos	15 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de suministros y proveedores	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de seguridad	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión financiera y contable	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de comunicación y marketing	12 Estándares	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura	Exterior	11 Estándares	Cumple/No cumple
		Recepción	20 Estándares	Cumple/No cumple
		Áreas comunes	10 Estándares	Cumple/No cumple
		Oficinas	2 Estándares	Cumple/No cumple
		Habitaciones	18 Estándares	Cumple/No cumple
		Almacén de pisos	6 Estándares	Cumple/No cumple

		Comedor	12 Estándares	Cumple/No cumple
		Cocina	10 Estándares	Cumple/No cumple
		Área de personal	3 Estándares	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas en gestión del servicio	Aspectos generales	4 Estándares	Cumple/ No cumple
		Reservas	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Atención del teléfono	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Ingreso de huésped	18 Estándares	Cumple/No cumple
		Estadía del huésped	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Salida del huésped	11 Estándares	Cumple/No cumple
		Limpieza de habitaciones	18 Estándares	Cumple/No cumple
		Limpieza de áreas comunes	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Preparación de alimentos y bebidas	4 Estándares	Cumple/No cumple
		Servicio de alimentos y bebidas	4 Estándares	Cumple/No cumple

	Buenas prácticas medioambientales	Uso del agua	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Uso de energía	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Consumo de productos	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de residuos	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Adaptación al medio	1 Estándar	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas socioculturales	Apoyo a la cultura local	4 Estándares	Cumple/No cumple
		Apoyo a la comunidad local	9 Estándares	Cumple/No cumple

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Los estudios de casos permiten emplear una serie de técnicas e instrumentos de investigación que permitirán obtener tanto datos cuantitativos como cualitativos; las técnicas que se emplearon en la investigación han sido la observación, la entrevista y la revisión documental; para Canales, De Alvarado y Pineda (1986), la observación es “Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y según el problema que se estudia.” (p. 160); esta técnica se apoyó en el uso de cinco (5) guías de observación, las cuales han estado orientadas a evaluar el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativas; al equipamiento e infraestructura; a la gestión del servicio; a la gestión medioambiental y la gestión sociocultural, cada una de las cuales se descompone en sub dimensiones; las cuales fueron validadas a través del juicio de expertos en el tema de certificación en base a la aplicación de buenas prácticas. Además, se empleó la cámara fotográfica para el registro de las imágenes más significativas.

Otro instrumento a empleado fue el cuestionario, Hernández Sampieri, y otros (2010), indican con relación al cuestionario “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.” (p. 217); el cuestionario está conformado de preguntas cerradas y abiertas; se aplicó con la finalidad de obtener información sobre las características del personal de la empresa, tanto administrativo como operativo; la modalidad de aplicación del instrumento fue a través de una entrevista personal, al respecto Hernández Sampieri, y otros(2010), señalan que las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. (p. 239)

Para la recolección de los datos cualitativos se empleó la técnica de la entrevista semiestructurada, Hernández Sampieri, y otros (2010) indican que las entrevistas cualitativas se definen como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Con relación a las entrevistas semiestructuradas, señalan que se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados. La entrevista se aplicó al propietario del establecimiento con la finalidad de obtener información sobre la historia, organización, demanda y oferta del establecimiento, esta técnica se apoyó además de la guía de preguntas en el uso de una reportera y una libreta de campo.

3.5. Plan de análisis

Para el procesamiento de los datos obtenidos a partir de los cuestionarios aplicados al personal y las cinco guías de observación se empleó el programa Microsoft Excel, para el análisis de los datos se aplicaron medidas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables en estudio y los resultados se presentan en tablas y figuras estadísticas.

La información obtenida a través de la aplicación de las guías de observación se ha organizado agrupando los resultados por cada una de las dimensiones de la variable en estudio y de manera global en tablas estadísticas.

Respecto a la información obtenida por medio de aplicación de la entrevista semiestructurada y de la observación se realizó a través de un análisis cualitativo describiendo el comportamiento de cada una de las variables en estudio.

Previo a la recolección de datos se estableció contacto con el propietario del establecimiento con la finalidad de coordinar las fechas de las visitas tanto para las entrevistas, la aplicación de los cuestionarios al personal que labora en la empresa, como para la evaluación de la calidad del servicio en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas.

Etapas de la recolección de datos:

Primera etapa:

Entrevista con el propietario del establecimiento, quien proporcionó datos sobre:

- Historia de la empresa y su evolución
- Organización de la empresa
- Oferta y la demanda

Segunda etapa:

Aplicación de los cuestionarios a todo el personal que labora en la empresa, con lo cual se obtuvieron datos para estructurar el perfil del personal tanto administrativo como operativo.

Tercera etapa:

Se aplicaron las cinco guías de observación para evaluar la calidad del servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas.

En todas las etapas de la recolección de datos se registraron imágenes, con la autorización previa del propietario de la empresa.

3.6. Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	Variables y dimensiones	Caso	Diseño	Instrumento
<p>¿Cuál es la calidad del servicio del hotel Buenos Aires de Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014?</p>	<p>Objetivo General Evaluar la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las principales características del hotel “Buenos Aires”, relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas 	<p>Evaluación de la calidad del servicio.</p> <p>Cumplimiento de buenas prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión administrativa. • Equipamiento e infraestructura. • Gestión del servicio • Gestión medio ambiental. • Gestión socio cultural. 	<p>Pequeña empresa dedicada al rubro del alojamiento.</p>	<p>Tipo: Estudio de caso único</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: Transversal</p>	<p>Guías de observación.</p> <p>Cuestionario estructurado.</p> <p>Cámara fotográfica.</p>

	<p>prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio-cultural del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014 				
--	--	--	--	--	--

3.7. Principios éticos

La investigación ha considerado los principios de confiabilidad, confidencialidad y respeto a la persona humana.

- **Confiabilidad:** Los datos presentados reflejan la realidad captada en el proceso de recolección de información, bajo la supervisión del Docente Tutor Investigador.
- **Confidencialidad:** únicamente se ha considerado la información que el empresario ha autorizado, garantizando la absoluta discreción de información confidencial.
- **Respeto a la persona humana:** La obtención de la información se ha llevado a cabo respetando la libertad de expresión, las ideas y opinión de los participantes

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

4.1.1. Historia, oferta, demanda, organización y perfil del hotel “Buenos Aires” de Chimbote

a) Historia del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

La empresa principal del Hotel Buenos Aires se encuentra ubicada en la Ciudad de Nuevo Chimbote y la sucursal se localiza en la Ciudad de Chimbote Jr. Villavicencio N° 231, la investigación se realizó sobre la base de la sucursal del hotel que se encuentra en la ciudad de Chimbote, la empresa principal se originó en el año 1998 como negocio personal y que incorpora como sucursal el Hotel Buenos Aires S.R.L en el año 2012 como hotel de dos estrellas, el negocio hotelero es de índole familiar, la idea de la empresa se originó debido al gran potencial de demanda que posee el establecimiento principal, considerando necesario tener un establecimiento hotelero en la ciudad de Chimbote para fortalecer el negocio y beneficiarse de la marca Buenos Aires, la cual tiene presencia y prestigio en el ámbito de la provincia y región.

b) Oferta del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

El hotel “Buenos Aires” de Chimbote se ubica en una zona céntrica de la ciudad, a media cuadra de la plaza de armas.

La oferta que presenta el hotel Buenos Aires S.R.L se basa en habitaciones de diverso tipo distribuidas en 5 pisos, dentro del tipo de habitaciones tiene habitaciones simples, dobles, triples y matrimoniales.

Los servicios que incluye son: servicios de internet wifi, Tv cable y lavandería.

Los servicios que no incluye dentro de su tarifa son: Servicio de desayuno y llamadas (DDI DDN).

La empresa presenta una decoración de diseño contemporáneo en todas las áreas de hotel.



Fotografía 01: Fachada del hotel “Buenos Aires” de Chicla.

Fuente: Página web de la empresa (setiembre 2014)

El hotel posee 21 habitaciones, de las cuales 8 son habitaciones simples, 6 habitaciones matrimoniales, 5 habitaciones dobles y 2 habitaciones triples.

Habitaciones simples:



Fotografía 02: Habitación simple del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.

Fuente: Página web de la empresa (setiembre 2014)

Habitaciones Dobles:



Fotografía 03: Habitación doble del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.

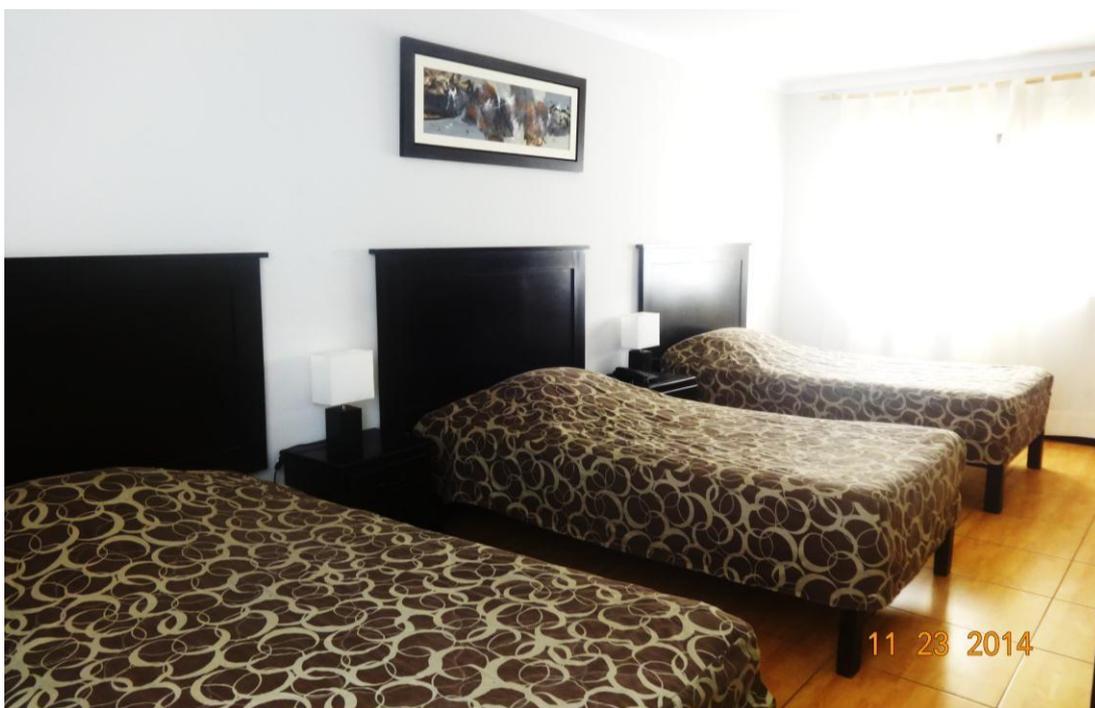
Fuente: Página web de la empresa (setiembre 2014)

Habitaciones Triples:



Fotografía 04: Habitación triple del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.

Fuente: Página web de la empresa (setiembre 2014)



Fotografía 05: Habitación triple del hotel “Buenos Aires” de Chimbote.

Fuente: Registro fotográfico del hotel “Buenos Aires” (noviembre 2014)

Habitaciones Matrimoniales:



Fotografía 06: Habitación matrimonial del hotel “Buenos Aires” de Chimbote

Fuente: Registro fotográfico del hotel “Buenos Aires” (noviembre 2014)

- Hora de Check In: 13:00 Hrs.
- Hora de Check Out: 12:200 Hrs.

Si el huésped se retira entre la 1:00 pm - 6 pm se cobra el 50% de la tarifa de la habitación. Luego de las 6:00 pm se aplica el cobro de la tarifa completa.

Tarifas publicadas del hotel Buenos Aires de Chimbote-2014

Cuadro 03: Tarifario de habitaciones

Tipo de Habitación	Tarifa
Habitación Simple	S/. 60.00
Habitación Matrimonial	S/. 70.00
Habitación Doble	S/. 80.00
Habitación Triple	S/. 90.00

Fuente: Hotel Buenos Aires de Chimbote.

Esta oferta ha tenido bastante aceptación debido a que es una oferta de calidad y precios accesibles.

c) Demanda del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

El directorio de la empresa ha descubierto un mercado dirigido a un sector corporativo de empresas establecidas en Chimbote que tiene sus oficinas principales en Lima y otras ciudades del país.

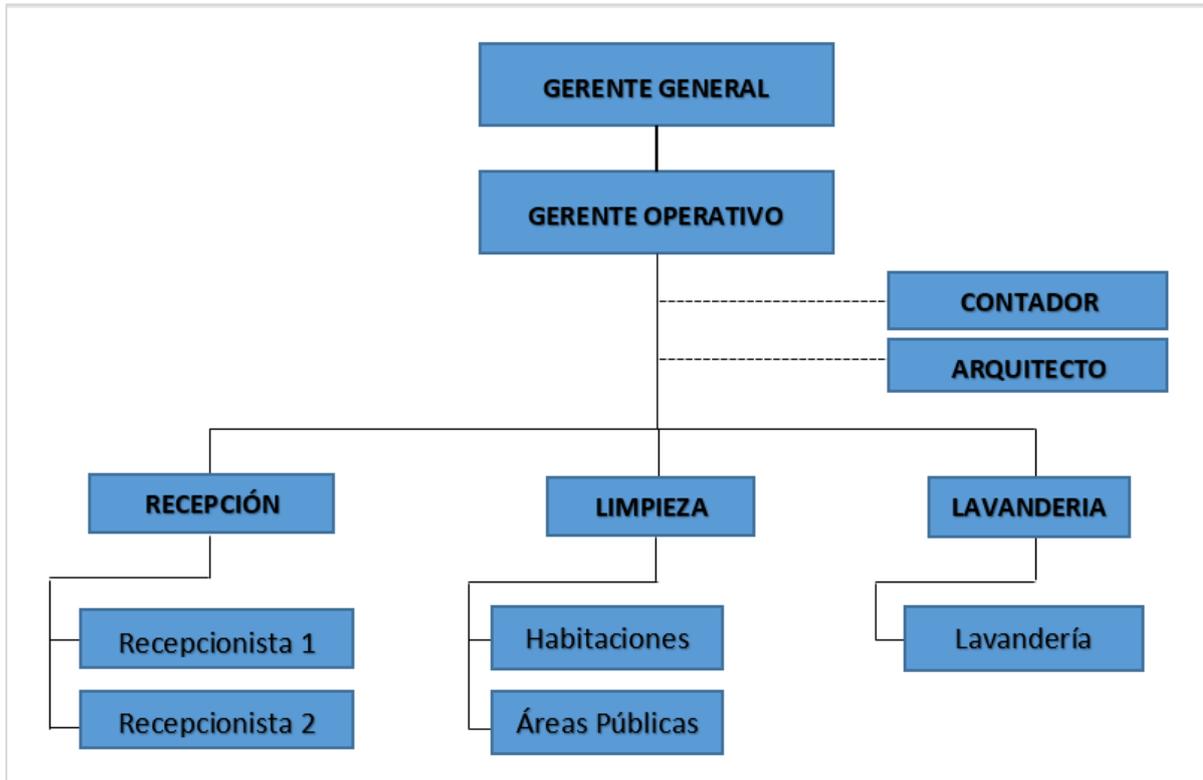
Los días de mayor demanda en el hotel son de lunes a viernes, ya que es en esos días en que los huéspedes de negocio se hospedan en el hotel, y los fines de semana que llegan al hotel familias a hospedarse por motivos de compromiso y visita a la ciudad.

El 80 % de los clientes son del sector financiero, industrial, comercial, como, por ejemplo: Bancos, seguros, principales corporaciones pesqueras, centros comerciales.

De la demanda que posee el hotel se puede decir que el 80 % pertenecen a género masculino y el 20 % a género femenino.

d) Organización de hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

Figura: N° 01: Organigrama del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014



Fuente: Elaboración propia en base a la información de la empresa.

A continuación, se presenta las funciones de cada puesto:

d.1) Gerente General: La gerencia se encuentra a cargo del propietario del hotel, el abogado Pastor la Rosa Maximiliano, quien desempeña sus labores en el horario de la mañana, desarrollando las siguientes funciones:

- Dirige, supervisa el desempeño del personal de la empresa.
- Contrata a los nuevos miembros del personal.
- Elabora y promueve estrategias de marketing.
- Representa a la empresa en los diferentes eventos sociales que se realizan en la ciudad.
- Planea y decide las acciones que se realizan en el hotel.
- Analiza el estado financiero mensual de la empresa.
- Realiza el pago a los empleados del hotel.

d.2) Gerente Operativo: Se encarga del control de calidad y servicios que se ofertan en la empresa principal como en la sucursal.

- Supervisa, organiza y gestiona las actividades de reservas, recepción, caja y comunicaciones.
- Organiza, supervisa y dirige el servicio de limpieza, acondicionamiento y mantenimiento del hotel.
- Control y seguimiento del servicio de desayuno, inventarios, pedidos, stocks y facturación de mercadería.
- Control y organización de eventos.

d.3) Asesoría Contable:

- Apertura libros de contabilidad.
- Establece un sistema de contabilidad.
- Registra los movimientos financieros del hotel.
- Presenta la información en los respectivos estados financieros para la toma de decisiones en la empresa.
- Realiza las planillas de sueldos de los empleados del hotel.

d.4) Asesoría Arquitectura:

- Produce trabajos detallados, dibujos, planos y especificaciones en el hotel.
- Estudio de la localización de la obra.
- Determina el listado de materiales y mano de obra a utilizar.
- Realiza informes técnicos.

d.5) Recepción: La recepción de hotel “Buenos Aires” de Chimbote se realiza en dos turnos, turno de día y turno de noche. Para ello los recepcionistas de cada turno realizan las siguientes funciones.

- Gestiona las salidas y entradas de los huéspedes.
- Recibe a los huéspedes.
- Asigna habitaciones.
- Da información a los clientes relacionados con el hotel.

- Atiende las llamadas.
- Controla y coordina todas las reservaciones.
- Lleva el control de llaves de las habitaciones.
- Entrega boletas, facturas.

d.6) Limpieza:

- Mantener limpias las habitaciones.
- Acomodar las camas y muebles de las habitaciones del hotel.
- Limpiar los baños de las habitaciones.
- Cambiar los objetos del interior, como jabones, toallas, etc.
- Mantener cerradas las habitaciones desocupadas.
- Limpiar las áreas comunes del hotel.

d.7) Lavandería:

- Lavar sábanas, fundas de almohadas, toallas y colchas.
- Realizar el planchado.
- Procurar el buen estado de las prendas en el lavado.

e) Perfil del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.

Para determinar el perfil del personal del hotel “Buenos Aires” se aplicó un cuestionario a los 8 empleados que conforman el personal; el gerente general, gerente operativo, contador, arquitecto, 2 recepcionistas, lavandera, limpieza. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Tabla 01: Perfil del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.

Datos generales																													
Sexo						Procedencia						Edad																	
Masculino			Femenino			Local		Nacional		Otros países		20-30		30-40		40-50		50-60											
n	%		n	%		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%										
5	62,50		3	37,50		7	87,50	1	12,50	-	-	2	25,00	3	37,50	2	25,00	1	12,50										
Estudios																													
Nivel de estudios																Especialidad Vinculada con el puesto													
PI		PC		SI		SC		STI		STC		SUI		SUC		PG		EVP				ENVP							
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
-	-	1	12,50	-	-	3	37,50	-	-	-	-	-	-	4	50,00	-	-	3	75,00	1	25,00								
Desempeño en la empresa																													
Área						Tiempo laborando en la empresa						Capacitación				Tipo de capacitación													
ADM		REC		LIM		OTRO		0-1		1-3		3-5		5-7		7-9		Si		No		ADM		AC		LIM		OTRO	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
2	25,00	2	25,00	1	12,50	3	37,50	2	25,00	6	75,00	-	-	-	-	-	-	7	87,50	1	12,50	3	37,50	2	25,00	1	12,50	2	25,00

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de estudios: PI (Primaria incompleta); PC (Primaria completa); SI (Secundaria incompleta); SC (Secundaria completa); STI (Superior técnica incompleta); STC (Superior técnica completa); SUI (Superior universitaria incompleta); SUC (Superior universitaria completa); PG (pos grado) **Especialidad Vinculada con el puesto:** EVP (especialidad vinculada con el puesto) y ENVP (Especialidad no vinculada con el puesto) **Área:** ADM (Administrativa); REC (Recepción); LIM (Limpieza)

La Tabla 01 muestra los resultados obtenidos sobre el perfil del personal de la empresa “Buenos Aires”; la información fue dividida en tres secciones: datos generales, estudios, y desempeño en la empresa. A continuación, se analiza cada una de las secciones.

e.1. Sexo del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

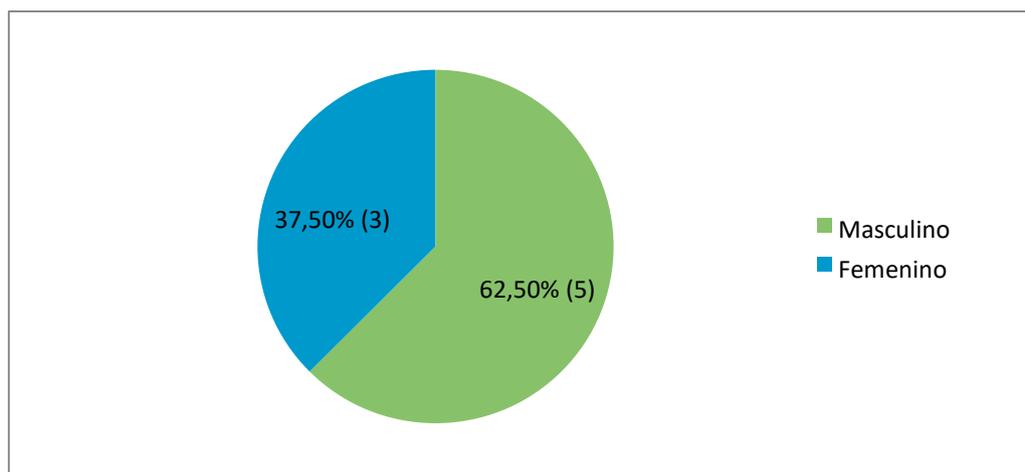


Figura 02: Sexo del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.

Fuente: Tabla 01

En la figura 02 con respecto al sexo del personal, muestra que 5 colaboradores, es decir el 62,50% corresponden al sexo masculino y 3 colaboradoras que equivale al 37,50% corresponden al sexo femenino.

e.2. Lugar de procedencia del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

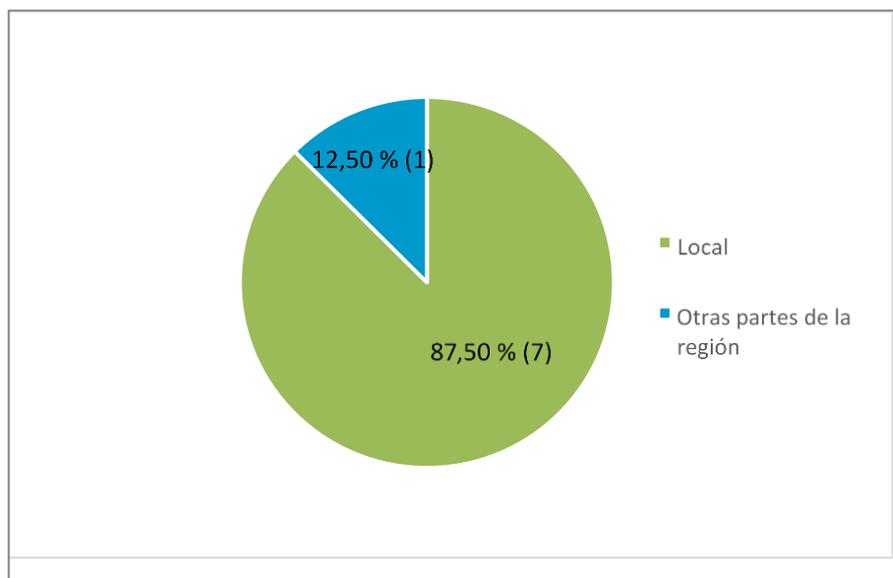


Figura 03: Lugar de procedencia del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.

Fuente: Tabla 01

En lo referente a la procedencia, la figura 03 muestra que el 87,50 % del personal, 7 colaboradores, son originarios de la ciudad de Chimbote, mientras que 1 colaborador, es decir el 12,50% es originario de la provincia de Conchucos.

e.3. Edad del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

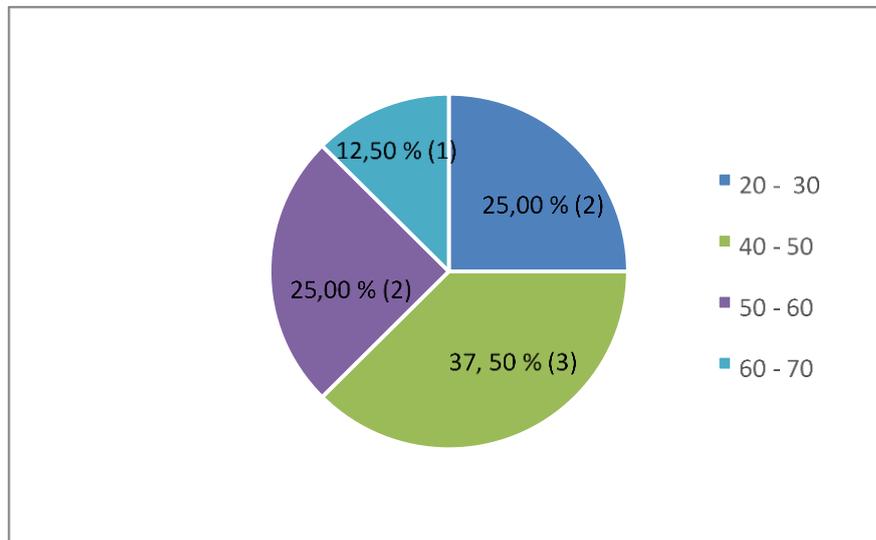


Figura 04: Edad del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.

Fuente: Tabla 01

La figura 04 presenta la edad del personal, podemos ver que el grupo etario que tienen entre 40 y 50 años de edad, es el 37,50%, mientras que el 25% corresponden a 2 colaboradores, quienes tienen entre 20 y 30 años de edad, por otro lado, se observa que 2 colaboradores que equivale al 25% tienen entre 50 y 60 años de edad y por último el 12,50% corresponde a 1 colaborador que tiene entre 60 y 70 años de edad.

e.4. Nivel de estudios del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

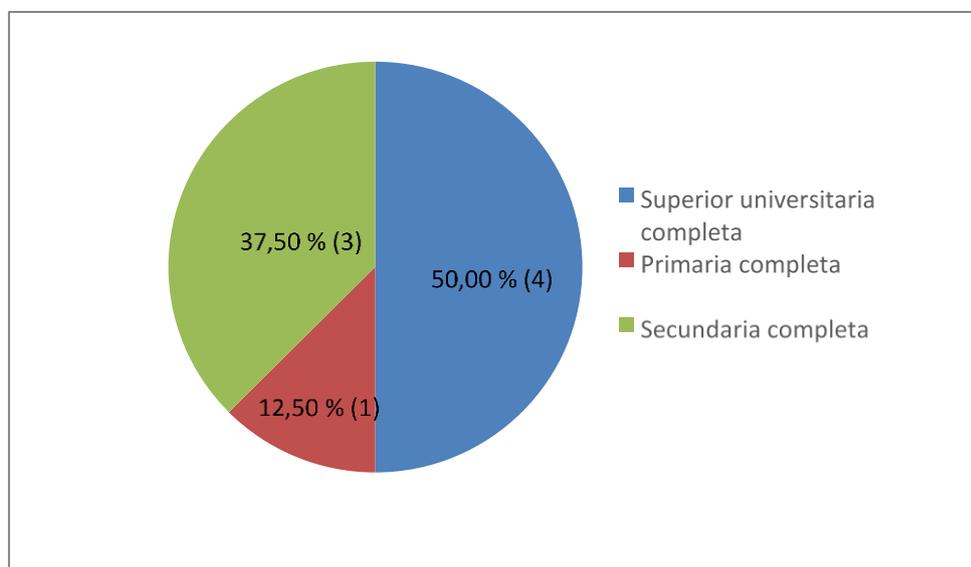


Figura 05: Nivel de estudios del personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.

Fuente: Tabla 01

La figura 05 presenta el nivel de estudios del personal, donde se puede apreciar que el 50%, es decir 4 colaboradores, cuentan con estudio superiores universitarios concluidos, Por otro lado, se observa que el 37,50%, 3 colaboradores cuentan con secundaria completa, así mismo 1 colaborador, es decir el 12,50% sólo cuenta con primaria completa.

e.5. Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014 según el vínculo de su especialidad con el puesto de trabajo

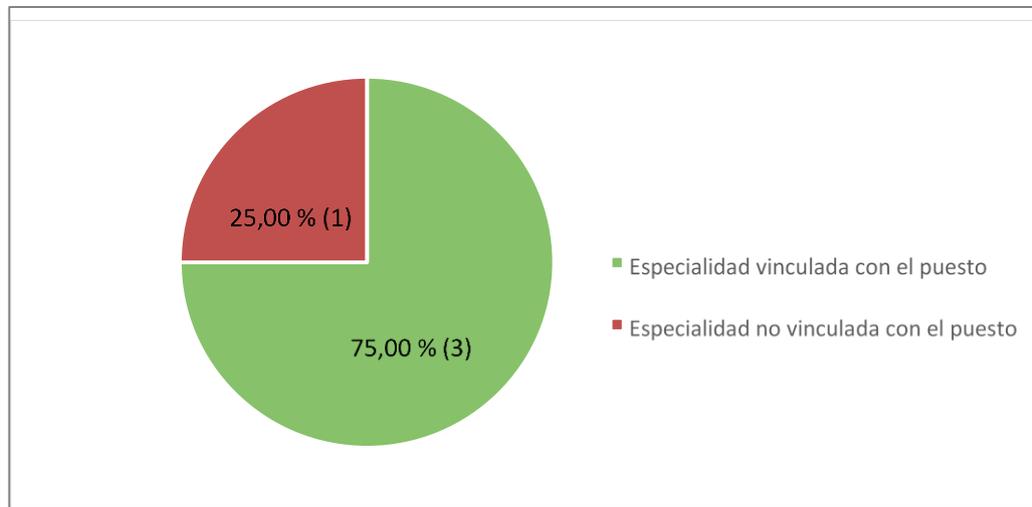


Figura 06: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014, según vínculo de su especialidad con el puesto de trabajo.

Fuente: Tabla 01

La figura 06 muestra la vinculación de la especialidad con el puesto de trabajo de cada trabajador, se observa que el 75 %, es decir 3 colaboradores poseen especialidad que se vincula con su puesto de trabajo, mientras que el 25%, es decir 1 colaborador cuenta con especialidad que no se vincula con su puesto de trabajo.

e.6. Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, según el área en el que trabaja

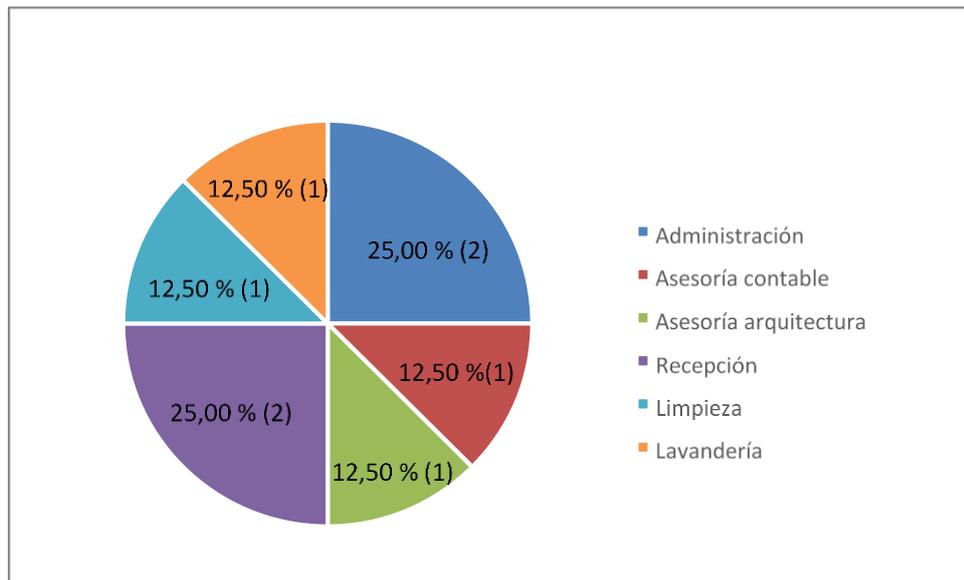


Figura 07: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote 2014, según su área de trabajo.

Fuente: Tabla 01

La figura 07 muestra el personal según su área de trabajo, la empresa cuenta con 8 colaboradores, distribuidos en 6 áreas; en el área de administración cuenta con el 25%, el cual equivale a 2 colaboradores, el área de asesoría contable 12,50%, es decir 1 trabajador, el área de asesoría en arquitectura 12,50%, que equivale a 1 colaborador, el área de recepción 25%, es decir 2 colaboradores, el área de limpieza 12,50%, que equivale a 1 colaboradora y el área de lavandería 12,50%, que equivale a 1 colaboradora.

e.7. Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014 según el tiempo que llevan laborando en la empresa

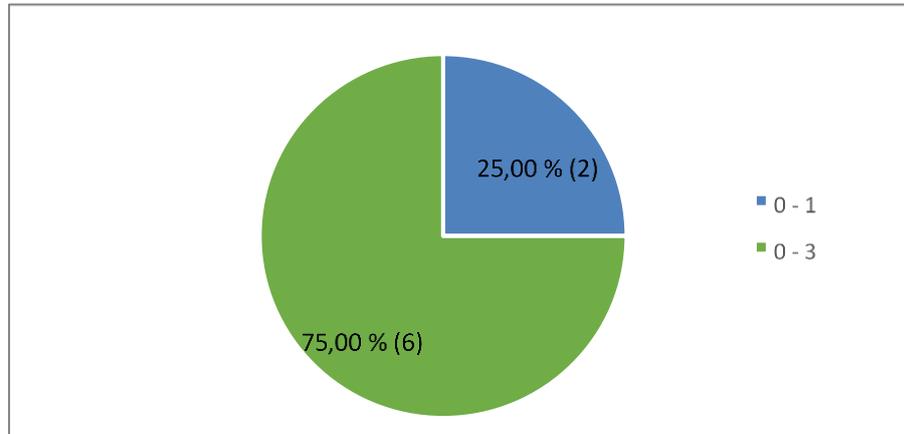


Figura 08: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote 2014, según el tiempo que llevan laborando en la empresa.

Fuente: Tabla 01

En la figura 08 se aprecia el tiempo que llevan laborando en la empresa, se observa que el 75%, es decir 6 colaboradores llevan en la empresa laborando alrededor de 2 años y el 25%, el cual equivale al 25%, es decir 2 colaboradores llevan en la empresa laborando menos de 2 años.

e.8. Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, según capacitación recibida en la empresa

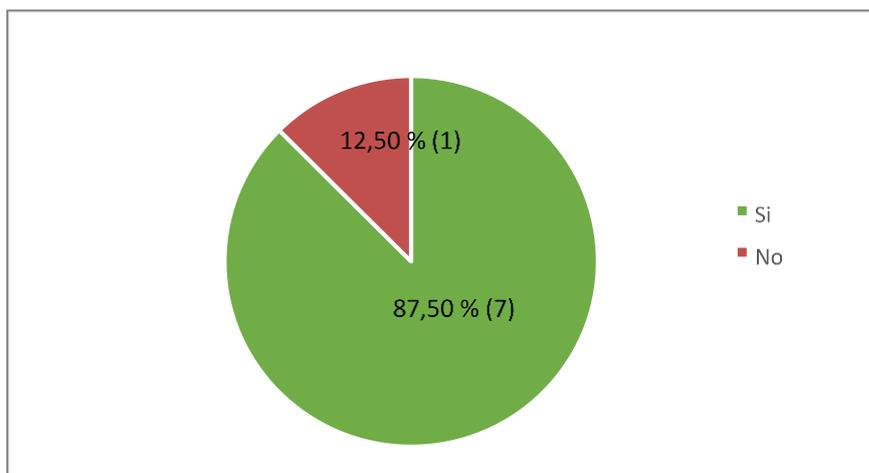


Figura 09: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, según capacitación recibida en la empresa.

Fuente: Tabla 01

La figura 09 muestra información con respecto a las capacitaciones recibidas por el personal, se obtuvo que el 88,50% de los colaboradores ha recibido algún tipo de capacitación, es decir 7 colaboradores, mientras que el 12,50%, 1 colaborador, no ha recibido capacitaciones.

e.9. Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, según tipo de capacitación recibida en la empresa

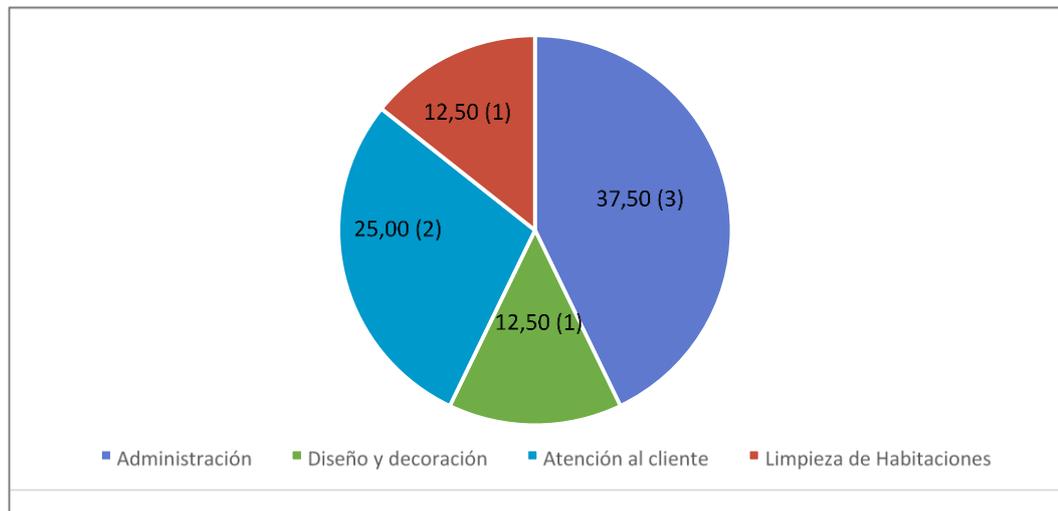


Figura 10: Personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, según tipo de capacitación recibida

Fuente: Tabla 01

La figura 10 muestra el tipo de capacitación que se les brinda a los colaboradores del establecimiento hotelero, se aprecia que el 37,50%, es decir 3 colaboradores reciben capacitación en administración, el 12,50%, es decir un 1 colaborado recibe capacitación en diseño de interiores y decoración, el 25%, es decir 2 colaboradores reciben capacitación en atención al cliente y el 12,50%, 1 colaborador recibe capacitación en limpieza de habitaciones.

4.1.2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión administrativa del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.

A continuación, se presenta la Tabla con los resultados referentes al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en el hotel “Buenos Aires”.

Tabla 02: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Planificación	4	0	4	7,1%	0,0%	7,1 %
Organización	3	0	3	5,4%	0,0%	5,4 %
Gestión de calidad	2	4	6	3,6%	7,1%	10,7%
Gestión de recursos humanos	13	2	15	23,2%	3,6%	26,8 %
Gestión de suministros y proveedores	4	1	5	7,1%	1,8%	8,9 %
Gestión de seguridad	5	3	8	8,9%	5,4%	14,3%
Gestión financiera y contable	3	0	3	5,4%	0,0%	5,4 %
Gestión de comunicación y marketing	10	2	12	<u>17,8%</u>	<u>3,6%</u>	<u>21,4 %</u>
TOTAL	44	12	56	78,5%	21,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

a. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

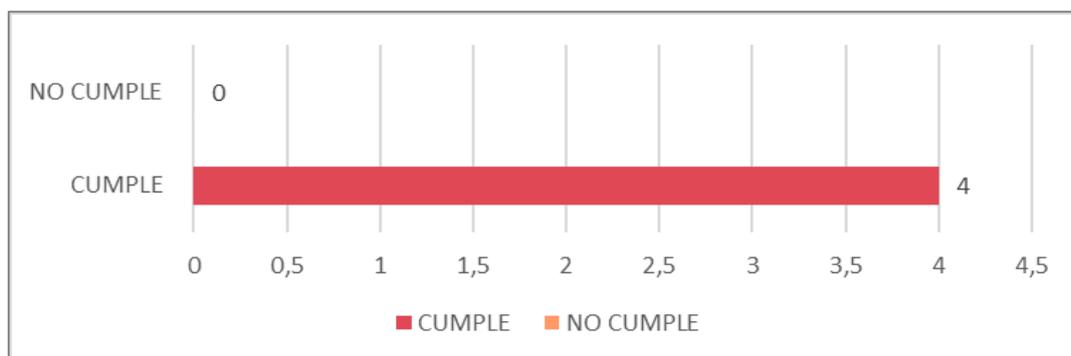


Figura 11: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 11, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en planificación, de los 4 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares, debido a que cuenta con un plan estratégico; así mismo cuenta con planes operativos en sus diferentes áreas, políticas establecidas y un plan de negocios.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

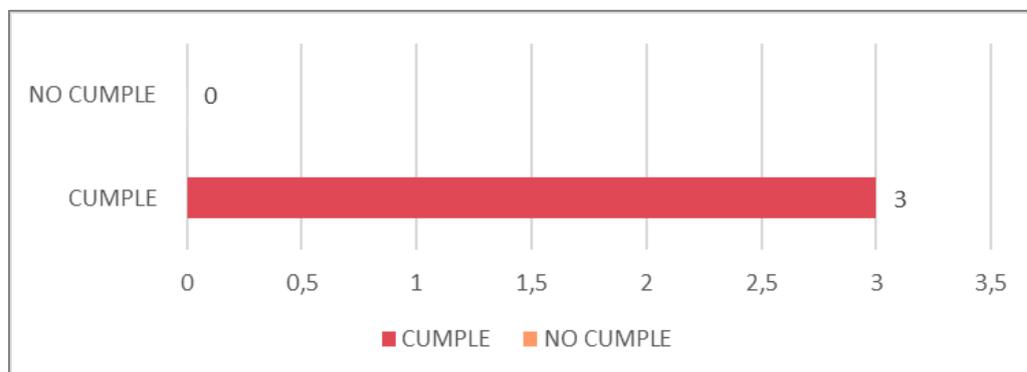


Figura 12: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 12, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares, debido a que cuenta con un manual de organización y funciones; la empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio; y cuenta con un manual de procesos y procedimientos y con un sistema de comunicación formal.

c. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

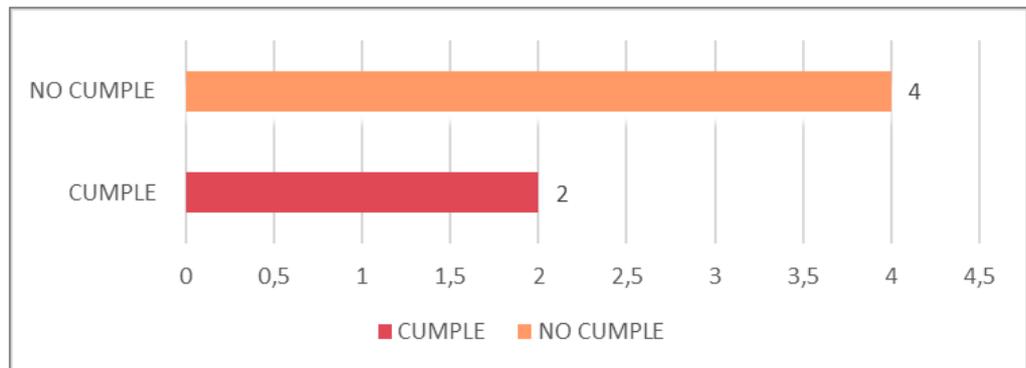


Figura 13: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 13, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de la calidad, de los 6 estándares evaluados la empresa cumple con 2, debido a que cuenta con un sistema de control de calidad del servicio; así mismo la empresa ha definido los aspectos que deben de ser monitoreados para asegurar la calidad del servicio. De los estándares que la empresa no cumple se observó que la empresa no realiza auditorías internas periódicas; la empresa no cuenta con un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones, a la vez no realizan el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente; y por último la empresa no mantiene un sistema de tratamiento de quejas, reclamos y sugerencias.

d. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

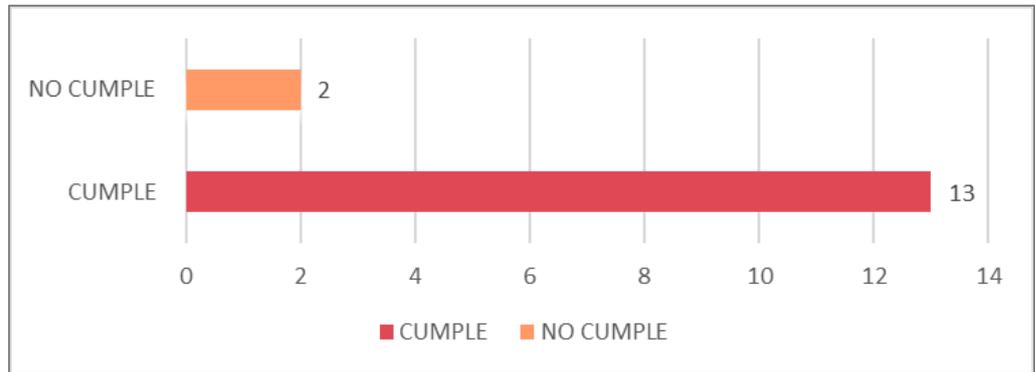


Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 14, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos, de los 15 estándares la empresa cumple con 13, debido a que la empresa cuenta con perfiles del personal establecidos para cada puesto de trabajo; la empresa ha definido el proceso de selección del personal; así mismo cuenta con un archivo donde se reflejan los datos personales del personal del hotel; periódicamente se lleva a cabo evaluaciones para medir el rendimiento del personal; por otro lado se observó que la empresa cuenta con un programa de capacitaciones para el personal; se desarrollan estrategias para mantener motivado al personal; se llevan a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo; a la vez la empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados; se fomenta y difunde entre los empleados la práctica de valores y principios éticos; se han establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio; en la empresa se respeta la jornada laboral establecida por ley; por otro lado se brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral, así como los beneficios sociales a los empleados. Dentro de los estándares que la empresa no

cumple se identificó 2 estándares, debido a que la empresa no cuenta con un programa de inducción al personal; además se observó que la empresa no comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente.

e. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

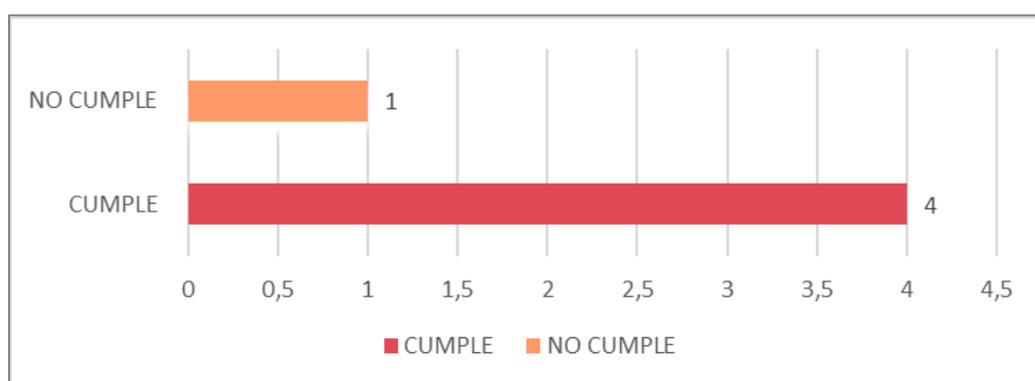


Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 15, se aprecian los resultados en cuanto a la gestión de suministros y proveedores, de los 5 estándares evaluados la empresa cumple con 4, debido a que se han definido criterios para la selección de proveedores; cuentan con un registro con las características y datos de los proveedores; se han definido las condiciones de pedido, entrega y pagos; por otro lado se han establecido horarios y procedimientos para la recepción de los productos; así mismo se observó que la empresa no emplea formatos para formalizar sus pedidos.

f. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

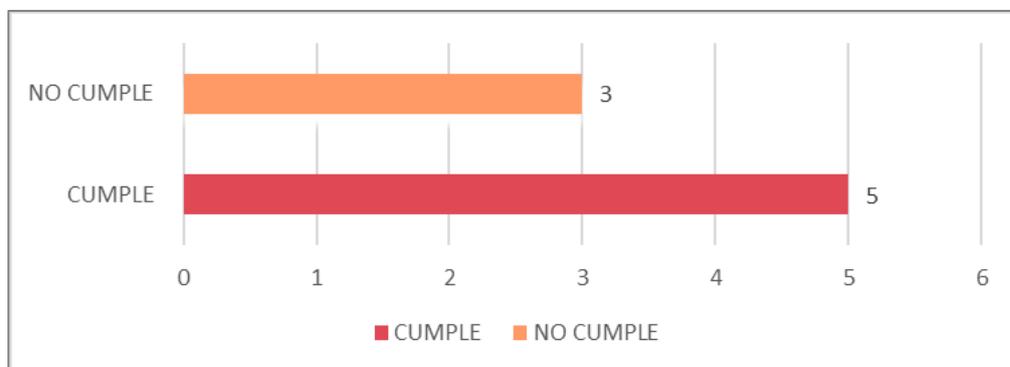


Figura 16: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 16, se aprecian los resultados en cuanto a la gestión de seguridad, de los 8 estándares evaluados la empresa cumple con 5 estándares, puesto que la empresa brinda capacitaciones al personal en temas de seguridad; cuenta con planes para atender emergencias, así mismo cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados; por otro lado se observó que se ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad; a la vez cuenta con el certificado de Defensa Civil. En los estándares que no cumple, se observó que la empresa no ha identificado riesgos y peligros, así mismo no se ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro y no cuenta con un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia.

g. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

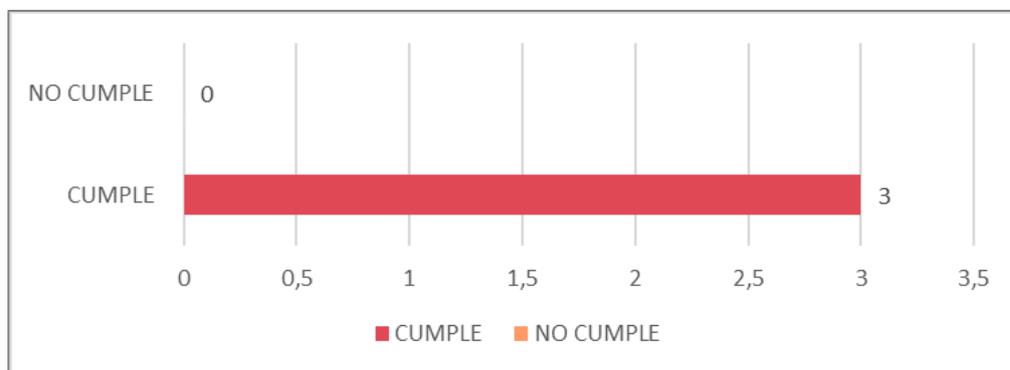


Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 17, se muestran los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión financiera y contable, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares, debido a que cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable; dispone de un presupuesto general y presupuesto específico; así mismo el propietario de la empresa está capacitado en temas financieros y contables.

h. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

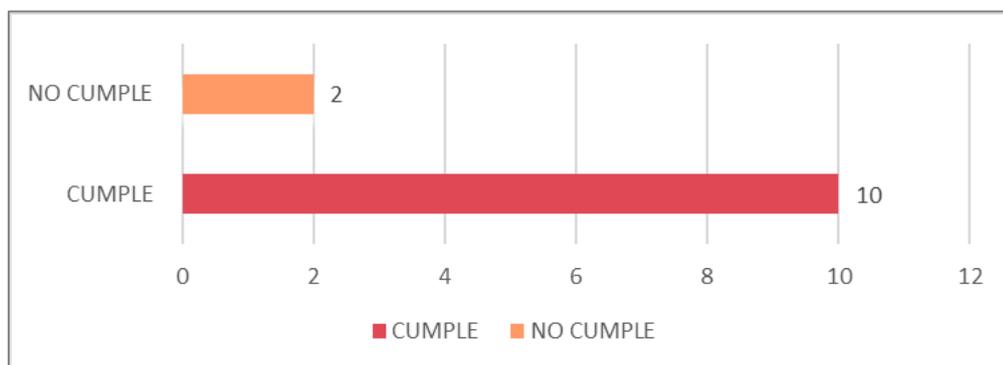


Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 18, se aprecian los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de comunicación y marketing, se han evaluados 12 estándares, de los cuales la empresa cuenta con 10 estándares, debido a que la empresa cuenta con un estudio de mercado, donde se ha considerado las características tanto de la competencia como de la demanda; cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda; la empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes; mantiene un registro de sus clientes; a la vez se ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado; se difunde información coherente con el servicio que brinda, así mismo se provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio; cuenta con tarifarios para los diferentes segmentos que atiende; los tarifarios son exhibidos en un lugar visible; así mismo se exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento. Cabe mencionar que la empresa no firma convenios con el fin de incrementar la demanda del establecimiento; por otro lado, la empresa emplea medio de comunicación masiva para promocionar su oferta.

4.1.3. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.

A continuación, se presenta los resultados de la evaluación del hotel “Buenos Aires” sobre los estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura.

Tabla 03: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Exterior	7	4	11	7,7%	4,4%	12,1 %
Recepción	14	5	19	15,4%	5,5%	20,9 %
Áreas comunes	5	5	10	5,5%	5,5%	11,0 %
Oficinas	0	2	02	0%	2,2%	2,2 %
Habitaciones	11	7	18	12,1%	7,7%	19,8 %
Almacén de pisos	3	2	05	3,3%	2,2%	5,5 %
Comedor	0	13	13	0%	14,3%	14,3%
Cocina	0	10	10	0%	10,9%	10,9%
Área de personal	1	2	03	1,1%	2,2%	3,3 %
TOTAL	41	50	91	45,1 %	54,9 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

a. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

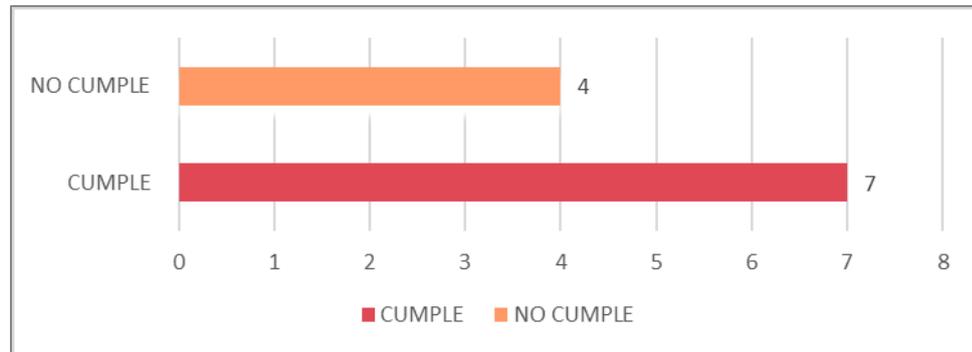


Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 19, se muestran las dimensiones evaluadas en cuanto al exterior, se han evaluado 11 estándares, de los cuales la empresa cumple con 7 estándares, debido a que la empresa se ubica en un lugar accesible en el centro de la ciudad; es decir a una cuadra de la plaza de armas de Chimbote; existe limpieza en su entorno; así mismo la empresa se ubica en una zona segura; por otro lado, cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada; cuenta con buena iluminación; presenta acceso especial para discapacitados y cuenta con estacionamiento cercano a la empresa. Dentro de los estándares que no cumple se observó que la empresa no presenta el icono de clasificación y/o categorización; no cuenta con espacios verdes alrededor; por otro lado, no cuenta con vigilancia externa y no cuenta con acceso independiente para proveedores y para el personal.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

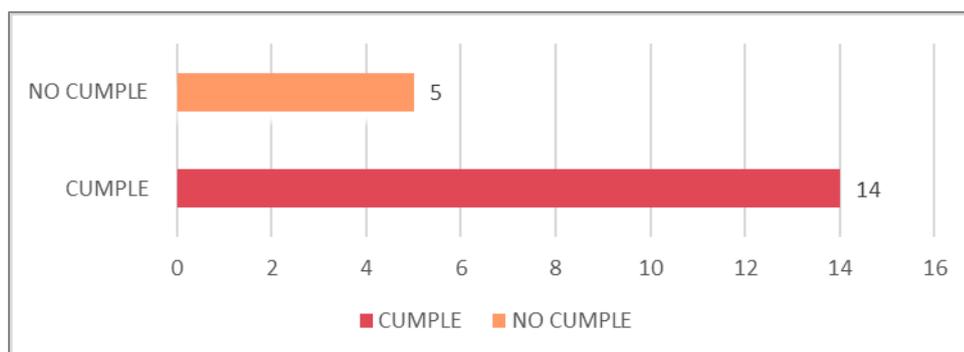


Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 20, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción, se han evaluado 19 estándares, de los cuales la empresa cumple con 14, debido a que la recepción se ubica en un lugar de fácil acceso; exhibe las licencias correspondientes; así mismo cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado; cuenta con una distribución y mobiliario adecuado, la empresa posee una decoración cálida y armoniosa, cuenta con un lugar seguro destinado para almacén de equipaje; cuenta con equipos como teléfono y computadora para facilitar el trabajo del personal; cuenta con un tarifario visible, así como un recuadro donde se ubica la hora de check in y check out; las llaves cuentan con llaveros enumerados y en buen estado; cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencias, cuenta con iluminación adecuada, presenta un olor agradable; las condiciones de limpieza son óptimas y cuenta con el libro de reclamaciones. Dentro de los estándares que la empresa no cumple se identificó 5 estándares, debido a que la empresa no cuenta con un botiquín; no cuenta con un rack para material publicitario e informativo; no cuenta con extintores; además se observó que la empresa no cuenta con ventilación adecuada y no cuenta con buzón de sugerencias.

c. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las áreas comunes del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

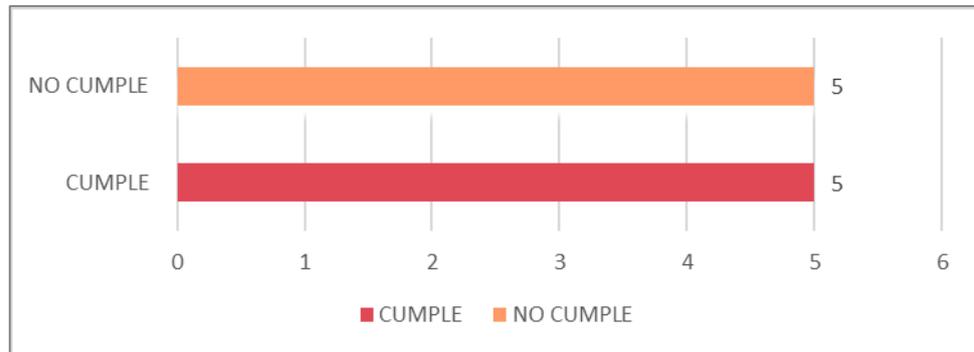


Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las áreas comunes del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 21, se aprecian los resultados en cuanto a las áreas comunes, se han evaluados 10 estándares, de los cuales la empresa cumple con 5 estándares, debido a que los pasadizos cuentan con señalización de seguridad y extintores, a la vez cuentan con una decoración armoniosa con el estilo de establecimiento; los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios; los servicios higiénicos cuentan con los suministros necesarios permanentemente y limpios; por otro lado, se observó que los pasadizos no cuentan con luces de emergencia, así mismo no cuentan con buena iluminación; no cuenta con sala de estar con lo necesario (muebles, revistas, TV); no cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo y no cuenta con un registro para controlar la limpieza de los servicios higiénicos.

d. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las oficinas del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

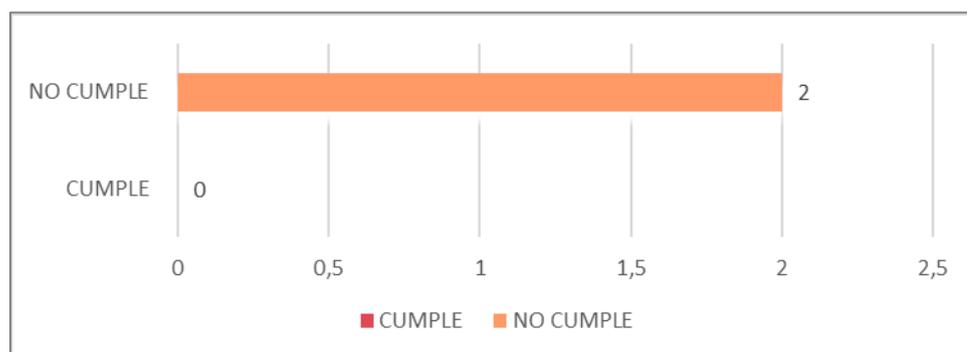


Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las oficinas del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 22, se muestran los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en las oficinas, se han evaluado 2 estándares, de los cuales la empresa no cumple ninguno, debido a que no cuenta con una oficina administrativa.

e. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las habitaciones del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

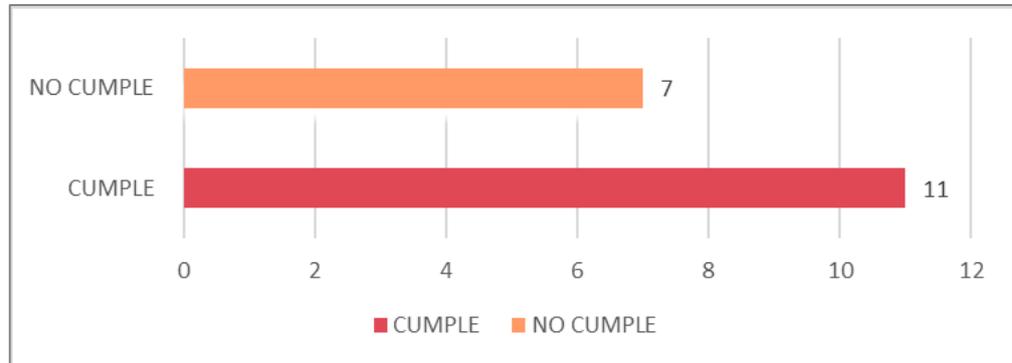


Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las habitaciones del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 23, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las habitaciones, de los 18 estándares evaluados la empresa cumple con 11, debido a que la empresa cuenta con habitaciones enumeradas en el exterior; la cerradura de la puerta brinda seguridad; así mismo la decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento; la limpieza es óptima; por otro lado cuenta con mobiliario y equipamiento básico para el confort del cliente y equipamiento complementario; la distribución del mobiliario es adecuado, cada habitación cuenta con baño propio con los implementos necesarios; las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y en funcionamiento; el olor de las habitaciones es agradable; cuenta con un sistema de agua caliente las 24 horas del día. En los estándares que no cumple, se observó que las habitaciones no cuentan con el reglamento del establecimiento, no cuentan con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia; por otro lado, no se mantiene un patrón común en los blancos; el baño no cuenta con amenities con una buena presentación; las habitaciones no cuentan con aislamiento acústico, no cuenta con sistema de ventilación y no cuenta con material informativo y de escritorio.

f. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacén de pisos del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

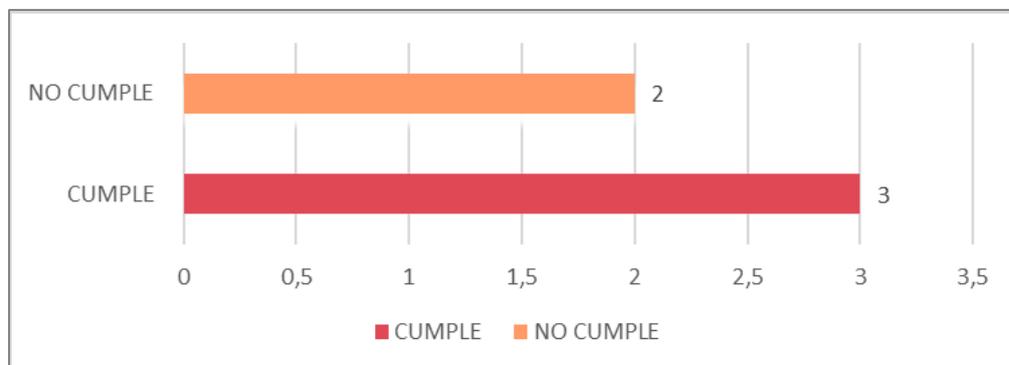


Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacén de pisos del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 24, se aprecian los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacén de pisos, de los 5 estándares evaluados la empresa cumple con 3, debido a que se cuenta con kardex para el control de los inventarios; cuenta con equipos, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama, se encuentra ordenado y limpio. De los estándares que la empresa no cumple se observó que no cuenta con almacenes de pisos en cada uno de los pisos del establecimiento y no cuenta con estantes de buen estado.

g. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al comedor del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

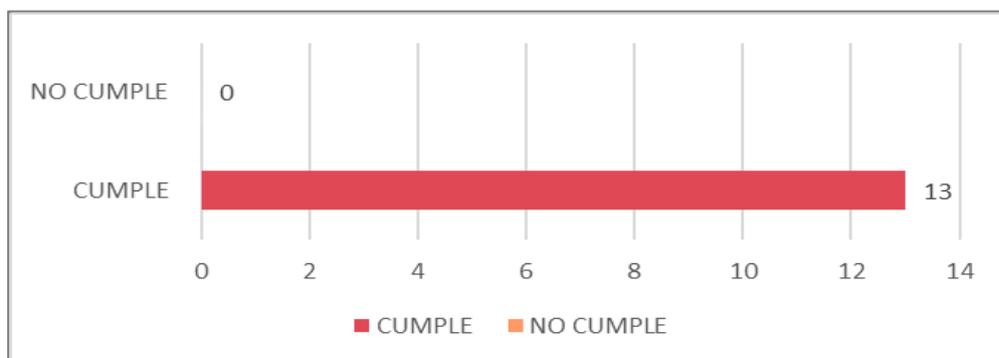


Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al comedor del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 25, se muestran los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al comedor, donde se han evaluado 13 estándares, de los cuales la empresa no cumple con ningún estándar, puesto que no cuenta con comedor.

h. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la cocina del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

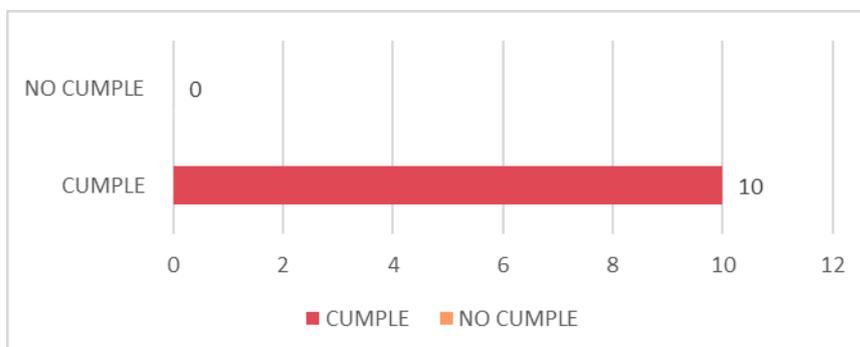


Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la cocina del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 26, se aprecia los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la cocina, de los 10 estándares evaluados la empresa no cumple con ningún estándar, debido a que la empresa no cuenta con cocina

i. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al área de personal del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

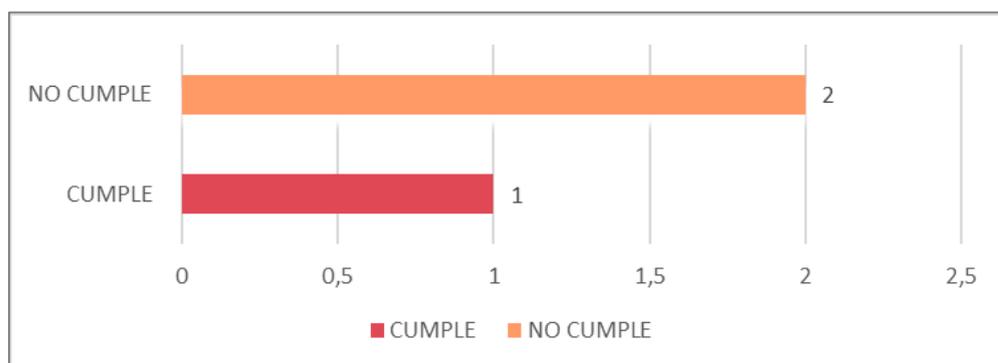


Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al área de personal del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 03

En la figura 27, se muestran los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al área de personal, donde se han evaluado 3 estándares, de los cuales la empresa cumple 1 estándar, debido a que la empresa cuenta con servicios higiénicos en buenas condiciones para el uso del personal. De los estándares que la empresa no cumple se observó que la empresa no cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias, así mismo la empresa no cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos.

4.1.4. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión del servicio en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.

A continuación, se presentarán los resultados obtenido de la evaluación de la gestión de servicios en el hotel “Buenos Aires”.

Tabla 04: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Reservas	7	0	07	7,1 %	0,0%	7,1 %
Atención del teléfono	5	2	07	5,1 %	2,0 %	7,1 %
Ingreso del huésped	8	12	20	8,1 %	12,1 %	20,2 %
Estadía	5	2	07	5,1 %	2,0 %	7,1 %
Salida del huésped	7	6	13	7,1 %	6,0 %	13,1 %
Limpieza de habitaciones	16	2	18	16,2 %	2,0 %	18,2 %
Limpieza de áreas comunes	6	1	07	6,1 %	1,0 %	7,1 %
Preparación de alimento y bebidas	0	4	4	0%	4,1%	4,1%
Servicio de alimentos y bebidas	0	14	14	0%	14%	14%
Mantenimiento	1	1	02	1,0 %	1,0 %	2,0 %
TOTAL	55	44	99	55,8 %	44,2 %	100%

Fuente: Elaboración propia.

a. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las reservas del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

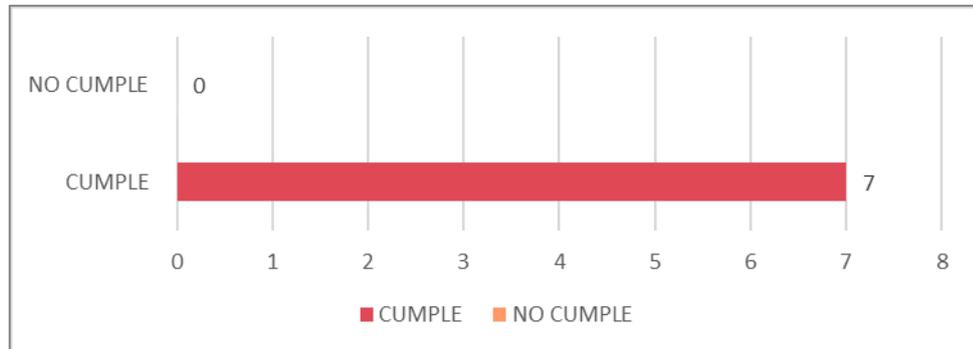


Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las reservas del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 28, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las reservas, se identificó que la empresa cumple con los 7 estándares evaluados, puesto que cuenta con un sistema de reservas; las reservas se responden en los plazos establecidos; las reservas se documentan indicando datos del huésped, características y cantidad de habitaciones; se informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva; se reconfirma la información de la reserva con el cliente y se despide con amabilidad agradeciendo la reservas atendidas.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del teléfono del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

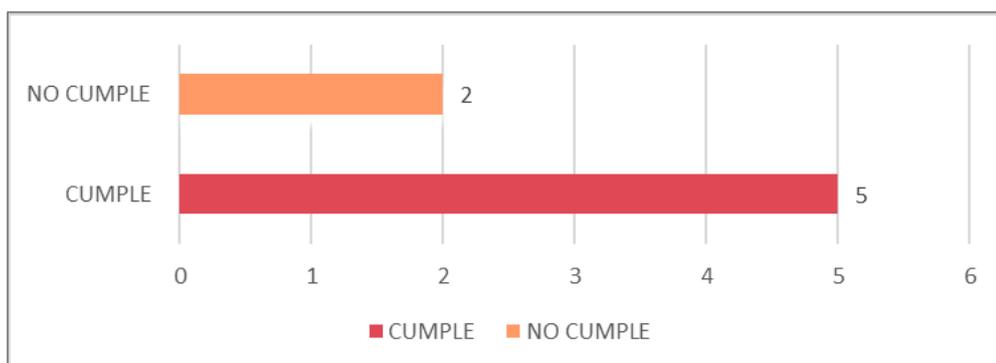


Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del teléfono del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 29, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del teléfono, de los 7 estándares evaluados la empresa cumple con 5, debido a que se contesta antes de la tercera timbrada; se saluda indicando el nombre del establecimiento y el de la persona que responde; se emplea un tono de voz claro y amable; se cuenta con una libreta para registrar los recados y se despide con amabilidad agradeciendo la llamada. De los estándares que no cumple se obtuvo que no se pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio y no se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas.

c. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al ingreso del huésped del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

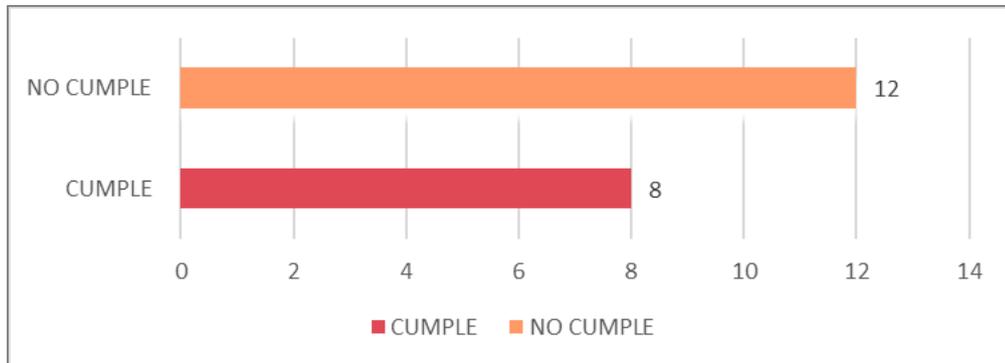


Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al ingreso del huésped del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 30, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al ingreso de huéspedes, de los 20 estándares evaluados la empresa cumple con 8, debido a que el personal de la empresa está uniformado e identificado; por otro lado, el personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva; informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación; orienta al cliente en el llenado de registro; solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia; aplica las políticas de cobro del establecimiento; asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente e informa sobre los servicios del establecimiento. Dentro de los estándares que la empresa no cumple se identificó 12 estándares, debido a que la empresa no dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes; el personal no presenta un cuidado esmerado de su persona; por otro lado, la empresa no cuenta con personal de portería.

d. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la estadía del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

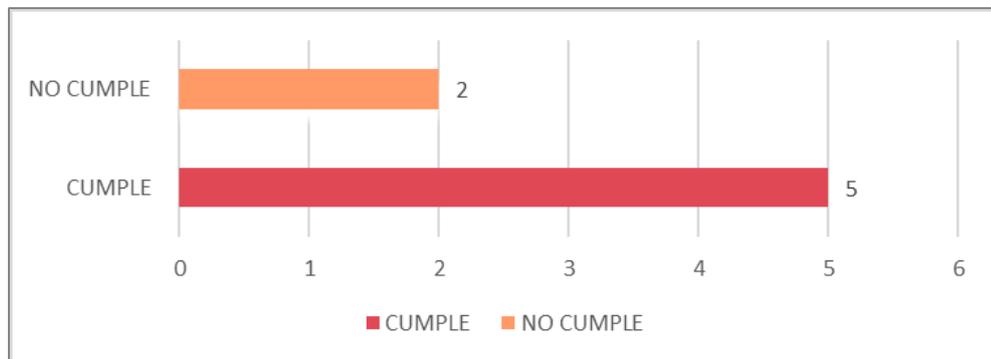


Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la estadía del huésped del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 31, se evidencian los resultados referidos al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la estadía del huésped, de los 7 estándares evaluados la empresa cumple con 5, debido a que el personal atiende las necesidades y pedidos del huésped de modo diligente; no se brinda información del huésped a terceras personas; por otro lado, el personal de recepción elabora el reporte de ingresos; brinda información sobre sitios de interés y actividades sociales y culturales; así mismo atiende y da solución a las quejas de los clientes. En los estándares que no cumple, se observó que el personal de recepción no registra todos los consumos del huésped y no emplea el cuaderno de ocurrencias.

e. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la salida del huésped del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

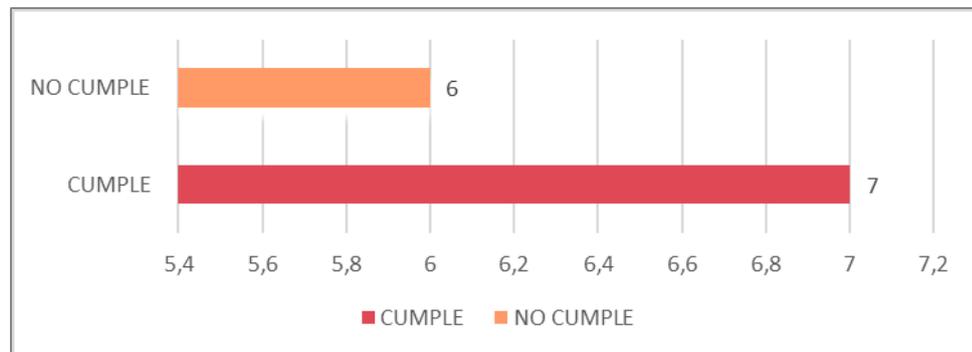


Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la salida del huésped del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 32, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la salida del huésped, de los 13 estándares evaluados la empresa cumple con 7, puesto que el recepcionista verifica los consumos y entrega al cliente la cuenta para que le dé el visto bueno; además elabora el comprobante de pago según las indicaciones del huésped; el recepcionista entrega el comprobante y realiza el cobro según corresponda; en caso de cobros diferidos se verifica que se firme la aceptación de la factura; así mismo el recepcionista agradece la estadía y desea un buen viaje al huésped; cierra la cuenta del cliente y archiva el comprobante de pago y comunica al personal de limpieza la salida del huésped. Dentro de los estándares que no cumple se identificó, que la empresa no dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes, no cuentan con botones, por otro lado, no se pueden realizar los pagos mediante las tarjetas de crédito.

f. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza de habitaciones del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

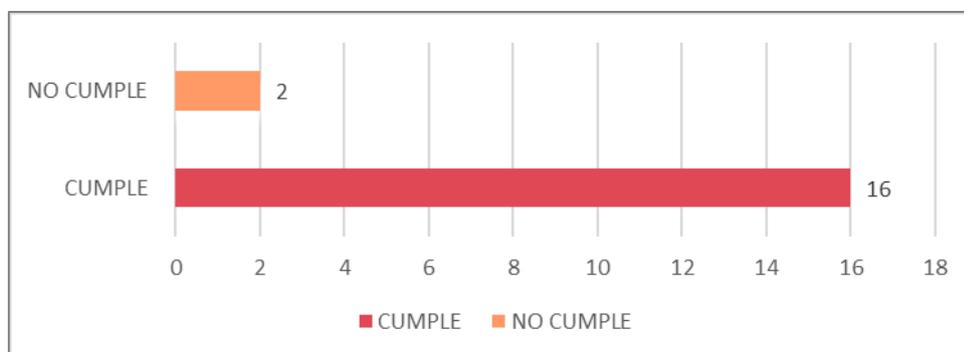


Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza de habitaciones del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 33, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza de habitaciones, de los 18 estándares evaluados la empresa cumple con 16, debido a que el personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones; establece prioridades en la limpieza de habitaciones; tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad; toca la puerta antes de ingresar; verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta; retira la ropa sucia y la basura de la habitación; limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados; dota de suministros y toallas al baño; limpia la habitación de forma minuciosa; tiende las camas según los estándares del establecimiento; mantiene en su lugar las pertenencias del huésped; registra e informa a recepción sobre los objetos olvidados por los huéspedes; verifica el orden y limpieza de la habitación antes de salir; informa a recepción sobre la limpieza de la habitación; saluda de modo cordial a los huéspedes que encuentra a su paso y reporta las averías y desperfectos a recepción. De los estándares que no cumple se identificó que el personal de limpieza no tiene asignado un número adecuado de habitaciones para limpiar y no ventila la habitación antes de limpiar.

g. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza de áreas comunes del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

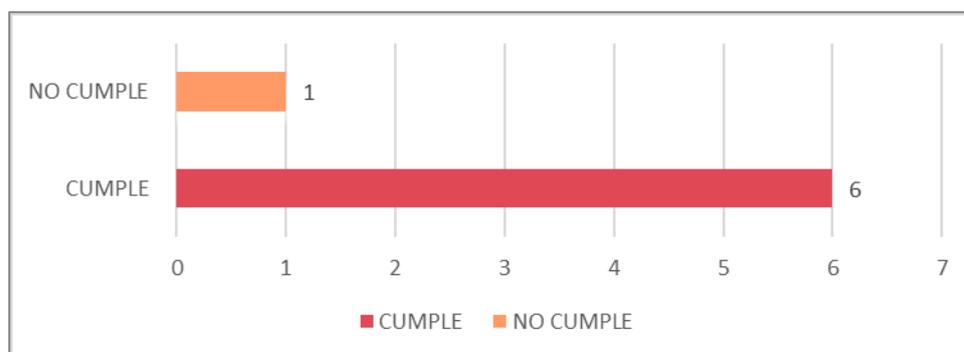


Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza de áreas comunes del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 34, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza de áreas comunes, de los 7 estándares evaluados la empresa cumple 6, puesto que la limpieza de áreas comunes se lleva a cabo en horarios que no interrumpen a los clientes; los objetos personales de los clientes, se entrega a recepción indicando hora y lugar; por otro lado, se verifica el funcionamiento de equipos e iluminación; se reportan las averías y desperfectos a fin de ser solucionados con prontitud; se evita poner elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso y antes de ingresar en zonas como los servicios higiénicos se asegura que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada del personal. Del estándar que no cumple se observó que no emplean equipos de señalización para evitar accidentes.

h. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la preparación de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

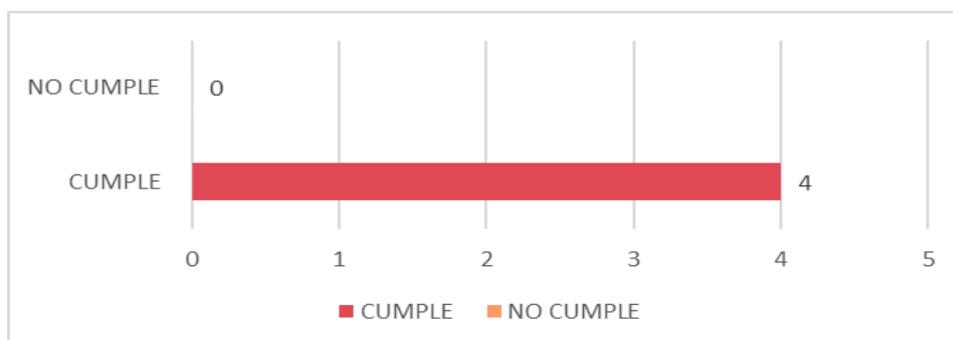


Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la preparación de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 35, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la preparación de alimentos y bebidas, de los cuales la empresa no cumple con ningún estándar debido a que no cuenta con un área destinada al servicio de restauración.

i. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al servicio de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

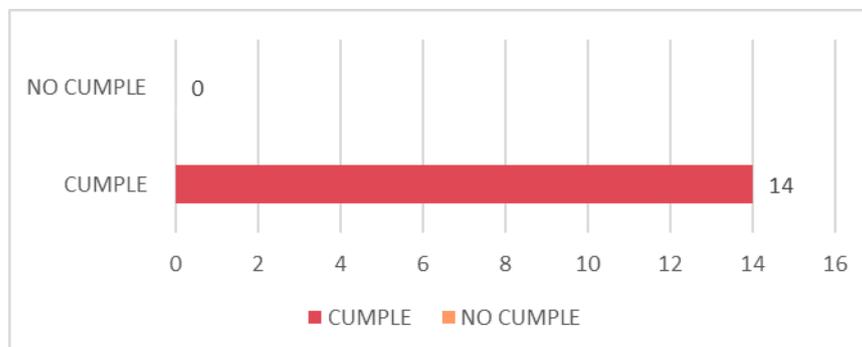


Figura 36: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al servicio de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 36, se muestran los resultados correspondientes al servicio de alimentos y bebidas, se evaluaron 14 estándares de los cuales la empresa no cumple con ningún estándar, puesto que no cuenta con un área destinada al servicio de restauración.

j. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al mantenimiento del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

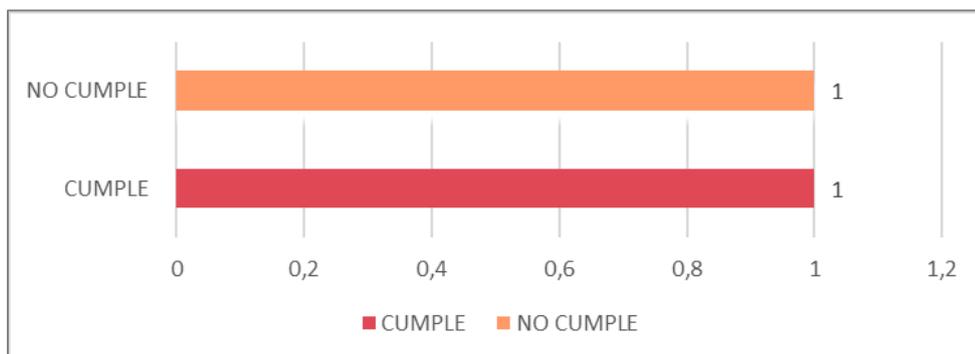


Figura 37: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al mantenimiento del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 04

En la figura 37, se aprecian los resultados correspondientes a las buenas prácticas en cuanto al mantenimiento, de los 2 estándares evaluados la empresa cumple 1, puesto que la empresa cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo. Del estándar que no cumple se observó que la empresa no cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento.

4.1.5. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medio ambiental en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.

A continuación, se presentarán los resultados obtenido de la evaluación de la gestión medioambiental en el hotel “Buenos Aires”.

Tabla 05: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medio ambiental en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluidos	Cumple	No cumple	Evaluidos
Uso del agua	2	4	6	8,0%	16,0%	24,0 %
Uso de la energía	4	4	8	16,0%	16,0%	32,0 %
Consumo de productos	2	5	7	8,0%	20,0%	28,0 %
Gestión de residuos	2	1	3	8,0%	4,0%	12,0 %
Adaptación al medio	1	0	1	4,0%	0,0%	4,0 %
TOTAL	11	14	25	44,0%	56,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

a. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de agua del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

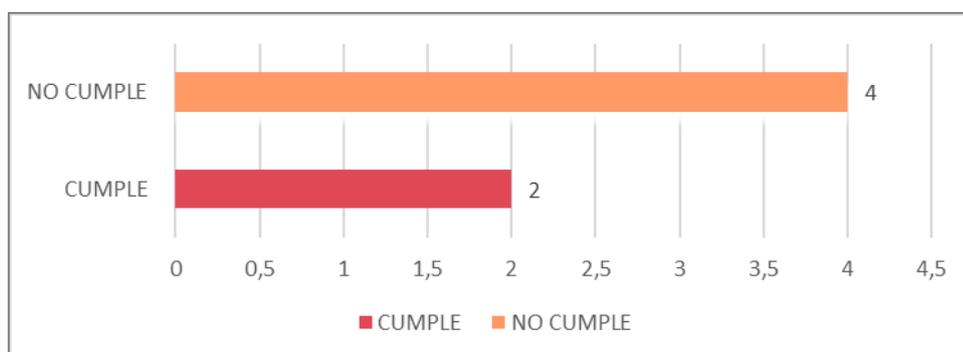


Figura 38: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 05

En la figura 38, se aprecian los resultados referidos a las buenas prácticas en cuanto al mantenimiento, de los 6 estándares evaluados la empresa cumple 2, debido a que la empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones del agua y comunica a sus clientes las medidas que permiten ahorrar agua. De los estándares que no cumple se observó que la empresa no cuenta con programas para el uso eficiente del agua; no lleva un control del consumo del agua; por otro lado, no cuenta con equipos que contribuyan al ahorro del agua; no sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de la energía del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

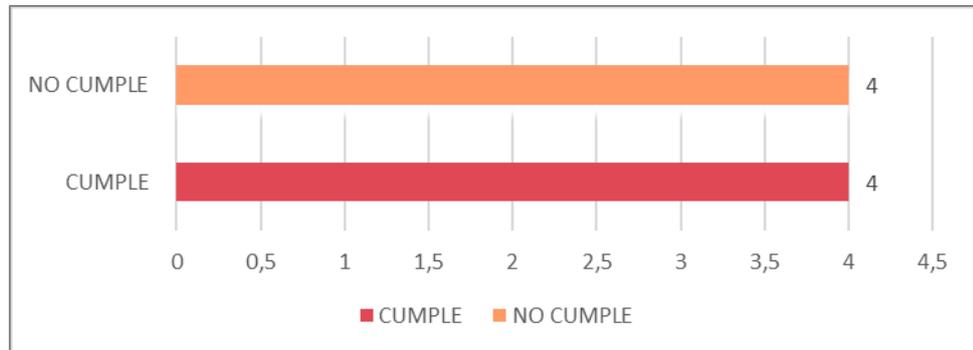


Figura 39: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de energía del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 05

En la figura 39, se muestran los resultados correspondientes a las buenas prácticas en cuanto al uso de la energía, se evaluaron 8 estándares de los cuales la empresa cumple 4, puesto que la empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural; promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso; se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos y se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar. De los estándares que la empresa no cumple se observó que la empresa no cuenta con programas para el uso eficiente de la energía eléctrica; no lleva un control de consumo de energía; por otro lado, la empresa no utiliza focos ahorradores y no cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización.

c. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

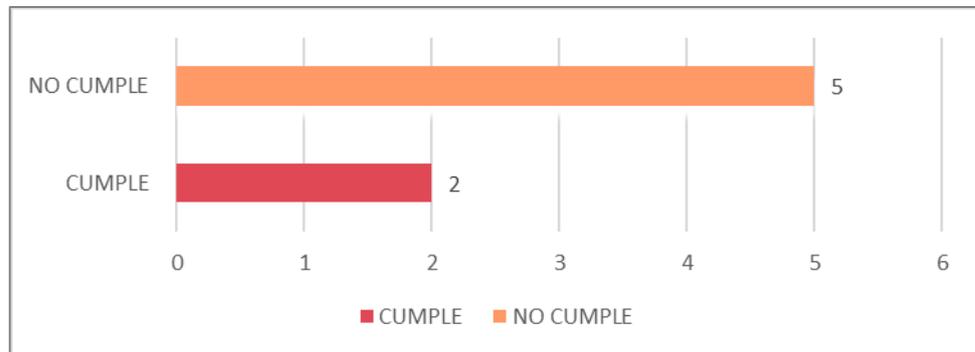


Figura 40: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 05

En la figura 40, se aprecian los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el consumo de productos, de los 7 estándares evaluados la empresa cumple con 2, debido a que la empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente y no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológica fuera de su talla mínima. De los estándares que no cumple se observó que la empresa no emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos; no contrata a proveedores que brindan productos respetuosos con el medioambiente; así mismo la empresa no prefiere la compra de productos en envases retornables; no usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel; no imprime el papel por las dos caras y no imprime en papel reciclado.

d. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

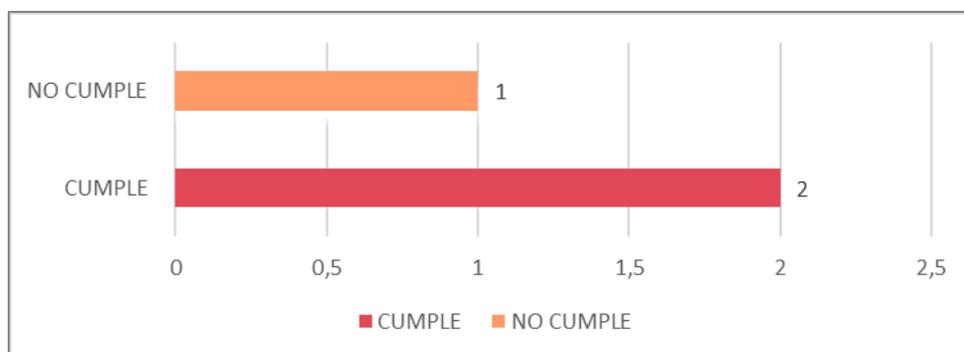


Figura 41: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 05

En la figura 41, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con 2, puesto que la empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos; y mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas. Del estándar que no cumple se observó que la empresa no cuenta con un programa para la gestión de residuos.

e. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación del medio del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

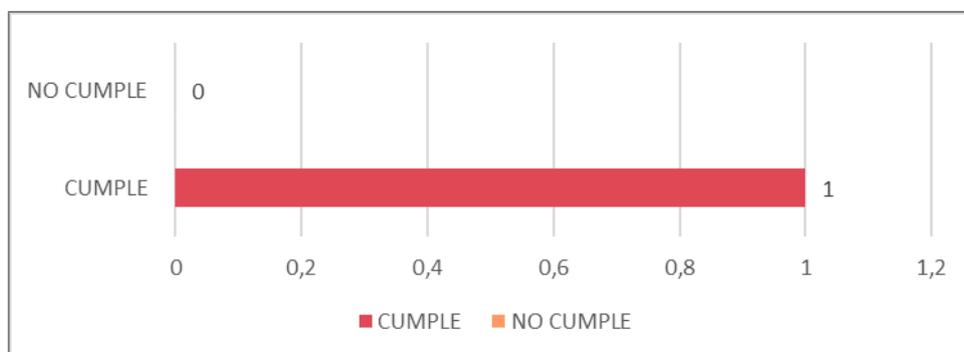


Figura 42: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación del medio del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 05

En la figura 42, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación del medio, se observó que se cumple con el estándar evaluado, debido a que la empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el paisaje.

4.1.6. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión sociocultural en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de la evaluación de la gestión sociocultural en el hotel “Buenos Aires”.

Tabla 06: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio cultural en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Apoyo a la cultura local	4	0	4	30,8%	0,0%	30,8 %
Apoyo a la comunidad local	4	5	9	30,8%	38,4%	69,2 %
TOTAL	8	5	13	61,6%	38,4%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

a. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la cultura local del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

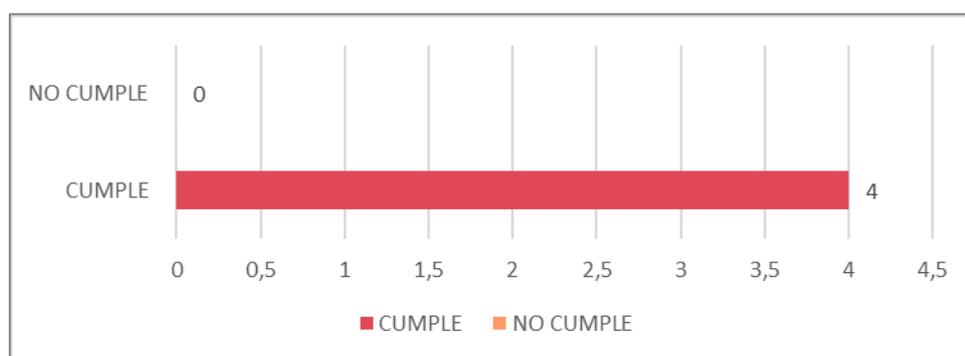


Figura 43: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la cultura local del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 06

En la figura 43, se aprecian los resultados correspondientes a las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la cultura local, se observó que la empresa cumple con los 4 estándares evaluados, debido a que la empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad; participa en iniciativas de apoyo a la

cultura local; no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal; a la vez informa a los visitantes sobre la cultura local.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local del hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el 2014.

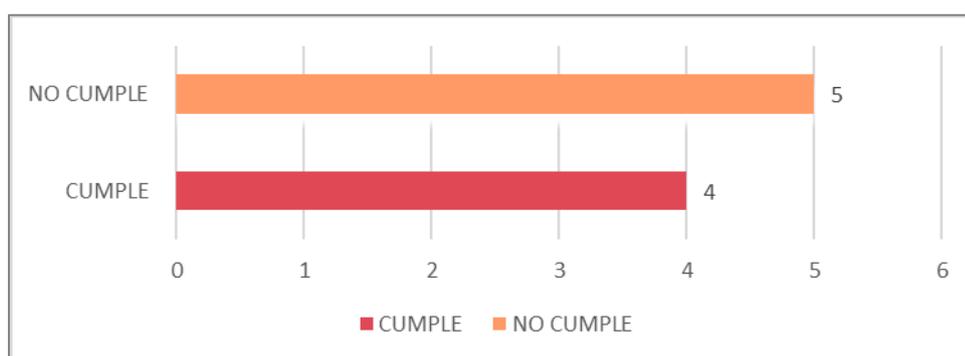


Figura 44: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 06

En la figura 44, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local, de los 9 estándares evaluados la empresa cumple con 4, debido a que la empresa anima a sus clientes a consumir productos locales; adquiere productos de proveedores locales; provee empleo digno a los miembros de la comunidad; así mismo, informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo. De los estándares que no cumple se observó que la empresa no dona productos usados o nuevos a la comunidad local; no forma parte de los gremios del sector turismo no difunde políticas en contra de la explotación sexual; por otro lado, no desarrolla programas de capacitación para la comunidad local y por último no participa en los procesos de planificación turística

4.1.7. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, en el año 2014.

Finalmente, la presente sección muestra los resultados generales respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires”.

Tabla 07: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014.

Dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Gestión administrativa	44	12	56	15,5%	4,2%	19,7 %
Equipamiento e infraestructura	41	50	91	14,4%	17,6%	32,0 %
Gestión del servicio	55	44	99	19,4%	15,5%	34,9 %
Gestión medio ambiental	11	14	25	3,9%	4,9%	8,8 %
Gestión socio cultural	8	5	13	2,8%	1,8%	4,6 %
TOTAL	159	125	284	56,0%	44,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

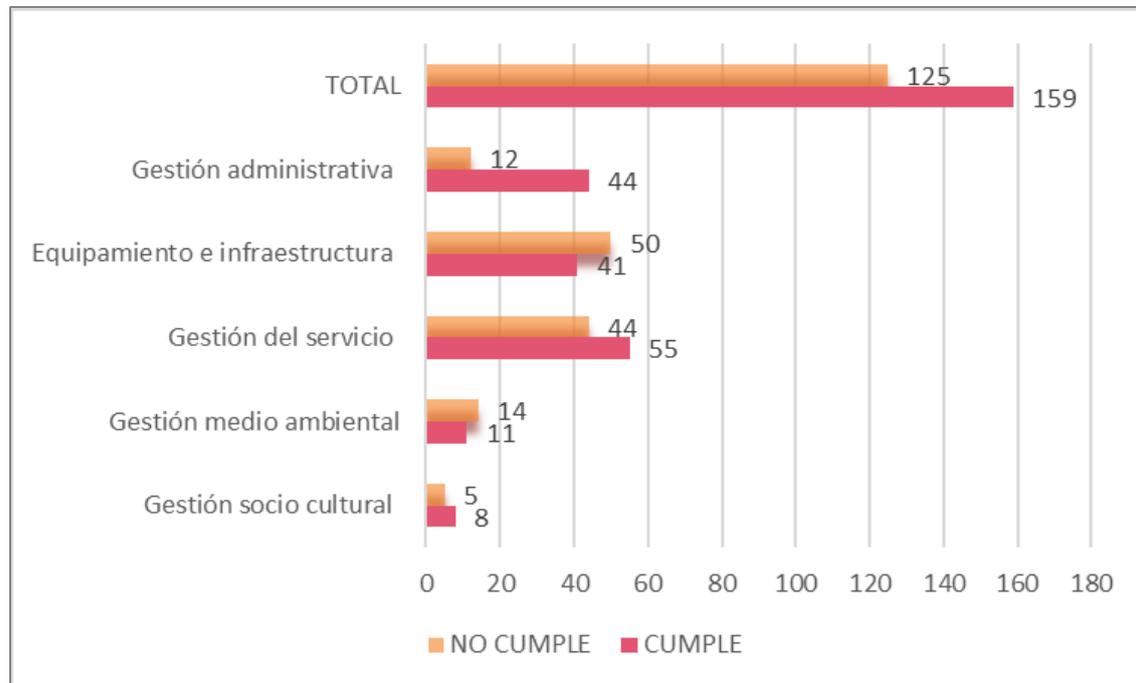


Figura 45: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014

Fuente: Tabla 07.

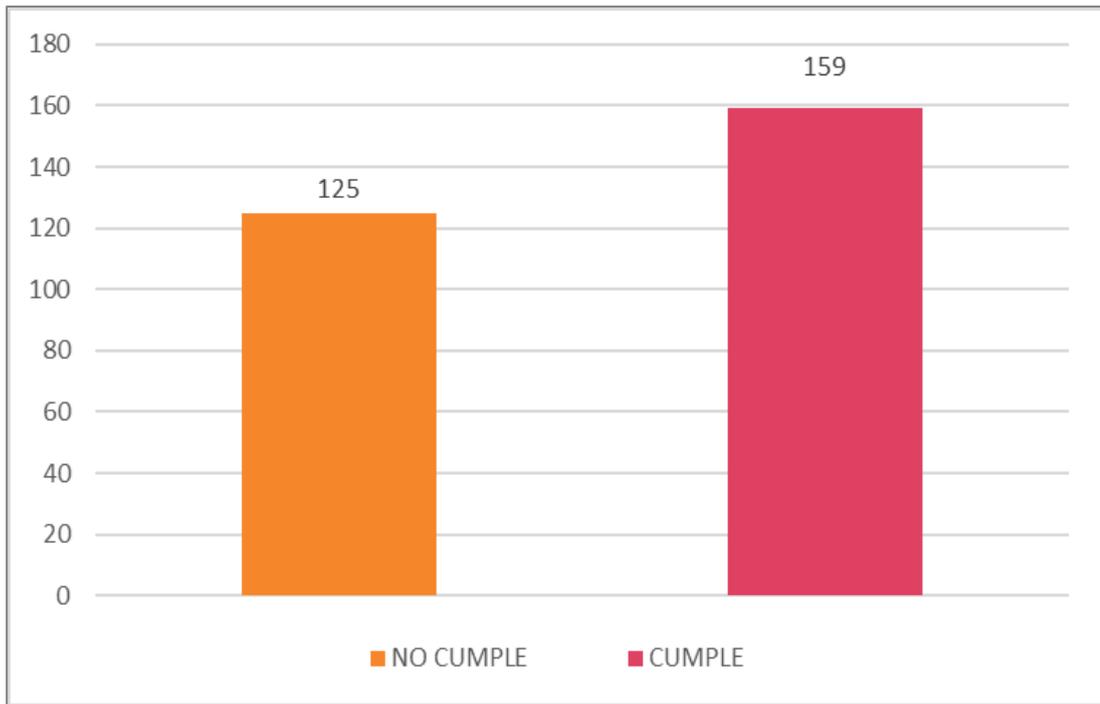


Figura 46: Cumplimiento general de los estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, 2014.

Fuente: Tabla 07.

En la Tabla 07 y Figuras 45 y 46 presentan los resultados de las cinco dimensiones evaluadas en el hotel “Buenos Aires”, se aprecia que, de los 284 estándares evaluados, la empresa cumple con 159, es decir, cumple con un 56,0% del total de los estándares, y no cumple con 125 estándares, lo cual representa el 44,0%.

4.2. Análisis de resultados

La investigación ha tenido como objetivo evaluar la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, a continuación, se presenta la discusión de los resultados.

El Hotel Buenos Aires S.R.L es un negocio de índole familiar, la idea de la empresa se originó debido al gran potencial de demandantes que posee el establecimiento principal, considerando necesario tener un establecimiento hotelero en la ciudad de Chimbote.

Foster (1994) indica que indudablemente, hospedar fue una de las primeras empresas comerciales, y la hospitalidad fue uno de los primeros servicios a cambio de dinero.

Se considera que la evolución del servicio de hospedaje es de suma importancia para el desarrollo de la actividad turística, debido a que el establecimiento de hospedaje es un componente fundamental del producto turístico y en algunos casos se constituye en un factor de la motivación del viaje del turista, se ha observado que en los tiempos antiguos las condiciones en las que se prestaba el servicio eran bastante rudimentarias, a diferencia de hoy en día, ya que los establecimientos de alojamiento han ido incluyendo mejoras en su servicio, alentados por la competencia y la exigencia de los huéspedes.

El hotel Buenos Aires de Chimbote se ubica en una zona céntrica de la ciudad, a media cuadra de la plaza de armas, cuenta con cómodas habitaciones, dentro del tipo de habitaciones cuenta con habitaciones simples, dobles, triples y matrimoniales. Entre los servicios que ofrece tenemos: servicios de internet wifi, tv cable y lavandería, así mismo; presenta una decoración de diseño contemporáneo en todas las áreas del hotel. De este modo la oferta responde a las necesidades de los huéspedes segmento corporativo, quienes buscan un establecimiento con una ubicación estratégica y servicios incluidos y complementarios que faciliten el desarrollo de sus actividades.

Mincetur (2008) considera que el cliente que se hospeda desea encontrar un ambiente limpio e higiénico, acogedor, sentirse bienvenido y seguro, pagar el precio justo por el servicio a recibir, desean que les presten mayor atención, información y seguimiento. El cliente de hoy no sólo busca satisfacer la necesidad fisiológica de dormir, de descansar; busca satisfacer otro tipo de necesidades que valora y está dispuesto a pagar, como televisión por cable, servicio al cuarto, internet, así no sea una exigencia de la regulación vigente para la categoría del establecimiento de hospedaje. Por otro lado, Araya (2003) manifiesta que los hoteles dos estrellas están ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad. Estos hoteles de mediana categoría ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas. Son hoteles funcionales, ideales para viajeros de negocios o exploradores.

Se observa que las características que presenta el hotel Buenos Aires de Chimbote coinciden con las características mencionadas, debido a que es un hotel que se encuentra ubicado en una zona céntrica y los servicios que brinda a sus clientes son de un establecimiento de hospedaje que cuentan con una categorización de dos estrellas, según el Mincetur (2012) se considera que un establecimiento de hospedaje debe de buscar la excelencia en la atención al cliente, ya que de ello dependerá su imagen y competitividad en el mercado, es importante tener en cuenta que el cliente cuando acude a un alojamiento, aparte de descanso, también busca seguridad y confort en las habitaciones y en todas las áreas del hotel, en base a ello se logrará brindar un servicio de excelencia, lo cual es de vital importancia para fidelizar a los clientes y lograr clientes satisfechos.

El directorio de la empresa ha descubierto un mercado en el sector corporativo de empresas establecidas en Chimbote que tienen sus oficinas principales en Lima y otras ciudades del país. Los días de mayor demanda en el hotel son de lunes a viernes, debido a que en esos días los huéspedes de negocios realizan sus actividades, mientras que los fines de semana llegan al hotel familias a hospedarse por motivos de compromisos familiares y visitas a la ciudad.

La demanda que presenta el hotel Buenos Aires es principalmente corporativa, durante el proceso de investigación, se observó que los clientes corporativos se hospedan en el establecimiento debido a la ubicación del hotel, puesto

que se encuentra en una zona céntrica, de fácil acceso a las empresas donde realizan sus actividades, a la vez por el ambiente tranquilo y acogedor que ofrece el establecimiento a sus clientes, por otro lado, se observó a familias que llegaban a hospedarse al hotel, la elección del establecimiento podría estar motivada por la comodidad y seguridad que la familia llega a percibir durante su estadía en el establecimiento. Es importante identificar el tipo de demanda de una empresa, debido a que ello ayudará a conocer los gustos, preferencias y necesidades de los clientes y a partir de ellos estructurar una oferta coherente.

En cuanto a la estructura organizacional del hotel Buenos Aires de Chimbote, se considera importante que toda empresa posea una estructura bien organizada, que permita mantener un desempeño eficaz, eficiente y con altos estándares de productividad, que aseguren el crecimiento y éxito del establecimiento hotelero. Cada departamento del hotel debe de contar con funciones y procesos claramente establecidos. Por consiguiente, Casanova, García y Caro (2000) mencionan que las empresas del sector turismo de menor dimensión poseen una serie de problemas propiciados por el tamaño de la empresa, así también consideran que a ello se adicionan desventajas, las cuales son comunes en la gran mayoría de pymes.

Con respecto al perfil del personal del hotel “Buenos Aires”, se aplicó un cuestionario a los 8 colaboradores; el gerente general, gerente operativo, contador, arquitecto, 2 recepcionistas, lavandera y encargado de la limpieza. A continuación, se presentan los principales resultados: En relación al lugar de procedencia del personal se identificó que más del 80% del personal, 7 colaboradores, son originarios de la ciudad de Chimbote, mientras que 1 colaborador es originario del distrito de Conchucos. En cuanto a esta característica se determina que la empresa al contar con personal que pertenece a la zona donde está ubicada la empresa, da garantía de que el personal labore en la empresa por un periodo más largo, puesto que se pudo observar que 5 colaboradores pertenecientes de la ciudad de Chimbote laboran en la empresa desde su apertura, lo cual se considera como una ventaja para la empresa. Con respecto al nivel de estudios del personal se puede apreciar que el 50% de los colaboradores, cuentan con estudio superiores universitarios concluidos, dato que le corresponde al gerente general, gerente operativo, arquitecto y contador. Por otro lado, se observa que el otro 50% sólo cuentan con estudios escolares, donde 1 sólo

termino la escuela primaria y 3 concluyeron la secundaria. Ésta situación representa un aspecto que afecta la prestación del servicio de forma negativa, ya que se trata del personal que atiende directamente a los clientes, siendo necesario que sean personas calificadas. En lo que respecta a la vinculación de la especialidad con el puesto de trabajo, se observó que 3 colaboradores que poseen estudios superiores, cuentan con especialización en el área en la que se desempeñan, por otro lado, se aprecia que 1 empleado que cuenta con estudios superiores no está especializado en el sector al que se dedica. A cerca de las capacitaciones que recibe el personal de hotel se obtuvo que el 88% del personal recibe capacitaciones, 7 colaboradores, mientras que el 12%, 1 colaborador, quien cumple la función en el área de lavandería, no la recibe. Al respecto Barrios (2011), en su investigación obtuvo que el personal motivado genera un buen ambiente laboral y aumenta las ganas de los mismos por permanecer en el hotel.

El recurso humano de una empresa del rubro hotelero esté relacionado con la calidad del servicio, debido a que la mayoría de los servicios prestados en un establecimiento hotelero requieren de una interacción entre el cliente y el empleado, por lo tanto es necesario que el personal tenga capacidad de respuesta, lo cual se logrará mediante la motivación y capacitaciones constantes y de manera oportuna, ello servirá para que el personal desarrolle sus funciones con calidad y eficiencia, a la vez garantizara la satisfacción de los clientes y la fidelización, así mismo, se podrá marcar diferencia ante la competencia y se logrará que los clientes vuelvan a adquirir los servicios, también generará rentabilidad para la empresa. Por otro lado, es necesario mencionar que en una empresa de alojamiento se debe de medir el rendimiento de los colaborados, debido a que mediante esta medición de podrá contribuir a un mejor desempeño de sus actividades en la empresa, para ello es necesario identificar sus fortalezas y debilidades, de tal manera se pueda aprovechar las fortalezas y desarrollar alguna estrategia para superar las debilidades.

Mincetur ha implementado el Sistema de Aplicación de las Buenas Practicas – SABP, sistema que se orienta a promover la competitividad de la empresa turística en nuestro país, entendiéndose que la competitividad de un destino turístico está determinada, inicialmente, por la percepción de la calidad de la experiencia que el

visitante espera disfrutar durante su estadía. Así mismo, el prestador que aplique el 80% de las buenas prácticas contenidas en el respectivo Manual, se hace acreedor a un Reconocimiento de Buenas Prácticas. Van Duynen, y Carré (2011) mencionan que la aplicación de estos lineamientos genera beneficios tanto para la empresa y el cliente, con respecto a la empresa genera una mejora en la calidad e imagen del producto y destino que promociona, así también un desempeño eficiente del aspecto económico y social que se traduce en la reducción de costos de las operaciones que efectúa la empresa.

Acerca de los estándares evaluados en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, con respecto a las sub dimensiones evaluadas en cuanto a la **gestión administrativa**, se han evaluado 56 estándares, correspondientes a la planificación, organización, gestión de calidad, gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores, gestión de seguridad, gestión financiera y contable, y por último la gestión de comunicación y marketing, de los cuales el hotel cumple con 44 (78,5%), siendo necesario mejorar la gestión de calidad y la gestión de seguridad, en relación al tema Amado (2014) en su investigación realizada en el Hotel “El Patio de Monterrey” de Huaraz, obtuvo un cumplimiento del 51,8% de los estándares evaluados, de acuerdo a este resultado se aprecia un dato positivo en cuanto al nivel de cumplimiento del hotel “Buenos Aires” de Chimbote. Al respecto, Casanueva, y otros (2000) consideran que la administración consiste en el proceso de realizar actividades con personas y por medio de ellas de manera eficaz y eficiente.

De este modo la gestión administrativa es un factor importante dentro de un establecimiento hotelero, puesto que de ello depende el éxito de la empresa y la diferenciación ante la competencia, se considera que la prestación del servicio hotelero requiere de una adecuada administración, puesto que en base a ello se podrá satisfacer las necesidades de los clientes con eficacia y eficiencia, así mismo plantear acciones medibles y alcanzables que sean utilizadas para la ejecución del servicio. Esto coincide con las características mencionadas por Rainforest Alliance (s.f.) quien indica que una eficiente administración permite la organización de la empresa y gestión de los recursos, a la vez los procesos y resultados de las actividades que se ejecutan. Por otro lado, considera que la administración es el soporte del

funcionamiento de una empresa, y que es necesario que los colaboradores de la empresa sepan administrarla para lograr los objetivos esperados.

Es necesario mencionar que el uso inadecuado de los recursos disponibles de la empresa, genera costos y estos afectan la calidad del servicio hotelero. Por otro lado, el factor clave de toda empresa es el cliente, por ello los procesos administrativos y gestiones que realicen los establecimientos de hospedaje deben de estar enfocados hacia el cliente, mejorar y superar las expectativas de los clientes.

En relación a las sub dimensiones evaluadas en cuanto al **equipamiento e infraestructura**, se han evaluado 91 estándares, correspondientes al exterior, recepción, áreas comunes, oficinas, habitaciones, almacén de pisos y área del personal, de los cuales el hotel cumple con 41 (45,1 %), siendo necesario mejorar algunos aspectos en las habitaciones, áreas comunes, así también implementar el área de cocina y comedor. Amado (2014) determinó en cuanto al equipamiento e infraestructura en el Hotel “El Patio de Monterrey” de Huaraz, un cumplimiento de 89,01% de los estándares evaluados, cabe mencionar que existe una gran diferencia entre la evaluación de estos estándares, puesto que el hotel “El Patio de Monterrey” obtuvo un mayor nivel de cumplimiento. Al respecto, en la Ley General de Turismo-Ley N° 29408, se determina que las instalaciones de los establecimientos de hospedaje deben estar en óptimas condiciones de conservación, presentación, funcionamiento, limpieza y seguridad, de modo que permita su uso inmediato y la prestación adecuada de los servicios ofrecidos desde el día que inicia sus operaciones. Por otro lado, Barrantes (2009) determinó que los clientes consideran que el 41,67% de los hoteles en Nuevo Chimbote presentan una buena imagen.

Por lo tanto, podemos decir que es importante que el equipamiento e infraestructura de un hotel se encuentre en óptimas condiciones, debido a que en gran medida depende de ello la imagen que le cliente perciba del establecimiento, teniendo como objetivo producir la prestación del servicio en ambientes eficientes, acogedores y seguros.

Con respecto a los estándares evaluados en cuanto a la **gestión del servicio**, se han evaluado 99 estándares, correspondientes a las sub dimensiones de reservas, atención del teléfono, ingreso del huésped, estadía, salida del huésped, limpieza de las habitaciones, limpieza de áreas comunes y mantenimiento, de los cuales el hotel

cumple con 55 (55,8 %), siendo necesario mejorar algunos aspectos en el ingresos, salida del huésped y destinar un área destinadas para el servicio y preparación de alimentos y bebidas. La gestión del servicio en un establecimiento hotelero es de suma importancia para el desarrollo de la actividad, por ello la calidad en los servicios es un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas, así mismo de la adecuada gestión que se ejecute en la prestación del servicio en los establecimientos hoteleros dependerá la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio, mejorar la calidad en los servicios del hotel ayudará a captar un mayor número de huéspedes y mantener a los existentes. Este resultado contrasta con la investigación que realizó Amado (2014) quien determinó un cumplimiento del 73,7% de los estándares evaluados. Por otro lado, Ventura (2008) en su propuesta para mejora en la calidad del servicio para el departamento de recepción en un hotel de Gran Turismo de México, señala que para mejorar la calidad del servicio es necesario mejorar la sensibilidad del trato al huésped, los procesos operativos, fortalecer las habilidades del personal, las condiciones del espacio y estética, y por ultimo mayor empatía de los empleados hacia los huéspedes. Estos resultados evidencian la importancia de una eficiente gestión de servicio en el rubro del alojamiento, por ello es fundamental que el personal que labora en el hotel este suficientemente capacitado y motivado para que desarrolle sus funciones con la mayor calidad y eficiencia posible, de tal manera que se brinde a los clientes un servicio de excelencia, así mismo garantizar la plena satisfacción de los clientes. Cabe mencionar que la gestión del servicio en las empresas de alojamiento establece el valor del personal a nivel de toda la organización, otorgando un rol especial a los trabajadores en contacto directo con el cliente al plantear la total responsabilidad de éste, con la satisfacción de dicho cliente en el momento de brindar el servicio.

En relación a los estándares evaluados en cuanto a la **gestión medio ambiental**, se han evaluado 25 estándares, correspondientes a las sub dimensiones uso de agua, uso de la energía, consumo de productos, gestión de residuos y adaptación al medio, de los cuales el hotel cumple con 11 (44,0 %), siendo necesario mejorar aspectos vinculados con en el consumo de productos, uso de la energía y agua. De Yta (2006) en su investigación sobre las capacidades organizacionales distintivas y ventajas competitivas sostenible en las empresas hoteleras, observó que las empresas que hayan alcanzado la competitividad sostenible son capaces de lograr

una sostenibilidad que involucre la responsabilidad social y ambiental. Por otro lado, Amado (2014) determinó 72% de cumplimiento de los estándares evaluados, ello refleja la deficiente gestión medio ambiental del “Hotel Buenos Aires” de Chimbote, puesto que presenta un bajo nivel de cumplimiento. Al respecto, se puede decir que la gestión medio ambiental en los establecimientos hoteleros ayuda a administrar de forma adecuada los procesos del establecimiento para minimizar el impacto en el medio ambiente, en base a ello se obtendrá ventajas tanto para la propia empresa, así como para el entorno natural donde se desenvuelve, así mismo de lograr un óptimo desarrollo económico, salud pública y bienestar social, con el objetivo de alcanzar un desarrollo sostenible y promover una mejor imagen ante los huéspedes, así mismo, contribuirá a motivar a los visitantes que repitan la experiencia.

Mincetur (2012) indica que las buenas prácticas ambientales son el conjunto de pautas y recomendaciones para mejorar la calidad de vida en el entorno, de tal manera que se pueda contribuir al cuidado y protección del medioambiente, por lo tanto, es recomendable que se proporcione al personal del establecimiento de hospedaje herramientas que permitan lograr la implementación de buenas prácticas medio ambientales, que permitan mejorar la prestación del servicio que brinda al turista y mejorar la calidad del servicio en coordinación con su gestión ambiental.

En cuanto a los estándares evaluados en lo que corresponde a la **gestión sociocultural**, se han evaluado 13 estándares, correspondientes a las sub dimensiones apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad local, de los cuales el hotel cumple con 8 (61,6 %), siendo necesario mejorar aspectos en cuanto al apoyo a la comunidad local. En relación al tema, Amado (2014) en su investigación al Hotel “El Patio de Monterrey” de Huaraz, determinó un cumplimiento del 46,15% de los estándares evaluados, se aprecia una ligera ventaja a favor del hotel “Buenos Aires” de Chimbote. Al respecto, Rainforest Alliance (s.f.) indica que diversas empresas consideran a la comunidad como otro agente de venta de sus servicios, por ello es necesario que la operación turista de la comunidad cuente con la capacidad de alcanzar los objetivos de desarrollo, de tal modo la relación entre el actor turísticos y en entorno sociocultural se convierta en una base sólida para contribuir con la responsabilidad social, obteniendo beneficios para ambas partes.

Se considera que mediante el adecuado desarrollo de la gestión sociocultural se podrá aportar valor agregado y generar un desarrollo sostenido en las actividades sociales y culturales en la comunidad local, así mismo se podrá contribuir en la producción y comercialización de bienes y servicios culturales, de tal manera que sirva a de apoyo al desarrollo local. Por otro lado, se podrá promover la difusión de los valores locales y el desarrollo de la actividad turística, consolidando la identidad cultural de la comunidad.

Con respecto a las dimensiones que se evaluaron en el hotel “Buenos Aires” de Chimbote se concluye que las dimensiones que cumplen mayor porcentaje fueron a gestión administrativa y la gestión del servicio, mientras que la dimensión medio ambiental y equipamiento e infraestructura presentaron menor cumplimiento.

En términos generales con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas del hotel “Buenos Aires” de Chimbote en el año 2014, se evaluaron 284 estándares, del total la empresa cumple con 159 estándares, es decir con el 56,0%, mientras que no cumple con 125 estándares, lo cual representa el 44,0% del total. Este resultado, comparándolo con la investigación de Amado (2014), en donde de los 288 estándares evaluados, el establecimiento cumplió con el 74,3%, se puede decir que lo indicado representa datos positivos puesto que en ambas investigaciones se asciende a la mitad de los estándares que fueron evaluados.

V. CONCLUSIONES

- Se ha identificado que el hotel Buenos Aires de Chimbote es una empresa nueva en el mercado, siendo una empresa de índole familiar; su organización es liderada por el gerente general del hotel, el abogado Pastor la Rosa Maximiliano, así mismo en la estructura organizacional de la empresa se identificó la gerencia operativa, asesoría contable, asesoría de arquitectura, recepción, limpieza y lavandería; la oferta del hotel es variada, ofreciendo al huésped diferentes tipos de habitaciones con servicios incluidos y no incluidos, se destacan su ubicación céntrica y un ambiente acogedor; la demanda del hotel es principalmente corporativa.

- El personal que tiene contacto directo con los huéspedes no cuenta con la preparación necesaria para poder desempeñar sus funciones con eficiencia, debido a que sólo cuentan con educación primaria y secundaria, así mismo, cabe resaltar que el personal que desempeña funciones administrativas, contables y del diseño arquitectónico del hotel son profesionales. Por otro lado, el personal está constituido principalmente por hombres adultos, la mayoría de los cuales son procedentes de la ciudad de Chimbote.

- Con respecto a la gestión administrativa se han evaluado 56 estándares de los cuales el hotel “Buenos Aires” de Chimbote cumple con 44 estándares, es decir presenta un cumplimiento de 78,5 %, siendo ésta dimensión la que ha obtenido mayor cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, presentado mayor cumplimiento en lo que respecta a la planificación, organización, gestión de comunicación y marketing y gestión financiera contable.

- En cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura, el hotel “Buenos Aires” de Chimbote cumple con 41 de los 91 estándares evaluados, es decir presenta un cumplimiento del 45,1 % de estándares. Las sub dimensiones que

obtuvieron un mayor cumplimiento son exterior y recepción, es necesario que se corrijan las sub dimensiones que no se cumplen para mejorar la calidad en los servicios que se brinda en la empresa.

- En lo relacionado con la gestión del servicio, el hotel “Buenos Aires” de Chimbote cumple con 55 de los 99 estándares evaluados, presentado un cumplimiento de 55,8% de estándares. Las sub dimensiones que presentaron mayor cumplimiento son reservas, atención del teléfono, limpieza de habitaciones y limpieza de áreas comunes.

- En la gestión medio ambiental, el hotel “Buenos Aires” de Chimbote cumple con 11 de los 25 estándares evaluados, es decir presenta un cumplimiento de 44,0 %, de estándares. Las sub dimensiones que presentaron mayor cumplimiento son uso de la energía, la gestión de residuos y adaptación al medio.

- En lo que respecta la gestión socio cultural se evaluaron un total de 13 estándares de los cuales el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, cumple con 8 estándares, es decir presenta un cumplimiento de 61,6%, de estándares. La sub dimensión que presenta mayor cumplimiento es el apoyo a la cultura local.

- En términos generales el hotel “Buenos Aires” de Chimbote, cumple 159 de 284 estándares evaluados, los que representan el 56,0% del total de estándares y no cumple con 125 estándares, lo cual representa el 44,0%, lo que indica que es necesario que la empresa implemente los demás estándares, de tal manera que el establecimiento garantice un servicio de calidad y la satisfacción del cliente, las dimensiones que presentaron mayor cumplimiento son la gestión administrativa y la gestión del servicio, mientras que la dimensión medio ambiental y equipamiento e infraestructura presentaron menor cumplimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amado, C. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “El Patio de Monterrey de Huaraz”* (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Huaraz, Perú.
- Araya, V. (2011). *Introducción a la Industria de la Hospitalidad*. Recuperado de https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0ahUKEwi_MO51-bRAhXE4iYKHbZrBOoQFgg6MAY&url=http%3A%2F%2Fwww.utntyh.com%2Falumnos%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F10%2FClasificaci%25C3%25B3n-hotelera.doc&usg=AFQjCNF8SH5KhU12k0OD1JfYseDGDgrXog
- Barrantes, B. (2009). *Propuesta de mejora en la calidad de servicio para la satisfacción del cliente en el sector hotelero del Distrito de Chimbote* (tesis de maestría). Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Chimbote, Perú.
- Barrios, V. (2011). *Motivación en Recursos Humanos, atención al cliente y el servicio en las distintas áreas del hotel Viasui* (tesis de pregrado). Universidad Abierta Interamericana. Argentina.
- Canales, H., Alvarado, L., Pineda. (1986). *Metodología de la investigación. Manual para el desarrollo del personal de la salud*. México: Limusa
- Casanueva, C., García, J., y Caro F.J. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide.
- Circuito Turístico Nororiental del Perú (2007). *Manual CNT de Buenas Prácticas para un Turismo Sostenible y Calidad de los Servicios*. Recuperado de

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3LViZlp11z-oJ:www.losandes.org.pe/publicaciones/publicaciones-externas%3Fdownload%3D203:manual-ctn-de-buenas-practicas-para-un-turismo-sostenible-y-calidad-de-los-servicios+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe>

Corral, F. (2006). *Manual de recepción hotelera: principios y técnicas*. España: Septem

Crosby, P.B. (1987). *La calidad no cuesta*. México: CECSA.

De Alba, M. (2007). *Los Sistemas de Información para la Administración en los Hoteles de cuatro estrellas en el Acapulco Tradicional*. (Tesis de Maestría). Recuperado de

<http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/500/1/TESIS%20MDM.pdf>

De la Parra Paz, E. (1995). *Guía práctica para lograr calidad en el servicio*. ISBN: México

De la Torre, F. (1990). *Administración Hotelera*. Trillas. México.

De Yta, D. (2006). *Capacidades Organizacionales distintivas y ventajas competitivas sostenibles en la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Hotelera*. (Tesis de Maestría). Recuperado de

http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/1042/1/1295_2006_CIDIR-OAXACA_MAESTRIA_deyta_castillo_diana.pdf

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR Cusco (2009). Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/30365730/MANUAL-DE-CALIDAD-TURISTICA-PARA-CENTROS-DE-ENTRETENIMIENTO-Y-DIVERSION>

- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco (2009). *Manual de Calidad Turística para Establecimientos de Hospedaje*. Recuperado de <http://biblioteca.uglobalcusco.edu.pe/material-digital/tur-045.pdf>
- Foster, D. (1994). *Recepción en Hotelería. Administración y operación*. Editorial McGraw Hill.
- García, F., García, P., y Gil, M. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restaurantes y eventos especiales*. España: Paraninfo.
- Gonçalves, J., Fraiz, J., y Manosso, F. (2013). *Calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia*. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=54cb5a2d-2c0c-4ad5-b070-8086df63c86a%40sessionmgr114&vid=1&hid=113>
- Hernández, R., Fernández, C. , y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5Ta ed. Chile: McGrawHill.
- Hospitality & Service University. (s.f.). *Manual de estándares de servicio: hoteles*. Recuperado de <http://hsu.cl/wp-content/uploads/2015/11/estandares.pdf>
- Hostelarium. (s.f). *Cómo limpiar las habitaciones de hotel*. Recuperado de <https://www.hostelarium.es/trucos-limpieza/limpiar-habitaciones-hotel>
- Ibarra, Y. (2004). *La calidad en el servicio al cliente como estrategia competitiva en los dos principales hoteles de la ciudad de Cúcuta – Colombia* (tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional. México.
- Instituto para la Calidad Turística Española. (2000). *Normas de Calidad de Hoteles y Apart Limpieza y Mantenimiento de Pisos*. Recuperado de

<http://www.cabildodelanzarote.com/turismo/limpiezapisosicte.pdf>

Iva, P. (2007). *La calidad de servicio en la industria hotelera como resultado de la cultura organizacional* (tesis de pregrado). Universidad Abierta Interamericana. Argentina.

Lefcovich, M. (2009). *Gestión de calidad para la excelencia*.

Recuperado de

<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10311860&ppg=5>

Maillen, I. (2013). *Los eventos como herramienta de comunicación en los hoteles de la ciudad de Paraná* (tesis de pregrado). Universidad Abierta Interamericana. Paraná, Argentina.

Marketing Publishing. (2007). *Gestión de la calidad total*. Recuperado de

<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10194515&ppg=7>

Martín, I. (2004). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico* (3era ed.). España: Pirámide.

Mestres, J.R. (1999). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Barcelona, España. Ediciones Gestión 2000.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2003). Ley MYPE 28015. Recuperado de

http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004) *Reglamento de Establecimiento de Hospedaje*.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). *Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines*.

Recuperado de

http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MBP_MANIPULACION_DE_ALIMENTOS.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). *Guía metodológica para el desarrollo del sistema de aplicación de buenas prácticas*. Lima: Autor.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). *Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje*. Recuperado de

http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/03_mbp_gestion_hospedaje/Manual_141012.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). *Manual de buenas prácticas para atención de clientes*. Recuperado desde:

http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Cultur/07_mbp_aclientes/MBP_AC_Mandos_Medios.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). *Índices mensuales de ocupabilidad de Establecimientos de Hospedaje Colectivo*. Recuperado de

http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/clasificados/ocupabilidad.asp?ano=2014&ubig=00&c_depa=000000&t_depa=NIVEL%20NACIONAL&t_prov=&t_dist=&grup=01&t_grup=ESTABLECIMIENTOS%20DE%20HOSPEDAJE&cate=TT&t_cate=TODAS%20CONSOLIDADAS&clas=TT&t_clas=TODAS%20CONSOLIDADAS&desde=01&t_desde=ENERO&hasta=07&t_hasta=JULIO

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). *Reglamento de Establecimiento de Hospedaje*.
- Montaner, J. (1996). *Estructura del mercado turístico* (2da ed.). España: Síntesis.
- Nanclares, J. (2001). *Marketing y planificación para restaurantes*. México: Paraninfo
- Navarro, A. (2008). *Gestión de hoteles, Hostelería y Turismo*. España: Vértice
- Navarro, A. (2009). *Recepción hotelera y atención al cliente*. España: Paraninfo
- Océano Céntrum. (s.f.). Enciclopedia práctica profesional de: turismo, hoteles y restaurantes. España: Grupo editorial Océano.
- Organización Internacional de Normalización (2004). Sistema de Gestión de Calidad. Recuperado de <http://es.ccm.net/contents/606-calidad>
- Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica. ICT-DEACCT/SICA (2006). *Servicio de alimentos y bebidas*. Costa Rica: Inst. Costarricense de turismo.
- Promperú. (2006). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de media.peru.info/catalogo/.../manual_de_buenas_practicas_9124.pdf
- Rainforest Alliance. (2006). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de http://www.aptae.pe/archivos_up/0046-manual-de-buenas-practicas.pdf
- Rainforest Alliance. (s.f.). *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario*. Recuperado de http://www.rainforest-alliance.org/business/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf

Ramírez, C. (2002). *Calidad total en las empresas turísticas*. México D.F.: Trillas.

Rubio, P. (2006). *Introducción a la gestión empresarial*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565708&ppg=4>

Sánchez Feito, J. (2000). *Procesos de servicios en restauración*. España: Síntesis

Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR Chile. (2011). *Manual de buenas prácticas: alojamiento turístico*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/80679326/CHILE-POR-UN-TURISMOSUSTENTABLE->

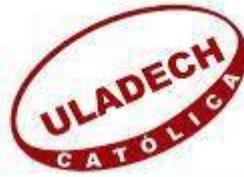
Sociedad de Hoteles del Perú (2013). *Inversiones Hoteleras del año 2013*. Recuperado de <http://www.sociedadhotelesdelperu.org/estadisticas.html>

Van Duynen, L., y Carré Marcela. (2011). *Buenas prácticas hoteleras*. Recuperado de http://www.moveuse.org/uploads/1/6/1/3/16135600/guia_de_buenas_practicas_hoteleras_fund_vida_silvestre.pdf

Ventura, P. (2008). *Propuesta de Mejora en la Calidad del Servicio para el Departamento de Recepción en un Hotel de Gran Turismo*. (Tesis de Maestría). Recuperado de http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/4027/1/PROPUESTA_TAMEJ_ORAHOTEL.pdf

ANEXOS

ANEXO 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

GUIA DE ENTREVISTA

Esta guía de entrevista está dirigida a obtener datos de la empresa, los que están relacionados a la historia, oferta y demanda.

1.- Ubicación de la empresa

2.- ¿Cuándo se originó la empresa?

3.- ¿Cómo surgió la idea de la empresa?

4.- ¿Cuáles son los principales logros de la empresa desde que se creó hasta la actualidad?

5.- Describa la oferta de su empresa

6.- ¿Quiénes son sus clientes?

ANEXO 02



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

GUÍA DE ENTREVISTA

La presente entrevista tiene por finalidad conocer el perfil del personal que trabaja en la empresa.....

I.- DATOS GENERALES

1.1.- Sexo

Masculino

Femenino

1.2.- Edad _____

1.3.- Ciudad de Origen

II.- ESTUDIOS

2.1.- Nivel de estudios

Primaria inconclusa

Primaria completa

Secundaria inconclusa

Secundaria completa
Superior inconclusa (técnica)
Superior completa (técnica)
Superior inconclusa (universitaria)
Superior completa (universitaria)

2.2.- Especialidad

2.3.- Estudios de posgrado

Si

No

Indicar el tipo de cursos

III.- DESEMPEÑO EN LA EMPRESA

3.1.- Cargo _____

3.2.- Funciones

-

-

-

-
-
-
-
-

3.3.- Tiempo laborando en la empresa _____

3.4.- Participación en programas de capacitación

Si

No

Indicar el tipo de capacitación

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 03



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FICHA DE OBSERVACIÓN BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES ALOJAMIENTO DEL HOTEL “BUENOS AIRES”

SUB DIMENS IÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Uso del agua	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente del agua			
	La empresa lleva un control del consumo de agua			
	La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua			
	La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua			
	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua			
	La empresa comunica a sus clientes las medidas que permiten ahorrar agua			
Uso de la energía	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la energía eléctrica			
	La empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural			
	La empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso			

	La empresa lleva un control de consumo de energía			
	La empresa utiliza focos ahorradores			
	La empresa cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización			
	Se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos			
	Se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar			
Consumo de productos	La empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente			
	La empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos			
	La empresa contrata a proveedores que brindar productos respetuosos con el medioambiente			
	La empresa prefiere la compra de productos en envases retornables			
	La empresa imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado			
	La empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel			
	La empresa no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de su talla mínima			
Gestión de residuos	La empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos			
	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos			
	La empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas			
Adaptación al medio	La empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el paisaje.			

ANEXO 04



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FICHA DE OBSERVACIÓN BUENAS PRÁCTICAS SOCIO-CULTURALES DEL HOTEL “BUENOS AIRES”

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Apoyo a la cultura local	La empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad			
	La empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal			
	La empresa participa en iniciativas de apoyo a la cultura local			
	La empresa informa a los visitantes sobre la cultura local			
Apoyo a la comunidad local	La empresa anima a sus clientes a consumir productos locales			
	La empresa dona productos usados o nuevos a la comunidad local			
	La empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad			
	La empresa adquiere productos de proveedores locales			

	La empresa difunde políticas en contra de la explotación sexual			
	La empresa forma parte de los gremios del sector turismo			
	La empresa participa en los procesos de planificación turística			
	La empresa informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo			
	La empresa desarrolla programas de capacitación para la comunidad local			

ANEXO 05



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FICHA DE OBSERVACIÓN
GESTIÓN ADMINISTRATIVA
ALOJAMIENTO
DEL HOTEL “BUENOS AIRES”

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Planificación	La empresa cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos			
	La empresa cuenta con planes operativos para sus distintas áreas			
	La empresa cuenta con políticas establecidas (servicios, ambientales, sociales, seguridad)			
	La empresa cuenta con un plan de negocios			
Organización	La empresa cuenta con un manual de organización y funciones			
	La empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio y cuenta con un manual de procesos y procedimientos			
	La empresa cuenta con un sistema de comunicación formal			
Gestión de calidad	La empresa cuenta con un sistema de control de calidad del servicio			
	La empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios			

	La empresa realiza auditorías internas periódicas			
	La empresa mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones			
	La empresa hace un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente			
	La empresa mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y sugerencias			
Gestión de recursos humanos	La empresa ha definido los perfiles de los puestos de trabajo (aptitudes, habilidades, formación y experiencia)			
	La empresa ha definido el proceso de selección de personal			
	La empresa cuenta con un archivo con los datos del personal			
	La empresa cuenta con un programa de inducción para el personal			
	La empresa evalúa periódicamente el rendimiento del personal (calidad y cantidad del trabajo, relaciones laborales)			
	La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal			
	La empresa emplea estrategias para mantener motivado al personal			
	La empresa lleva a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo			
	La empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados			
	La empresa fomenta y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos			
	La empresa comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente			
	La empresa ha establecido mecanismos para			

	que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio			
	La empresa respeta la jornada laboral establecida por ley			
	La empresa brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral			
	La empresa cumple con brindar los beneficios sociales a los empleados			
Gestión de suministros y proveedores	La empresa ha definido criterios para la selección de proveedores			
	La empresa cuenta con un registro con las características y datos de sus proveedores			
	La empresa ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos			
	La empresa emplea formatos para formalizar sus pedidos			
	La empresa ha establecido los horarios y procedimientos para la recepción de los productos			
Gestión de seguridad	La empresa ha identificado sus riesgos y peligros (reales y potenciales)			
	La empresa ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro			
	Se brinda capacitación al personal en temas de seguridad			
	La empresa cuenta con planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades)			
	La empresa cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados			
	La empresa ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad			
	La empresa cuenta con el certificado de Defensa Civil			

	La empresa dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia			
Gestión financiera y contable	La empresa cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable			
	La empresa dispone de un presupuesto general y presupuestos específicos			
	El propietario está capacitado en temas financieros y contables			
Gestión de comunicación y marketing	La empresa cuenta con un estudio de mercado, considerando las características tanto de la competencia como de la demanda			
	La empresa cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda			
	La empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes			
	La empresa mantiene un registro de sus clientes			
	La empresa firma convenios con el fin de incrementar la demanda del establecimiento			
	La empresa ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado			
	La empresa emplea medio de comunicación masivos para promocionar su oferta			
	La empresa difunde información coherente con el servicio que brinda			
	La empresa provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio			
	La empresa cuenta con tarifarios para los diferentes segmentos que atiende			
	La empresa exhibe en un lugar visible las tarifas de los servicios			
	La empresa exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento			

ANEXO 06



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FICHA DE OBSERVACIÓN
GESTIÓN DEL SERVICIO
ALOJAMIENTO
DEL HOTEL “BUENOS AIRES”

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Reservas	Se cuenta con un sistema que permita controlar las reservas			
	Las reservas se responden en los plazos establecidos			
	Las reservas se documentan indicando datos del huésped, características y cantidad de habitaciones, datos de contacto, etc.			
	Se informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva			
	Se reconfirma la información de la reserva con el cliente			
	Se despide con amabilidad agradeciendo la reserva			
	Se informa a recepción sobre las reservas atendidas			
Atención del teléfono	Se contesta antes de la tercera timbrada			
	Se saluda indicando el nombre del establecimiento y el de la persona que responde			

	Se emplea un tono de voz claro y amable			
	Se cuenta con una libreta para registrar los recados			
	Se pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio			
	Se despide con amabilidad agradeciendo la llamada			
	Se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas			
Ingreso del huésped	La empresa dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes			
	El personal está uniformado e identificado			
	El personal presenta un cuidado esmerado de su persona			
	El personal de portería ayuda al huésped a bajar de vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje			
	El personal de portería acompaña al huésped hasta la recepción para el registro			
	El personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva			
	El personal de recepción informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación			
	El personal de recepción orienta al cliente en el llenado del registro			
	El personal de recepción solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia			
	El personal de recepción aplica las políticas de cobro del establecimiento			
	El personal de recepción asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente			

	El personal de recepción informa sobre los servicios del establecimiento			
	El personal de recepción entrega las llaves y control remoto al botones			
	El personal de recepción apertura la cuenta del huésped e informa a las demás áreas sobre el ingreso			
	El botones ayuda con el equipaje y conduce al huésped a la habitación			
	El botones toca la puerta antes de abrir la habitación			
	El botones ingresa a la habitación e invita a pasar al huésped			
	El botones coloca el equipaje en el lugar establecido			
	El botones verifica e indica el funcionamiento de los equipos y verifica la dotación de suministros de la habitación			
	El botones se despide del huésped deseándole una feliz estadía			
Estadía	El personal atiende las necesidades y pedidos del huésped de modo diligente			
	No se brinda información del huésped a terceras personas			
	El personal de recepción registra todos los consumos del huésped			
	El personal de recepción elabora el reporte de ingresos			
	El personal de recepción emplea el cuaderno de ocurrencias			
	El personal de recepción brinda información sobre sitios de interés y actividades sociales y culturales			

		El personal de recepción atiende y da solución a las quejas de los clientes			
Salida del huésped		La empresa dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes			
		El personal de recepción comunica la botones la salida del huésped para que lo ayude con el equipaje			
		El botones verifica el estado de la habitación y el posible olvido de pertenencias del huésped			
		El botones lleva el equipaje a la recepción			
		El recepcionista verifica los consumos y entrega al cliente la cuenta para que de su visto bueno			
		El recepcionista elabora el comprobante de pago según las indicaciones del cliente			
		El recepcionista entrega el comprobante y realiza el cobro según corresponda			
		En caso de pago con tarjeta de crédito se verifica que se haya firmado la copia del cargo			
		En caso de cobros diferidos se verifica que se firme la aceptación de la factura			
		El recepcionista agradece la estadía y desea un buen viaje al huésped			
		El botones conduce al huésped hasta su movilidad, despidiéndolo, agradeciendo su estadía y deseándole buen viaje			
		El recepcionista cierra la cuenta del cliente y archiva el comprobante de pago			
		El recepcionista comunica al personal de limpieza la salida del huésped			
Limpieza de habitaciones		El personal de limpieza tiene asignado un número adecuado de habitaciones para limpiar			
		El personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones			
		El personal de limpieza establece prioridades en la limpieza de habitaciones			
		El personal de limpieza tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad			

	El personal de limpieza toca la puerta antes de ingresar			
	El personal de limpieza ventila la habitación antes de limpiar			
	El personal de limpieza verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta			
	El personal de limpieza retira la ropa sucia y la basura de la habitación			
	El personal de limpieza limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados			
	El personal de limpieza dota de suministros y toallas al baño			
	El personal de limpieza limpia la habitación de forma minuciosa			
	El personal de limpieza tiende las camas según los estándares del establecimiento			
	El personal de limpieza mantiene en su lugar las pertenencias del huésped			
	El personal de limpieza registra e informa a recepción sobre los objetos olvidados por los huéspedes			
	El personal de limpieza verifica el orden y limpieza de la habitación antes de salir			
	El personal de limpieza informa a recepción sobre la limpieza de la habitación			
	El personal de limpieza saluda de modo cordial a los huéspedes que encuentra a su paso			
	El personal de limpieza reporta las averías y desperfectos a recepción			
Limpieza de áreas comunes	La limpieza de áreas comunes se lleva a cabo en horarios que no interrumpen a los clientes			
	Se emplean equipos de señalización para evitar accidentes			

	En caso de encontrar objetos personales de los clientes, se entrega a recepción indicando hora y lugar			
	Se verifica el funcionamiento de equipos e iluminación			
	Se reportan las averías y desperfectos a fin de ser solucionados con prontitud			
	Se evita poner elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso			
	Antes de ingresar en zonas como los servicios higiénicos se asegura que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada del personal			
Preparación de alimentos y bebidas	El personal de producción de alimentos lleva a cabo su tarea respetando las normas de higiene			
	El personal de producción de alimentos se guía de recetas estándar para la preparación de los platos			
	El personal de producción elabora los platos en el tiempo establecido			
	El personal de producción cuida de la presentación de los platos terminados			
Servicio de alimentos y bebidas	El personal de atención del restaurante saluda con amabilidad a los huéspedes			
	El personal recomienda una ubicación a los clientes			
	El personal ayuda con las sillas a los clientes			
	El personal ofrece la carta abierta a los clientes			
	El personal de atención toma los pedidos de los huéspedes, anotando las especificaciones			
	El personal posee conocimientos de la oferta gastronómica			
	Se sirven los platos de la mesa todos a la vez			

	Se sirve primero a las damas, luego a los caballeros adultos y finalmente al anfitrión			
	Se evita tocar los alimentos con las manos			
	Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a las necesidades de los clientes			
	En caso de clientes externos se presentará la factura cuando sea requerida por el cliente			
	En caso de huéspedes se hará firmar la comanda para ser cargada a la cuenta corriente			
	Las mesas se limpiarán inmediatamente terminado el servicio			
	El personal agradece la presencia de los huéspedes con amabilidad			
Mantenimiento	Se cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento			
	Se cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo			

ANEXO 07



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FICHA DE OBSERVACIÓN
INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO
ALOJAMIENTO
DEL HOTEL “BUENOS AIRES”

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Exterior	El establecimiento se ubica en un lugar accesible			
	Existe limpieza en el entorno			
	El establecimiento se ubica en una zona segura			
	Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada			
	Presenta el icono de clasificación y/o categorización			
	Cuenta con buena iluminación			
	Presenta acceso especial para discapacitados			
	Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano			
	Cuenta con espacios verdes al rededor, los cuales están bien cuidados			
	Cuenta con vigilancia externa			
	Cuenta con un acceso independiente para proveedores y para el personal			
Recepción	Se ubica en un lugar de fácil acceso			

Exhibe las licencias correspondientes			
Cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado			
Cuenta con una distribución y mobiliario adecuados			
Cuenta con un botiquín			
Posee una decoración cálida y armoniosa			
Cuenta un lugar seguro destinado para almacén de equipaje			
Cuenta con equipos como teléfono y computadora para facilitar el trabajo del personal			
Cuenta con un tarifario visible, así como con un recuadro donde se indica la hora de check in y check out			
Las llaves cuentan con llaveros enumerados y en buen estado			
Cuenta con un rack para material publicitario e informativo			
Cuenta con extintores			
Cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencia			
Cuenta con iluminación adecuada			
Cuenta con una ventilación adecuada			
Presenta un olor agradable			
Las condiciones de limpieza son óptimas			
Cuenta con un buzón de sugerencias			
Cuenta con el libro de reclamaciones			

Áreas comunes	Los pasadizos cuentan con señalización de seguridad y extintores			
	Los pasadizos cuentan con luces de emergencia			
	Los pasadizos cuentan con una decoración armoniosa con el estilo del establecimiento			
	Los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios			
	Los pasadizos y escaleras cuentan con buena iluminación			
	Se cuenta con una sala de estar con lo necesario (muebles, revistas, TV) y en buenas condiciones de limpieza			
	Se cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo			
	Los servicios higiénicos cuentan con los suministros necesarios permanentemente			
	Los servicios higiénicos están permanentemente limpios			
	Se cuenta con un registro para controlar la limpieza de los servicios higiénicos			
Oficinas	Se cuenta con una oficina administrativa			
	La oficina cuenta con los equipos e implementos necesarios			
Habitaciones	Las habitaciones cuentan con numeración en el exterior			
	La cerradura de la puerta brinda seguridad			
	La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento			
	La limpieza es óptima			
	Cuenta con el reglamento del establecimiento			
	Cuenta con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia			
	Cuenta con mobiliario y equipamiento básico para el confort del cliente			

	Cuenta con mobiliario y equipamiento complementario			
	La distribución del mobiliario es la adecuada			
	Se mantiene un patrón común en los blancos			
	Cuenta con baño propio con los implementos necesarios			
	Las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y en funcionamiento			
	El baño cuenta con amenities con una buena presentación			
	El olor de la habitación es agradable			
	La habitación cuenta con aislamiento acústico			
	Se cuenta con un sistema de agua caliente las 24 horas del día, que no es activado por el huésped			
	Se cuenta con sistemas de ventilación			
	Se cuenta con material informativo y de escritorio			
Almacén de pisos	Se cuenta con almacenes de pisos en cada uno de los pisos del establecimiento			
	Cuenta con estantes en buen estado			
	Se cuentan con kardex para el control de los inventarios			
	Cuenta con equipos, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama			
	Se encuentra ordenado y limpio			
Comedor	El comedor se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso			
	El comedor presenta condiciones adecuadas de limpieza			
	La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento			

	Se cuenta con sistema de ventilación			
	El olor es agradable			
	El mobiliario está en buen estado de conservación y limpio			
	El mobiliario se ha distribuido de forma adecuada facilitando la circulación			
	Se cuenta con equipos de música y televisión			
	Las cartas están en buen estado y con los precios actualizados			
	Cuenta con señalización de emergencia, extintores y luces de emergencia			
	Se cuentan con estaciones de servicio debidamente organizadas			
	Se dispone de utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación			
	Se emplean utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación			
Cocina	La cocina cuenta con suministro de agua permanente			
	La iluminación es adecuada			
	Se cuenta con un sistema de ventilación adecuado			
	El piso es de un material antideslizante y de fácil limpieza			
	Las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza			
	Se cuenta con una campana extractora en buenas condiciones			

	Los equipos están en buen estado y limpios			
	Los utensilios de cocina están en buenas condiciones			
	Presenta condiciones de limpieza adecuadas			
	Se disponen de contenedores de desperdicios ubicados de forma adecuada y limpios			
Área de personal	La empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias			
	La empresa cuenta con servicios higiénicos en buenas condiciones para el uso del personal			
	La empresa cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos			